

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ILOKA

Turistički ured

PRIJEDLOG

PLANA I PROGRAMA RADA
S FINANCIJSKIM PLANOM
ZA 2018. g.

listopad 2017.

Uvodni dio – temelji i okviri plana

Uobičajeno je i podrazumijeva se da plan i program temeljimo primarno na ključnim nacionalnim smjernicama krovnih institucija, M. turizma i G.ureda HTZ za slijedeću godinu, no taj dio uputa u obliku u kojem je prije postojao više nije prisutan već se bazira na Strategiji turizma RH i SMPH. Što se tiče županijske i lokalne razine dijelom su planovi usuglašeni u smislu udruženog oglašavanja, zajedničkih sajmovnih i posebnih nastupa, na lokalnoj gradskoj razini nemamo posebnih informacija ili uputa što i u kojem smjeru će se planirati ili raditi. Slično je i sa članstvom i aktivnostima koje planira, mijenja i sl. Također, već neko vrijeme, osobito u 2018.g. očekuje se bitna reforma i promjena svih zakona koji se direktno tiču TZ-a: Zakon o turističkim zajednicama, Zakon o boravišnoj pristojbi i Zakon o t.članarini, obzirom trenutno ne znamo ni dinamiku niti detalje promjena (iako su neke najave do kraja godine) ostaje planirati rad po važećim zakonima ali istovremeno pratiti i pripremati se za promjene, što je možda i prioritetnije jer slijedom sadašnjih saznanja sustav gradskih tz u ovom obliku neće postojati, boravišna i članarina će se mijenjati, po najavama opstat će samo sličan oblik županijskih tz, te bi zajednica-destinacija trebala imati to u vidu i unaprijed i/ili paralelno utvrditi koji i kakav model destinacijskog managementa nam je od interesa. Prijedlog progama rada i financija za 2018.g. obvezni je način projekcije poslovanja i sredstava kroz opis zadaća i pripadajućih izvora uvažavajući tekući rezultat, stanje, potrebe, mogućnosti, nadležnosti i obveze te predviđanja kretanja i aktivnosti.

Osnovni temelji su zakonski okviri i akti te stručni dokumenti, nacionalne razine, potom županijske i gradske, te situacija, potrebe i mogućnosti na lokalnom terenu na način da se uvrste sve zadaće tz-a i prilagode očekivanom i mogućem budućem kretanju. Okvir je i tekuća godina, ostvareni promet i analiza istog, slabosti i prednosti, započete odnosno planirane aktivnosti članova i zajednice u širem smislu.

O općem, drastično teškom lokalnom stanju te sličnom takvom na državnoj razini ovisimo na više načina. Promjena tog stanja i okolnosti doprinijela bi i radu zajednice, te također i obrnuto, u iznimno lošim uvjetima potrebno je naći načina za rad, provedbu plana i aktivnosti te poboljšanja, bilo kvantitativna bilo kvalitativna. Turizam, ugostiteljstvo i povezane djelatnosti u lloku jedne su od rijetkih djelatnosti koje se još drže iznad površine te je čak i održavanje i stagniranje na istoj ili sličnoj razini izazov i „uspjeh“, stoga je minimalna zadaća svih opstati u ograničenim i nepovoljnim okolnostima. Tijekom 2017. prema podacima iz e-Visitora brojke su veće od prošlogodišnjih i povećanje prometa je 34,05% (za prvih 9.mjeseci), pri čemu su veći porast i u dolascima i u noćenjima ostvarili strani gosti. Obzirom nisu obuhvaćeni podaci nekomercijalnih subjekata (poput doma škole) za pretpostaviti je da je povećanje i u većem postotku. Uočena su i drastična odstupanja kod nekih obveznika što je tema za razmotriti i protumačiti te promijeniti situaciju, ponajprije bi odgovor trebali dati sami obveznici kod kojih uočavamo iznimno niske brojke ili promjene/pad. Generalno dakle postoji osnova za nastavak trenda rasta i u 2018. Mogući pozitivan utjecaj mogu imati i najave G.ureda i M.turizma o drukčijem, kvalitetnijem i jačem okretanju kontinentu i njegovoj promociji, izgovorene i ovdje u lloku početkom listopada. Posebni oblici poput Mice, cruising i cyclo prometa (koliko je moguće pratiti) bili su blago u porastu. O problemima koji se događaju u cruising sektoru upoznali smo i samog ministra te očekujemo da se problematika rješi. Kroz marketinšku i promotivnu aktivnost i kontakte očekujemo povećanje i u navedenim posebnim nišama koje nisu direktno vezane za noćenja već više za dnevni promet-posjete. Odnos domaći-strani gosti (koji možemo pratiti jedino kroz e-visitor noćenja) je nešto bolji, 70:30, te i u 2018. nastavljamo sa okretanjem stranom tržištu jer je diverzifikacija na više tržišta nužna i veća garancija prometa i prihoda. Iako se nadamo da neće biti problema, činjenica je da smo na granici i na migrantskom putu što može itekako utjecati na turizam ovih krajeva i taj rizik treba imati na umu.

Ciljevi:

- 2018.g postavljamo kao godinu organizacijskog i sadržajnog preispitivanja i preslagivanja postojećeg i postignutog te pronalaženja načina daljnje održivosti, prepoznatljivosti brenda i rasta prometa ali i kvalitete zajednice kao organizacije
- stalna, prikladna i kvalitetna komunikacija i suradnja u destinaciji, lokalne i šire razine

- iskorištavanje svih prilika i mogućnosti koje je moguće dobiti kroz tekuće regionalne tj. prekogranične i druge projekte
 - povećanje dolazaka-noćenja 10%
 - praćenje i povratno informiranje
- Dugoročnije: novi razvojni ciklus i repozicioniranje – strateški plan turizma.

Alati, aktivnosti i sredstva za navedeno sadržani su u daljnjim poglavljima te uvodom determinirani.

HTZ sustav ima svoj obvezni koncept plana i rada sa elementima i rasporedom kako je u nastavku:

1. Administrativni marketing

Zajednica za obavljanje stručno turističkih i administrativnih poslova slijedom zakona mora imati osnovan T.ured te je nužno i osiguranje sredstava za funkcioniranje istog, to se očekuje dijelom iz proračuna grada (plaća jednog uposlenog) što trenutno ne znamo dok Grad ne usvoji svoje planove, do usvajanja plana na Skupštini znat ćemo i to, a ostali troškovi iz vlastitih, izvornih prihoda (pošta, telefon, internet, uredski materijal i potrepštine, neizbježne usluge: banka, Fina, knjigovodstvo, materijalni troškovi, pošta i drugo).

Troškovi koje nazivamo administrativni su nužni i u udjelu zauzimaju veći postotak jer je ukupni iznos sredstava vrlo nizak i nije moguće ostvariti zadani okvir tj. definirani odnos. Ured koji je od ljeta 2016. u zgradi kurije Brnjaković ne bi trebao imati dodatnih ili novih troškova u svezi samog prostora. Ukoliko se, sukladno planovima aktivira i klaster u kuriji svakako će biti potrebno koordinirati rad i zajednički djelovati ili možda pronaći neki novi model info promo punkta.

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-ma, 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 i ispunjavaju odnosno koriste sukladno potrebama i mogućnostima, te ne budu neaktivni. Potrebno je da Predsjednik, članovi Turističkog vijeća i Skupštine i Nadzornog O., 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. Članovi tijela 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 surađivati sa svima, ustanovama, organizacijama i pojedincima javnog i privatnog sektora kada je to od značaja i doprinosi 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 grad i druge gradske organizacije. Upozorimo da je nužno pratiti usklađenost vlastitih akata s aktima i postupcima gradske administracije ili računovodstva 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 posao je vanjskog knjigovođe, sredstva za to uračunata su u administrativne-uredske troškove. Administrativni troškovi ukupno: 149.872kn, obuhvaćaju fiksne i varijabilne troškove: telefona, pošte, interneta, uredskog materijala i opreme, usluge banke, Fine, pošte, knjigovodstva, ostali slični troškovi i usluge te plaću uposlenika (netto cca 6300)) Nositelj: Ured TZ Izvori: Grad Ilok, TZ, Rok: kontinuirano

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Unapređenje proizvoda, uređenost, novi sadržaji, manifestacije..

Razvoj novih proizvoda, sadržaja i projekata nam je s obzirom na financijsku i radnu snagu gotovo nemoguća aktivnost. No ipak, kroz suradnju i partnerstvo sa Gradom, TZVSŽ i drugima te kroz adekvatne programe pokušali bi dio toga realizirati u 2018. Trenutno je u tijeku nekoliko projekata financiranih iz EU fondova, u jednom je Grad Ilok partner-Central Danube tour (što po logici podrazumijeva uključivanje t.ureda kao stručne službe), dok su u druga dva nositelji ili partneri sa razine VSŽ; ViCTour i DANURBa. Tu također očekujemo uključenost, sudjelovanje, obveze no i korist u konačnici. Sva tri projekta naglašavaju Dunav i trebala bi podignuti vidljivost podunavlja kao regije i između ostalog kulturne vrijednosti te kroz projektne aktivnosti dati i konkretnije sadržaje uključenima. Obzirom su tek u začetku te ima puno informacija i ne možemo striktno prosuditi naš radni udjel i direktnu korist sažeci su stavljeni u privitak (onako kako ih imamo u uredu) i sastavni su dio ovog plana. Postoji i stručni, više soft projekt „Danost“ gdje smo pilot destinacija te će se moguće i na tome raditi u 2018. Konstantno ćemo tražiti i druge projekte i partnerstva sa domaćim i prekograničnim i drugim mjestima i organizacijama, i to na način koji ne traži naš financisjki udjel nego rad, ili eventualno minimalno moguća sredstva. Nastaviti suradnju na prikladnim natječajima na koje će aplicirati 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“ (Vinešt članstvo) i 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 prekogranični tematski proizvod-ruta: Sulejman–Zrinski rađen u 2016. treba doprinijeti dodatnoj zanimljivosti i prepoznatljivosti regije i nas kao dijela rute. Moguća suradnja nazire su u tom prostoru, a odnosi se na razvonu agenciju pri turskom veleposlanstvu s kojima smo razgovarali. Ono što bi pokušali s njima i preko njih je npr. „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 je rfičke zahhvate teško bi odobrili. Na drugoj strani, unapređenje projekta Kurija Brnjaković podiglo bi razinu ponude i servisiranja već postojećih gostiju, za što trebamo svi skupa intenzivno tražiti načine i u 2018.

Većina aktivnosti iz ovog djela novih sadržaja i proizvoda spada u zajednički dio sa sustavom TZŽ, 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, daljnje unpređenje eno-gastro turizma kroz program u suradnji sa TZŽ „Okusi Slavonije i Srijema“, daljnje zajedničko i vlastito promotvno korištenje brenda Eden - pobjednička destinacija „Vukovar-Vučedol-Ilok“, te Eden finalist Ilok, iz prethodnog razdoblja. Primjenjivati odrednice iz Studije vinskog turizma osobito na početku planiranog rada na strategiji turizma..

Nastavak i promocija programa projekta „Zavičajnici“ – Nikola Iločki i sv. Ivan Kapistran, te moguće Odescalchi – kroz educiranje i/ili kostimiranje specifičnih vodiča, popratne promo materijale i sadržaje i u nekom novom tehnološkom obliku, ostvarenje kroz ViCTour projekt.. Prema vrstama i uvjetima natječaja koji se budu objavili, te našim raspoloživim sredstvima pokušat ćemo u suradnji s Gradom kandidirati ono što utvrdimo da je izvedivo ali i prioritarno. Hiking ruta „Sultans trail“ zaživjet će tek sa više promocije na stranim tržištima i putem nacionalne valorizacije transnacionalnih ruta kojih smo dio.

Manifestacije su dio rada, ali oduzimaju i značajan dio vremena i novca sa upitnim ukupnim efektima i puno improvizacije za ono što su naše primarne zadaće, no većinu ih je gotovo nemoguće održavati bez uključivanja Tz i/ili Grada. Nastojati i u 2018. izvršiti one ključne, osobito iločku berbu, koja (izgovaranmo to po "stoti put") mora promijeniti organizacijsko-marketinški tretman i status kako bi minimalizirali manjkavosti, nedostatak ljudskih i financijskih sredstava a jačali i nadalje atraktivnost te zadovoljstvo posjetitelja koji su privučeni sadržajem i postignutom poznatošću. Dio berbe je i Noć vina koju smo profilirali i kao zaseban i vrlo zanimljiv posjećen događaj koji je nužno održati i povisiti standard. Planirana sredstva 51. IBG 19.000kn-sufinanciranje/suorganizacija/donacije pratećih događanja te marketing i realizacija. Druga po značaju je Vinkovo u Iloku (u sklopu kojeg je i Pokladno Jahanje-sajam) te ćemo nastaviti suorganizirati i sufinancirati sa klasterom i Gradom očekujući pravovremenu i kvalitetnu uključenost. I za postojeća i za nova događanja i manifestacije predložimo prvo kvalitetno razmotriti i dogovoriti na razini cijelog Grada, kako bi ih se kvalitetnije i pravilnije organiziralo jer formalni i drugi okviri su se dosta promijenili zadnjih nekoliko godina na što se mora paziti i upozoriti što smo i činili. Potrebno je da se svi zainteresirani usuglase oko Iločke kobasijade i Tortijade kako bi se mogle provesti na najbolji mogući način, ili ostave u okvirima u kojima mogu biti. Potonje imaju potencijal biti puno atraktivnije te od interesa za posjetitelje, a ne samo lokalno određeno stanovništvo i mogući drugi termin može pridonjeti da imamo događanja kada nam je promet ili mogućnost promocije slabija ili utječe direktno na interes članstva. Veći događaj „DunavArtFest“ koji se trebao dogoditi u lipnju a povezuje kulturu i eno-gastromomiju Podunavlja, istovremeno na tri lokacije, zbog političkih i sponzorskih okolnosti se dogodio na drugi, manji način i na drugim lokacijama pokušat ćemo i u 2018., odnosno tako su obećali sami organizatori, o tome je potrebno odlučiti da li želimo te osim radom i logistikom eventualno popratiti potporom. Sa dosadašnjim ocjenjivanjme i izložbom vina Podunavlja i Slavonije nastaviti u dogovoru sa klasterom ili se vratiti vlastitoj organizaciji. Financije za gornje osim 2berbe2 23.000kn. Sredstva predviđena u Eu projektu „Central Danube“ predložimo usmjeriti na novi događaj kojemu bi bili domaćini te time ostvarili i dodatni promet te promo vidljivost, te vezati za samu tematiku koja je primarno zadana – Dunav, međunarodni, pogranični karakter, enogastronomija i sl., što predložimo iskoristiti u smislu slatke gastronomije podunavlja (koja se odlično uklapa uz našu vinsku priču), primjerice „Slasti Podunavlja“ („Sweets of danube“ i sl.), ili događaja koji bi obuhvatio nove tehnologije i svjetlosne efekte na Dunavu i okolici – npr. Danube colours. Ukoliko Grad ova sredstva ne planira iskoristiti isključivo za „berbu“, odnosno ukoliko planira za nešto treće očekujemo uključenost i konzultiranje sa ovim sektorom, tj. TZ. Postoji i prijedlog organiziranja posebnog "kuhanja vina" za titulu najvećeg - Guinnessov rekord, uz Vinkovo, no možda još bolje i efektnije (dodatni medijski-promo prostor) može proći kao zasebni događaj npr. u veljači. Ostala događanja i manifestacije zbog financijskog ili drugog aranžmana moraju se redefinirati na maksimalno 3-4, jer su manjeg, značaja i nisu sa turističkim predznakom, ali su dijelom od interesa za lokalni identitet, tradiciju. lokalnu sredinu: N.Godina, Božićni sajam, Schmidtovi dani, Petrovo, malonogometni turnir(?), Grahijada. uz zadovoljenje osnovnih programskih i administrativnih pretpostavki nositelja. Ostalo po procjeni-financijskih mogućnosti, uključenosti članova ili drukčije definiranom kriteriju.

Čistoća, neuređenost i „raspad“ dijelova grada je veliki nedostatak. Ukazivat ćemo na situacije i problematična mjesta te složiti listu „crnih točaka“, na devastaciju i narušavanje okoliša i imovine. Bolju uređenost realizirati kroz akcije uređenja, sadnje ili opremanja površina odabranih lokacija, koristiti sredstva iz boravišne pristojbe koja prebacujemo Gradu i/ili iz natječaja. Također, kao i svake godine predložimo veći stupanj zaštite i vrednovanja zelenog pojasa oko i ispod akropole-tvrđave jer time se povećava i štiti naša unikatna, neponovljiva vizualna i turistička vrijednost, a ozbiljno se već neko vrijeme ugrožava vrijednost navedenog koja je nepovratna, vizure koje se ne mogu platiti i nikakvim projektom nadoknaditi niti kupiti moraju biti predmet posebne pažnje i ozbiljne zaštite.

Predložimo, kao novi način i formu ponude oblikovati zajedničke "gotove" pakete ili prijedloge za Mice sektor, u formi npr. konkretnih ponuda za bazu od min 10 soba, 20 soba, 50 i više soba ili sl. Pakete-pred ponude bi plasirali direktno mogućim partnerima odnosno postavili na web tz (i subjekata) kako bi informirali i zainteresirali ili tako plasiranim "gotovim" paketima privukli da svoja događanja održe upravo u Iloku čime se možemo razlikovati od konkurencije barem na ovaj način. Ključ je s jedne strane u sinergiji i modelu tri glavna smještajno-ugostiteljska

objekta, a s druge strane određeno povećanje interesa i odabir lloka za mjesto zbivanja što je znak da ovako nešto ima tržišno opravdanje. Razraditi nakasnije u prvom tromjesječju. TZ će radi što boljeg i kontroliranijeg promotivnog korištenja titule Eden destinacije predložiti susjednoj TzVu neki oblik zajedničkog dogovora i sporazuma koji bi dao osnove prava, načina, oblika i suradnje oko istog, u suradnji i uz upute G.ureda te uz znanje TZŽ obzirom je prvi put da Eden geografski pokriva dvije tz-grad.

Ukupno dizajn vrijednosti:54.000kn, 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 platćati hosting. Osim klasičnog weba i stranice još bitniji su nam drugi vidovi današnje masovne digitalne 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 privatno vrijeme pa i novac jer nemamo službenu karticu te je stoga predlažemo ishoditi. Brzina protoka i tehnoloških promjena, masovna dostupnost, zahtjevi korisnika, konkurencija i potreba stalnog produciranja zanimljivih sadržaja i administriranja traže dosta angažmana, 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 pristupni smo i promovirani dodatno online: My Danube Travel, Eden (u dvije verzije:Vukovar-Vučedol-Ilok te Ilok posebno kao finalist 2010.), po planu G.ureda možda i kroz "Croatian feeds" ili prikladnu novu kampanju ukoliko je bude u 2018.,Secret wine tours, PPS Srijem i Slavonija, blog TZŽ...

Offline komunikacije - Udruženo oglašavanje utvrđeno je media planom na razini županije na stranom tržištu putem različitih medija (internet, tv, radio, jumbo, tiskovine..) Značajnije samostalno financiranje oglašavanja nije nam moguće stoga veći dio planiramo kroz udruženo 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 a osobito u smislu zajedničkog za Eden – Vukovar-Vučedol-Ilok. Dio mini 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, te dotisakii info promo letak-vodič sa mapom te nadopunjene bookmarkere u nekoliko varijanti za ključne smještajne subjekte sa navedenim glavnim zbivanjima i manifestacijama te banner novi. Naručit će se i promo vrećice za tz i potrebe dionika. U promo materijalima drugih sudjelujemo odnosno uključeni smo, a u mogućim novim materijalima sa drugima ćemo također što je više moguće biti prisutni sa našom ponudom.

Veći dio izmjena i dopuna smeđe signalizacije izvršen je u 2016., bit će potrebne dodatne intervencije i dopune iz vlastitih sredstava u 2018., ukoliko ne bude sredstava do kraja 2017., no naglašavamo da se to ne može raditi "svaki čas", kako se što otvori ili zatvori ili promjeni, jer ni propisi to ne dozvoljavaju odnosno traže dodatni trošak za novu dokumentaciju (uz mogućnost subjektima da sami financiraju potrebno te izvršimo refundaciju).

Sa Gradom i Muzejom grada lloka ponavljamo potrebno 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..). Također predlažemo da nadležni sa istima preispitaju način rada, radno vrijeme, plasman, pristup i odnos sa svima koji im dovode goste i /ili ih promoviraju ukoliko su dio tur.ponude. Slično je potrebno definiratii po završetku radova i sa crkvom (primjerice otvorenost-zatvorenost kule i galerije, dvorišta-vrta sa dunavske strane koji je preuređen i u funkciji da se koristi no često apsolutno neiskoristiv doživljaj za goste (nije za ovo poglavlje ali se nadovezalo). Za potrebe prezentacija, sajmovi, promocija i study posjeta pribavljat će se adekvatni suveniri, vina i dodatni materijali.

Nositelj: TZGI, Grad, ostali Rok: kontinuirano Komunikacija vrijednosti ukupno:31.700kn

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Općenito 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, arheološke vrijednosti, mogućnosti za Mice sektor, vjenčanja...Osobito ćemo u aktivnostima koristiti i pokušati valorizirati naziv, titulu i prednost koju smo dobili kao nacionalni Eden pobjednik tj. destinacija „Vukovar-Vučedol-Ilok“. Troškovi će se pokrivati iz odgovarajućih stavki financijskog plana i uz pomoć sustava, partnera, sponzora, pokrovitelja kroz aktivnosti TZ i drugih. Samostalni nastupi u klasičnom smislu i formi nam zbog financija i vremena nisu mogući, no bit ćemo kroz materijale ili drukčije uključeni u one koje se radi na široj razini sa klasterom Slavonija-nekoliko većih sajmova te posebnih prezentacija na inozemnom tržištu koje odrađuje kooordinator klastera i TZŽ. Sustav TZVSŽ nastupit će udruženo na sajmovima "Place2Go"- međunarodni sajam turizma, Zagreb, ožujak, potom "Sajam vina i delicija", Split, svibanj te sajam lova, ribolova i turizma, Varaždin, listopad. Od posebnih zajedničkih prezentacija u planu su dvije u Zagrebu te u Opatiji (Dani Hrt), veljača, sredstva većim dijelom pokriće putem kandidature HTZ-u. Ostalo, prema mogućnostima i potrebama potrebno odlučiti tijekom godine (npr. prijedlog sa TZ Baranja, OBŽ za sajam turizma u Beogradu). Koristit ćemo mogućnosti zajedničkih nastupa i sa drugim partnerima, osobito strane i lokalne inicijative uz većinsko pokriće troška odnosno naš minimalni jer nemamo dovoljno. Ukoliko se što drugo kao mogućnost pojavi tijekom godine kao prilika iskoristit ćemo sukladno mogućnostima – Eden osobito.

Studijska putovanja i posjete medija, novinara i touroperatora, stranih ili domaćih terenska su inspekcijska 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 tzž, te ponekad neki od naših članova dio toga daju gratis. Distribucija i prodaja vrijednosti destinacije kao jedna od ključnih zadaća odradit će se i kroz druge oblike, navedene u drugim poglavljima. Sredstva:9.500kn Nositelji: TZGI, TZVSŽ,ostali Rok:kontinuirano tijekom godine

5. Interni marketing,marketinška infrastruktura i ostalo

Sukladno najavljenim reformama, upitno je tko će i kako vršiti općenito zadaće marketinga destinacije, prema navodima prvog sastanka radne skupine za reformu to bi izgledalo ovako u dijelu koji se tiče samo tz: *"Sukladno Strategiji razvoja turizma do 2020.godine implementacija Strategije razvoja turizma RH do 2020. pretpostavlja efikasan sustav destinacijskog upravljanja na lokalnoj i regionalnoj razini te koordinacije nacionalne turističke politike s razvojem destinacijskih proizvoda. Osiguravajući da sustav TZ preuzme ulogu destinacijskog upravljanja, potrebno je redefinirati zadaće i odgovornosti regionalnih i lokalnih turističkih zajednica, uz poštovanje načela financijske samodostatnosti. Racionalizacija sustava podrazumijeva primjenu načela prostorno funkcionalne i proizvodne cjelovitosti, čime će turističke zajednice postupno preuzeti funkciju cjelovitih destinacijskih menadžment organizacija (DMO). To podrazumijeva njihovo primjereno kadrovsko ekipiranje te edukaciju i trening za poslove upravljanja destinacijskim razvojem, što se osobito odnosi na zadaće jačanja konkurentnosti destinacije te sposobnost koordinacije i usklađivanja često suprotstavljenih interesa dionika u destinaciji."* Najavljuje se i da će samo tz županije vjerovatno opstati, sve drugo je nepoznanica, samim tim i upitno za svo članstvo i Grad kome i kako povjeriti sredstva i poslove nad kojima vjerovatno neće biti u direktnoj nadležnosti i interesu!? Bez obzira na navedeno, odnosno do tada, ured tz će i nadalje izvršavati obveze i raditi između ostalog vlastiti destinacijski marketing. Nastavlja se i nadalje raditi u nacionalnom središnjem elektronskom sustavu E-Visitor koji objedinjuje bitne podatke i u kojem se konstantno vrši ažuriranje, analiziranje i pregled. Po potrebi suradnja sa nadležnim službama. Tu je i obvezni sustav arhiviranja i program Arhinet. Edukacija bilo uposlenika, bilo računovođe, bilo članova zajednice vršit će se ukoliko je obvezna,

odnosno po mogućnosti kada je besplatna ili uz mali trošak jer drukčije ne možemo, također računamo na različite obilke edukacije kroz projekte u kojima smo dionici. TZ nema u planu sudjelovati na DHT-u osim u slučaju manjeg troška, po pozivu ili održavanju u blizini za što postoji inicijativa no nije realno da će biti u 2018. već u 2019. Ured će ponuditi članovima (vlasnicima, uposlenicima, volonterima) nekoliko lokalnih edukacija u smislu pružanja više znanja i informacija vezanih uz llok te oblik obučavanja za lokalnu "pratnju" ili slično za svoje goste, obzirom zakonski to rade samo vodiči. Predlažemo i konkretnije i kvalitetnije uključivanje članova Vijeća (i/ili skupštine) na način da pojedini predstavnici sukladno svojoj djelatnosti, uloži te iskustvu ili funkcijama budu svojevrsni direktni suradnici Grada i T.ureda kako bi u situacijama kojima je potrebno, ili se utvrdi da jest, vršili prethodna obostrana međusobna informiranja, konzultacije i donosili stavove s kojima bi upoznali subjekte kojih se tiče. Na taj način spriječili bi unaprijed neke negativne ili potencijalno negativne pojave koje štete ili bi obrnuto nešto uradili bolje i kvalitetnije, a bez nužnog i čestog sazivanja posebnih sjednica i sastanaka svih imajući u vidu manjak vremena dionika. U ovom poglavlju radi se i na prikupljanju podataka, obradi 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. osobito računamo na dodatni stručni i operativni rad Ureda i drugih u sklopu izrade strateškog razvojno-marketiškog plana turizma, što smo inicijalno aplicirali tijekom 2017.

Sa Gradom po već definiranoj zakonskoj liniji odnosno po potrebi direktno i jasno konstantno surađivati na raznim poslovima, no isto ne bi smjelo remetiti ili šteti obavljanju redovnih i propisanih zadaća te fizičkim mogućnostima ureda-uposlenika. 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:2500/1000/9880kn, 30% boravišne Gradu:9600kn Nositelji: TZGI,Grad,ostalo Rok:kontinuirano

6. Financijski plan 2018. prikaz je očekivanih prihoda i raspodjele u rashode u iznosu većem tek oko 2%, odnosno 268.052kn. Iznos je vrlo nizak i nesiguran za jaču, ozbiljniju a kamoli razvojnu aktivnost! Cilj je uspjeti „preživjeti“ i sve navedeno ispuniti uz ovakvu financijsku sliku, no preraspodjelom i barem minimalnim iznosom pokrili smo sve zakonske zadaće. Do kraja godine bit će potrebno izvršiti i rebalans te ćemo imati nešto jasniju sliku osobito u dijelu iznosa za prijenos koji osigurava pokriće i rezervu koju uvijek moramo imati na raspolaganju, tj. stanju kako ne bi došli u financijske probleme ozbiljnije prirode Zadaća ureda, računovođe, predsjednika i Vijeća je konstantno na to paziti te unaprijed računati na rashode koji su planirani i koji su prispjeli u odnosu na stanje priljeva sredstava. Kao i zadnjih 5-6 godina od Grada ne očekujemo nikakva dodatna sredstva jer ih je iluzorno očekivati obzirom na stanje. Prihodi su u obliku: članarina i boravišna pristojba (izvorni, zakonski prihodi, no vjerovatno će tu doći do promjena u smislu olakšanja nameta poduzetnicima no moguće i veće boravišne, što je trošak gosta), proračun Grada, donacije odnosno transfer preko sustava, dio ostalih prihoda planiran kroz natječaje te kroz druge oblike poput projekata i aktivnosti sa drugima ukoliko budemo imali dovoljno za svoj udjel te prijenos iz prethodne godine sukladno fin. stanju na kraju godine i obvezama koje pristižu početkom nove. Programske stavke većinom su planirane u gotovo istom iznosu u okvirima +/-1-10%. Za kontinuiran i siguran rad bitan je i kontinuirani priljev, što nažalost često nije slučaj, kao niti naplata članarine i boravišne. Predlaže se da se višak prihoda ukoliko se ostvari oprihoduje za redovne predstojeće aktivnosti a manjak pokrije tekućim prihodima. Tz će 30% boravišne pristojbe mjesečno prebacivati Gradu za namjensko trošenje sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbi i sporazumu sa TZ. Potrebno je i stalno uredsko vođenje i evidentiranje računa i troškova, dvojno i paralelno sa knjigovodstvom, neovisno o kontiranju. Po potrebi izvršiti rebalans tijekom godine te usklađivati poslovanje sukladno stanju priljeva i dospjeća obveza. Završna bilanca knjigovodstva za 2017. dat će uvid i pregled i na taj stručniji i detaljni način.

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 fluktuacije u sličnim okvirima i potrebnog poticanja promjena i rasta u borbi sa sve brojnijom konkurencijom koje nije bilo niti bizu koliko je sada, ali i održanja i poboljšanja kvalitete što zahtjeva novi usuglašeni pristup i marketing mix. Neophodno je redefinirati kompletnu situaciju u Gradu, krenuti sa strateškim promišljanjem 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 uz angažman stručne institucije kako smo i kandidirali za nepovratna sredstva putem programa ruralnog razvoja..

Sve točno predvidjeti a kamoli prognozirati ne možemo, plan treba tijekom godine prilagođavati stvarnosti. Praćenje dinamike izvršenja i stanja bit će dio rada te usmenih i pisanih komunikacija.

Prilozi:

- 1.Tablica - Prijedlog financijskog plana 2018.
- 2.Info: Projekt Central Danube tour
- 3.Info: Projekt ViCTOur
- 4.Info: Projekt DanubeR