

TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ILOKA

Turistički ured

PRIJEDLOG
PLANA I PROGRAMA RADA
S FINANCIJSKIM PLANOM
ZA 2016. g.

Uvodni dio – temelji i okviri plana

Izrada i usuglašavanje Prijedloga progama rada i financija za 2016.g. zakonska je obveza i oblik prikaza projekcije poslovanja i sredstava poslovanja na način da se opisno i brojkama predvidi sve 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. Zadaće 2016. proizilaze iz gore navedenog te svih započetih aktivnosti subjekata koji čine destinaciju lokalno i šire, kao i ono što želimo započeti. Tijekom godine potrebno je i prilagođavati se jer plan nije isto što i realni tijek. Očekujemo i nadalje proces preustroja sustava TZ-a u sustav DMO i nije poznato da li ćemo uopće postojati i do kada nakon što se usvoji novi Zakon, odnosno ukoliko ćemo postojati u kojem će to obliku biti – DMO ili samo informativno turistički centar ili niti jedno od toga.

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 povratka 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. Zaključno sa podacima za rujnu imamo okvir koji za 9 mjeseci 2015. pokazuje porast dolazaka od **8%** te noćenja **20%**. Domaći gosti nisu u svim mjesecima ostvarili porast, dok su pokazatelji za strane bolji i u trendu rasta konstatno. Računajući da imamo „sive“ zone rezultat i promet je bolji, no nije i adekvatno mjerljiv. Posebne niše poput cruising gostiju također su bile u porastu u 2015., nastavno na suradnju i kontakte nastaviti sa suradnjom i povećanjem s barem jednom novom kompanijom. Hendikep sa migrantima i izbjeglicama dio toga nam je i odnio, ne samo u broju tih nego i drugih gostiju koje su dijelom zamijenili oni vezani upravo uz navedeni problem migranata u našem području. Očekujemo da različite marketinško-promocijske aktivnosti ali i „zaživljavanje“ programa „Hrvatska 365 – odnosno destinacijski PPS“ pristup pridonese većem interesu na domaćem ali i osobitom stranom tržištu kojemu težimo jer ono češće nosi i veću potrošnju u objektima i lokalnoj zajednici te težimo većem udjelu u strukturi.

Ciljevi:

- promocija atraktivnosti i sadržajnosti destinacije putem marketinških aktivnosti na nacionalnoj i široj razini
- održavanje i jačanje imagea i „branda“
- bolja lokalna koordinacija i razumijevanje na svim razinama
- prilagodba tržišnim i organizacijsko-institucionalnim uvjetima
- širenje suradnje i aktivnosti na inernacionalnoj razini
- povećanje dolazaka-noćenja 10%
- praćenje, analiza i informiranje

Elementi plana rada te mjere i sredstva ostvarenja zadani su marketing konceptom koji je isti za sve u sustavu HTZ-a.

1. Administrativni marketing – administrativni troškovi

Za obavljanje poslova iz područja destinacijskog managementa nužno je postojanje stručnog ureda kao i osiguranje osnovnih troškova za djelovanje. TZ grada Iloka još uvijek ima jednog uposlenika te se dio troškova odnosi na plaću istog dok se ostali troškovi odnose na uredski materijal, telefon, internet komunikaciju, sitni inventar, usluge banke, Fine ,knjigovodstvo, materijalne troškove i drugo sukladno zadaćama i računovodstvu neprofitnih organizacija. Anganžmanom gradskih pripravnika dijelom riješiti prezauzetost te dobiti uvjet za obavljanje predviđenih i nepredviđenih zadaća odnosno tehničku pripomoć. Očekuje se sufinanciranje od strane osnivača u iznosu rashoda za djelatnika.

Udio administrativnih troškova je visok iz jednostavnog razloga što su izvorni prihodi vrlo niski, skoro je nemoguće ostvariti zadani okvir tj. definirani odnos. Ured koji je u zgradi Grada Iloka i nema troškova prostora, planira se preseliti u kuriju Brnajković stoga tijekom narednog razdoblja treba utvrditi mogućnosti za stvaranje uvjeta rada – uposlenici, način pokrivanja troškova, dodatna oprema, rukovođenje, radno-vrijeme, tehničko usklađivanje korištenja prostora (Klaster, vinoteka, KUD, prostor za sastanke i skupove..).

Osnovne aktivnosti i zadaće ureda:

- 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 nadeležnima 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 proslijeđvanje istih turistima te svim nadležnim i zainteresiranim subjektima

Očekuje se da tijela zajednice; Predsjednik, članovi Turističkog vijeća i Skupštine i Nadzora kaoi predstavnici u drugim tijelima kroz svoje prijedloge i angažman sudjeluju u oblikovanju i realizaciji programa rada, te sudjeluju u radu tijela te na realizaciji aktivnosti. TZ će suradjivati sa svim tijelima, organizacijama i pojedincima koji pridonose turizmu ili na drugi način unapređuju kvalitetu iste. Tijekom godine nastaviti s usklađivanjem poslovanja održavanjem potrebnih sjednica i koordinacija na lokalnoj i županijskoj razini. Održavanje sjednica Vijeća, Skupštine i Nadzornog odbora sukladno Zakonu i Statutu.

Pravilnik i Zakon o radu reguliraju prava i obveze djelatnika, realno stanje i potrebe utječu na stvarni radni angažman i cjelodnevni raspored, vrlo često i vikendom i praznicima, potrebna fleksibilnost i prilagodba rada Ureda (direktora), maksimalno i kad treba kako bi se sve obavilo unatoč ograničenjima, a što se tiče naknade može se računati kao i do sada samo na redovnu plaću iz proračuna Grada pri čemu je nužno pratiti usklađenost vlastitih akata s aktima i postupcima gradske administracije kako ne bi imali nepravilnosti kao prethodnih godina zbog razlika između važećih akata i izdvajanja iz proračuna i administrativno-financijskih neregularnosti.

Računovodstvo je posao vanjskog knjigovođe (Skandala) temeljem ugovora, sredstva za isto uračunata su u administrativne-uredske troškove.

Administrativni troškovi ukupno: 148.372kn (obuhvaćaju fiksne i varijabilne troškove: telefona, pošte, interneta, uredskog materijala, usluge banke, Fine, knjigovodstva, ostali slični troškovi i usluge te plaća uposlenog) Nositelj: Ured TZ Izvori: Grad Ilok, TZ, Rok: kontinuirano tijekom godine

2. DIZAJN VRIJEDNOSTI

Unapređenje proizvoda, uređenost, novi sadržaji, manifestacije i slično.

I tijekom 2016. godine potvrditi pozitivnu afirmaciju dosadašnjih napora i aktivnosti privatnog sektora i TZ.

Konstantno ćemo tražiti projekte i partnerstva sa domaćim i prekograničnim podunavskim mjestima i organizacijama na programima iz dunavske strategije te SWG-a, uz pokriće bez našeg troška, ili za isto čuvati dio sredstava. Nastavit će se sa integriranjem i umrežavanjem atrakcija, lokacija i proizvoda Podunavlja i Srijema kako bi stvarali uporišta za privlačenjem posjetitelja i produženje boravka kroz prikladne natječaje te DCC– programi „Dunavska vinska ruta“ i Danube travel, te mogući novi manji pogranični projekti kroz EUSDR, zatim mreža „Secret wine tours“

(Vineš mreža-članstvo), projekt unapređenja vinskog turizma na kojem nastavljamo raditi i u 2016. - dio koji se odnosi na završni zajednički duži promo film i njegovu distribuciju te korištenje stickers i passport alata te web stranice tog Eu projekta kao i druge kanale na internetu koji se odnose na ovaj program. Nastaviti započete idejne i druge projektne aktivnosti oko kule u Šaregradu te ostalim mjestima šire, kroz nacрте i natječaje na koje smo slali ali nismo uspjeli.

Očekujemo i tražimo uključenost u aktivnosti u staroj jezgri kako bi se mogli stručno i što je najvažnije pravovremeno uključiti u planove, smjerove, radove i očekivanje turističke valorizacije gotovo najvažnijeg resursa. Unapređenje projekta centra-Kurija Brnjaković podrazumijeva ozbiljno partnerstvo i suradnju s vinarima i Gradom Ilokom. Uređenjem Visitors centra riješavamo nedostatke u informativno te komercijalnom i atrakcijskom segmentu stare jezgre (razne usluge, proizvodi, prodaja..).

Unpređenje eno-gastro turizma kroz program u suradnji sa TZŽ „Okusi Slavonije i Srijema“, zatim „Eden“, edukaciju, pojedinačne projekte s članovima. Primjenjivati odrednice iz Studije vinskog turizma koja sistematski i vrlo konkretno opisuje potrebne korake kao i Akcijskog plana.

Sa TZŽ nastavak promocije i unapređenja projekta „Zavičajnici“ – Nikola Iločki i sv. Ivan Kapistran, te Odescalchi – kroz postavе u novim tehnologijama (virtualni prikaz - hologram), kostimi i drugo (uvjet adekvatan natječaj). Testiranje „bike vodiča“ kroz nove sadržaje i oblikovanje ruta, mapiranje, obilježavanje i dr. kroz adekvatan program ili natječaj ili u suradnji sustava TZŽ – bez našeg značajnijeg troška (jer nemamo dovoljno). Biciklistički turizam ćemo također pratiti putem komunikacijskih taktika, promocije i prodaje, umrežavanje. Uz ovu rutu blisko je vezan novi proizvod, hiking ruta „Sultans trail“, gdje očekujemo i suradnju s nositeljima ovog tržišnog sektora posebnih oblika turizma.

Zbog racionalizacije na uže zadaće manifestacije je potrebno redefinirati na 2-3 ključne te one od manjeg, neturističkog značaja, ali od interesa za lokalni identitet, tradiciju, lokalnu zajednicu. "Iločka berba grožđa" mora promijeniti organizacijsko-marketingški tretman i status kako bi minimalizirali manjkavosti, nedostatak ljudskih i financijskih sredstava a jačali i nadalje atraktivnost i zadovoljstvo posjetitelja. Sufinancirati i realizirati sa Gradom Iločkom berbu grožđa, te sufinancirati i suorganizirati "Vinkovo". Planirana sredstva: 49. IBG 17.000kn-sufinanciranje/suorganizacija/donacije pratećih događanja te marketing i realizacija. Ostale događaje od manjeg interesa ili efekta pratiti kroz sufinanciranje i druge oblike podrške, ukupno 13.000kn: Vinkovo i N.Godina (ukupno 6000), Malonogometni turnir (jedan), Schmidtovi dani, Petrovo, Katarinska, poklade, Ocjenjivanje i izložba vina (od 500-1500). Ostalo po procjeni-financijskih mogućnosti, uključenosti članova ili drukčije definiranom kriteriju.

U suradnji sa Udr. Cuccium ili drugima nastaviti SremFilmFest koji ima i važnu ekološku odrednicu te može biti događaj kulturno-turističkog i edukativnog značaja kako bi potaknuli svijest građana i promjene u ponašanju u odnosu na sve veće probleme okoliša i zadovoljenje gostiju u smislu čistog, očuvanog i zdravog turističkog okruženja. Čistoća i uređenost na području grada postala je problem, nužno dogovor s Gradom te tvrtkom Komunalije doo kroz natječaj kojim bi bar dio toga riješili ili poboljšali. Ukazivati na potrebu kontrole i sankcija za narušavanje okoliša i imovine. Bolju uređenost i čistoće, stvaranje boljih uvjeta gostima, podizanje kvalitete usluga realizirati kroz akcije uređenja, sadnje cvijeća ili uređenja-opremanja zelenih površina odabranih lokacija. Također i ove godine ponovo predlažemo da bi trebalo zatražiti veći stupanj zaštite i vrednovanja zelenog pojasa ispod tvrđave spojenim sa obalom Dunavca pa i drugih lokacija jer time se povećava i njihova turistička vrijednost.

Uključivanje u projekte MINT-a i HTZ kroz suradnju s agencijama koje planiraju uključiti ili već imaju Ilok i područje Iloka pri izradi programa i itinerara.

Ukupno dizajn vrijednosti:50.000kn, nositelj TZ, Grad, članovi,projekti,ostali suradnici i partneri Rok: kontinuirano tijekom godine.

3. KOMUNIKACIJA VRIJEDNOSTI

Online komunikacije – internet stranice, internet oglašavanje: web-dostupna praktična, informativna i kvalitetna elektronska komunikacija kroz vlastitu web stranicu koju smo tijekom 2014 redizajnirali i modernizirali te je potrebno konstatno uređivati i ažurirati Budući je ovaj vid kontakta s potencijalnim gostima izuzetno bitan i bilježi uzlazni trend, gledajući izvor informacija o

destinaciji www.turizamilok.hr stranice je potrebno i informatički održavati i platiti server. Pored klasične web stranice tu su i najrašireniji oblici današnje potpuno besplatane i vrlo efikasne elektroničke online komunikacije, promocije i distribucije-društvene mreže: www.facebook.com/TZllok, www.twitter.com/TurizamILOK, tumblr, specijalizirane aplikacije. Navedeno zahtjeva stalno praćenje, stalnu aktivnost i prilagođavanje koje uključuje i privatno vrijeme. S obzirom na zahtjevnost i broj uposlenih ovaj dio oduzima dosta kreativnog napora, vremena i resursa uposlenika.

Potrebno je riješiti problem stranice koja se odnose na klaster i vinski turizam (www.vinailok.hr) i mikro turističku regiju Srijem (novi portal) www.srijem.info Oglašavanje putem navedenih online alata planiramo u skromnom sudjelovanju u kreiranju i promocija putem projekta-stranice Danube travel (Dcc) i Secret wine tours i Croatia 365-PPS Srijem i Slavonija.

Offline komunikacije - oglašavanje – Udruženo oglašavanje utvrđeno je Media planom TZZ na domaćem i stranom tržištu različitim kanalima-medijima (posebno edicije u Slo, Tip Travel magazine, facebook i google kampanje i drugo (pri kraju odabir). Značajnije samostalno financiranje oglašavanja nije nam moguće stoga veći dio planiramo kroz udruženo oglašavanje 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.

Preostali promidžbeni materijal štedljivo koristiti u komunikaciji s tržištem te tijekom godine dotisak, ažuriranje info promo tematskih letaka. Izraditi promo bannere lloka. U promo materijalima drugih sudjelujemo odnosno uključeni smo, a u mogućim novim materijalima ćemo također što je više moguće biti prisutni sa našom ponudom.

Izvršiti izmjene i dopune obavijesno informacijskih ploča i tabli smeđe signalizacije na temelju županijskog projekta, no zbog devastacije od strane lokalnog stanovništva možda će biti potrebne dodatne intervencije. Dio vlastitih sredstava i dio iz natječaja.

U dogovoru s Gradom i Muzejom grada lloka ponavljamo potrebno je konačno dogovoriti koje interpretacijske table postaviti u staru jezgru i gdje je što dozvoljeno. Za potrebe promocije i prezentacije pribavljat će se adekvatni suveniri, vina i dodatni promidžbeni materijali od drugih.

Nositelj: TZGI, Grad, ostali Rok: kontinuirano

Komunikacija vrijednosti ukupno:39.000kn

4. DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

Turistička zajednica grada lloka konstantno će promovirati Grad kao turističku destinaciju Dunava, starina i vina: kulturno-povijesne atraktivnosti i lokaliteti, kvalitetna vina/eno-gastro turizam i dunavsko-srijemski krajolik i mogućnosti posebnih oblika rekreativnog turizma (bicikl, hodanje, golf..). Troškovi promidžbe pokrivat će se iz odgovarajućih stavki financijskog plana i uz pomoć partnera, sponzora, medijskih i drugih pokrovitelja kroz aktivnosti TZ.

TZ na većim sajmovima samostalno ne planira izlagati, koristiti će se zajedničke nastupe sa drugima, partnerima, osobito strane i lokalne inicijative i pokriće troška. Isto tako sa lokalnim partnerima i/ili TZVSŽ nastupiti zajednički na poslovnim, posebnim radionicama i prezentacijama kao najpraktičnijem, najefikasnijem obliku suradnje s tržištem. Na razini VSŽ planiraju se sajmovi s klasterom Slavonija gdje ćemo sukladno temi ili mogućnostima tražiti direktnije sudjelovanje. Ostalo što se pojavi tijekom godine kao prilika u planu je iskoristiti sukladno mogućnostima. Posebne prezentacije ili sajmovi preko PPS program pratit ćemo ukoliko ih bude, minimalno na način da su naši materijali uključeni.

Studijska putovanja i osjete prvenstveno novinara i touroperatora obuhvaćaju prihvata, vođenje, prevođenje, ugošćavanje i suradnju sa poslovnim partnerima te na izlaznim rezultatima; prevođenje, prilozi-tekstovi, prilozi u elektronskim medijima - TV, radio, web, tisak. posjete agenata, promotora i delegacija koristiti najviše kroz redovni sustav i većinski trošak HTZ-a i kroz Pps, ili u suradnji i uz pomoć suradničkih organizacija te inzistirati da llok ne bude uvijek "posljednja,, destinacija gledajući geografski raspored obilaska jer to često u konačnici rezultira

smanjenjem vremena i kvalitete koje ostaje za llok. Kako je jedna od važnijih zadaća Turističke zajednice upravo promocija destinacije, u tom smislu odradit ćemo stručno-promotivne prezentacije i nastupe na domaćim i stranim stručnim skupovima i sličnome al i lokalni hosting.

Sredstva:9000kn Nositelji: TZGI, TZVSŽ,ostali Rok:kontinuirano tijekom godine

5. Interni marketing,marketinška infrastruktura i ostalo

Očekuje nas obvezno uključivanje i rad na novom centraliziranom sustavu (program, aplikacija) E-Visitor koji će objediniti prijavu-odjavu i sve druge podatke o gostima na razini cijele Hrvatske. U sustav će biti uvezane i Carinska uprava, Mup, DZS... Potrebno tehnički, organizacijski i na druge načine se prilagoditi do 01.01.2016., odnosno dijelom i do tada tijekom 2015.. U ovaj dio spade i sustav arhiviranja i uz to vezane obveze te program Arhinet (zajednički). Edukacija lokalnih dionika i zaposlenih koja (uglavnom) ne zahtjeva dodatna sredstva ili minimalna, bilo da se to odvija kroz sustav seminara HTZ-a ili posebnih tečajeva strukovnih i drugih organizacija. Napraviti prijedlog i novi samostalno vid edukacije postojećih i potencijalnih turističkih djelatnika, prilagođene loklanoj situaciji i potrebama a na način da odrađujemo sami (Ured). Teme: marketing, komuniciranje i odnos s gostima-posjetiteljima, specifičnosti pojedinih oblika turizma i sl., uz prethodni iskaz interesa.

Nadamo se dodatnoj stručnoj edukaciji od strane Glavnog ureda za sustav TZ-a, te prema procjeni i mogućnostima edukacija uposlenog u dijelu kojem je potrebno,odnosno novo. Ukoliko se iznađe sredstava kroz neke od postojećih projekata kojima nismo nositelji realizirati studijske izlete i stručna putovanja u HR i EU kako bi se na praktičan način upoznali sa radom i primjerima turizma. Lokalno na dobrovoljnoj – čvršće povezivanje i suradnja članova zajednice,ponuđača i drugih zainteresiranih na način da se sastaje na različitim lokacijama te razgovara i upoznaje sa aktivnostima drugih, njihovim prednostima, problemima, rješenjima. Prema modelu izrade plana i programa ovo poglavlje odnosi se 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 unutar lokalne sredine, regije i Intranet sustava HTZ-a. Ured TZ već je formiran kao vrsta konzultant instant servisa znanja i informacija koji stoji na usluzi svim zainteresiranima, od Grada pa do pojedinačnih subjekata lokalne, regionalne i međunarodne razine. Ovdje također uključujemo i suradnju sa stranim organizacijama odnosno projektima. Iznos je minimalan s obzirom na financijske mogućnosti u 2016.g. i ne planiramo značajnije aktivnosti, ukoliko se ukaže prilika za doprinos sa strane drugih pokušat ćemo uklopiti i iskoristiti.

Očekujemo da će i nadalje Grad očekivati i tražiti udjel i suradnju na raznim poslovima, dokumentima, kandidaturi na natječaje i fondove, prezentiranju Grada i drugo. Izuzetno je važna dobra i stalna i uska suradnja sa Uredom LAG i TITL, TZVSŽ. Radna i stručna izvješća i podaci prezentirati će se i dostavljati prema ustaljenim regulama i uputama.

Nakon više godina intezivnog rada, ulaganja i promocije stigli smo u fazu 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 najžilavijeg 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. Sredstva: Grad, novi ili tekući projekti, prikladni natječaj, te vlastita - prema mogućnostima,

Sredstva:2500+1500+17.750kn Nositelji: TZGI,Grad,ostali Rok:kontinuirano tijekom godine

6. Financijski plan za 2016. prikaz je očekivanja i mogućnosti u malom iznosu kao i prethodnih godina od ukupno 276.522kn prihoda – rashoda. Predviđeno smanjenje u odnosu na rebalansiranu 2015. je 5,5 %, uključuje izvorne prihode: članarina i boravišna pristojba planirane u sličnom iznosu, proračun Grada u istom iznosu, donacije odnosno transfer preko sustava, dio ostalih prihoda planiran kroz natječaje - ukoliko bude vlastitih mogućnosti, te isto i kroz druge oblike poput sudjelovanja u projektima i aktivnostima sa vanjskim partnerima. Većina stavki je ili u manjem rastu ili manjem padu, ili ista, uz neke iznimke. Index većeg smanjenja kod ostalih izvora rezultat je što smo u 2015. vratili odnosno oprihodili sredstva po prethodnim projektima dok za

2016. trenutno nije moguće predvidjeti nšta slično. Očekujemo da se račun stabilizira i da dio prihoda za poslovanje osiguramo prijenosom (28.000) kako bi pokrivali redovite aktivnosti odnosno troškove. Iznos 30% boravišne pristojbe transferirat će se Gradu te zajedničkim sporazumom predvidjeti namjensko trošenje sukladno Zakonu o boravišnoj pristojbi. U planu rada sredstva su navedena u ukupnom iznosu a razrada je u fin.planu, potrebna je uredska detaljnija razrada te vođenje evidencije troškova dvojno sa knjigovodstvom, u skladu sa konceptom plana i fin.plana neovisno o kontiranju-računovodstvu. Bilanca za 2015.g. bit će nam izvor za detaljniji i bolji uvid u stanje te mogućnosti u prvom tromječju poslovanja te narednim razdobljima kroz periodična izvješća. Tijekom godine po potrebi izvršiti rebalans te usklađivati poslovanje sukladno stanju priljeva i obvezama.

Zaključno:

Kao i prethodnih godina zaključno mišljenje je i dalje važeće: Realizacija plana rada i financijskog plana bit će rezultat dijelom onih činjenica na koje ne možemo utjecati, ili vrlo malo, no s druge strane spleta boljih zajedničkih aktivnosti TZ Grada Iloka, Grada, članova pojedinačno i kao zajedinca, te drugih sudionika, uz neophodnu „diplomaciju“ Iloka i suradnju sa svim raspoloživim organizacijama, medijima i drugim partnerima koji mogu plasirati prodati ili promovirati našu ponudu.

Ponovimo: Ostvarenje plana je moguće isključivo ukoliko svaki segment ponude, svaka institucija i pojedinac rade ono za što su zaduženi, ono što mogu i što svi zajednički vidimo kao zajedničk interes sukladno Zakonu. U suprotnom, ovaj plan i naš rad ostaje nedovoljan i izoliran. Uloga TZ grada Iloka jasno je određena i omeđena Zakonom i Statutom s jedne, te radno - financijskim uvjetima s druge strane. Privatni i javni sektor svaki sa svoje strane ali i zajedno pridonose turističke rezultate.

Plan pretpostavlja da nije moguće sve točno predvidjeti i prognozirati tako da po potrebi treba plan tijekom godine mijenjati ili prilagođavati. Rezultati je moguće također mjeriti i kroz prisutnost i prepoznatljivost Iloka na turističkom tržištu te vlastite ankete. Praćenje i kontrola izvršenja i stanja konstantno će biti radna svakodnevnica i dio materijala na sastancima.

Prilog: Tablica - Prijedlog financijskog plana 2016.