

OPERATIVNI PLAN 2022.

Split, prosinac 2021.

Sadržaj

1. Članstvo	3
2. Projekt Za sva vrimena	21
3. Uloga dioničara.....	36
4. Provedba aktivnosti edukacije, promocije demokratske kulture i zaštite ugleda hajduka i udruge.....	43

1. Članstvo

Hajduk je klub svojih članova od samog osnutka. Od 1911. godine članovi su neodvojiv dio Hajduka i kroz cijelu su povijest svoju pripadnost Hajduku iskazivali članskom iskaznicom. Članstvo u Hajduku osobito je došlo do izražaja u 2021. godini kada smo proslavili velikih i dugih 110 godina Kluba i 110 godina članstva. Članstvo je postojalo od osnutka Kluba, ali je u prvom desetljeću ovog stoljeća gotovo ugašeno, o čemu najbolje govori podatak da je Hajduk od članarine jedne godine uprihodio oko 7.500 kuna.

Kao dio borbe za pošteniji Hajduk, prepoznata je važnost snažnog članstva i mogućnost da upravo članovi biraju Nadzorni odbor kluba na demokratskim izborima. Upravo s tim ciljem je 2011. godine osnovan Naš Hajduk. U 2022. očekuju nas novi demokratski izbori za članove Nadzornog odbora Hajduka. Jedan od glavnih ciljeva Udruge je okupljanje i informiranje članova. U periodu do 2016. godine Hajduk vodi brigu o članstvu, ali broj članova stagnira. Od 2016. godine brigu o odjelu za članstvo nastavlja Udruga Naš Hajduk, a ta godina je bila i rekordna s više od 43.000 članova. Od početka učlanjivanja 2011. na račun Hajduka navijači su kroz članarine uplatili više od 21,6 milijuna kuna.

Procjena je da će do kraja 2021. godine biti učlanjeno 32.500 članova. Početkom godine učlanilo se 70% članova, a većina članova učlanila se bankovnim uplatama, te osobnim putem dolaskom u Odjel za članstvo ili na akcijama učlanjivanja. Prema dobi, članovi su poprilično mlada populacija odnosno od ukupnog broja članova 40% čine oni u dobnoj skupini 19-40 godina.

U ovoj 2021. godini bilježi se veći broj članova u odnosu na 2020. člansku godinu. Tome doprinosi i prilagodba na nepovoljna događanja koja su obilježila 2021. godinu. Tu je prvenstveno vidljiv utjecaj pandemije COVID-19 koja je onemogućila aktivnije djelovanje prema članovima tijekom cijele godine, za razliku od 2020. kada smo u prvih nekoliko mjeseci živjeli bez COVID-19 pandemije. Također, nepovoljan utjecaj na broj članova je i rano ispadanje Hajduka iz europskih natjecanja kroz 2021. godinu. Unatoč svim izazovima, broj članova je u porastu.

Operativni cilj koji je temelj za finansijsko planiranje za 2022. godinu je 35.000 članova. Kako bi se postavljeni cilj ostvario, potrebno je u kontinuitetu provoditi analize članstva (sociodemografska obilježja članova, kontinuitet članstva, trendove i sl.), provoditi kampanje usmjerene

ka ciljanim skupinama prateći smjernice temeljene na provedenim analizama te osnaživati partnerstva i suradnje sa svim dionicima i pojedincima koji dijele ciljeve masovnog članstva. U prvom redu to su Društva prijatelja Hajduka (DPH), sam Hajduk kao i volonteri Našeg Hajduka, DPH-ova i ostalih skupina navijača Hajduka.

Za ostvarenje navedenog cilja u 2022. godini provodit će se sljedeće grupe aktivnosti:

1.1. Promocija članstva prilagođena ciljanim skupinama te promocija članstva u suradnji s Hajdukom

Ključna poruka koju želimo prenijeti članovima i ove godine bit će komunicirana u sklopu slogana *Tebi pripadam*. U prethodnim godinama smo korištenjem slogana stavljali naglasak na grupnu pripadnost Hajduku, vezali se za mjesta i obitelji. Ove godine se okrećemo pojedincima. Odabranim načinima komunikacije želimo da se osoba osvrne oko sebe i pogleda te shvati da pripada Hajduku u svakom (važnom) životnom trenutku. Tako želimo da potencijalni članovi stave sebe u perspektivu člana što može pozitivno utjecati na pogodnosti koje nudimo uz učlanjivanje. Emotivna komponenta i dalje je prisutna, ali se dodatno naglašava ona funkcionalna. Vjerujemo kako će se provođenjem svih planiranih aktivnosti ostvariti povećanje broja članova u odnosu na 2021. godinu.

U prva tri mjeseca očekujemo opet većinu učlanjivanja u 2022. članskoj godini, ali dodatnim aktivnostima želimo privući veći broj članova i u ostatku godine. Putem suradnje s Odjelom za marketing i Odjelom za komunikacije Hajduka, aktivno ćemo promovirati članstvo putem tri komunikacijska vala:

- prvi val fokusiran je na vidljivost članstva i komuniciranje važnosti pripadnosti pojedinca Hajduku kao ključnom porukom kampanje
- drugi val fokusiran je na članove koji nisu još obnovili članstvo a temelji se na novoj mogućnosti skeniranja barkoda te automatskog produljenja članstva čime se ujedno smanjuju i operativni poslovi učlanjivanja te se povećava baza članova
- treći val fokusiran je na direktnu komunikaciju s potencijalnim članovima

Pokazatelji uspjeha aktivnosti promocije članstva u prvom valu bit će broj članova dosegnut na rođendan Hajduka. U prva tri mjeseca godine

održat će se najveći broj terenskih akcija te će se intenzivno koristiti komunikacijske kampanje u cilju većeg broja učlanjenih online preko web stranice ili uplatnice.

Sljedeći intenzivni period promocije članstva veže se uz prodaju pretplata za sezonu 2022./2023. jer se tijekom godina bilježi značajan broj učlanjivanja u tom periodu i značajniji posjet Odjelu za članstvo. U ovom periodu će se naglašeno promovirati i pogodnosti automatskog obnavljanja članstva trajnim nalogom.

Aktivnosti promocije učlanjivanja u posljednja četiri mjeseca 2022. godine biti će usmjerene na direktnu komunikaciju prema pojedincima putem maila, newslettera, telefonskih poziva.

Sve ključne poruke kampanja, sadržajem i kanalima komunikacije, bit će prilagođene specifičnim ciljanim skupinama.

Za vrijeme trajanja cijele članske godine aktivnosti, promocije članstva koordinirat će se s Odjelom za marketing i Odjelom za komunikacije Hajduka.

Pokazatelji provedbe:

- poslano minimalno 50 targetiranih mail kampanja u 2022. godini
- poslano minimalno 50 targetiranih SMS kampanja u 2022. godini
- poslano minimalno 15 newslettera koji promoviraju članstvo
- provedeno minimalno 10 kampanja na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube)
- održano minimalno 10 koordinacijskih sastanaka s marketingom i komunikacijama Hajduka
- provedena analitika trenutnih rezultata učlanjivanja minimalno četiri puta u 2022. godini
- izrađena analiza uspješnosti kampanje promocije članstva

- izrađena evaluacija uspješnosti kampanje promocije članstva
- izrađen plan promocije članstva za 2023. godinu na temelju analize i evaluacije kampanje promocije članstva

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
promotivne akcije učlanjenja u prvom valu												
koordinacija aktivnosti s odjelima marketinga i komunikacija Hajduka												
promocija članstva u periodu prodaje pretplata za novu sezonu												
analiza i evaluacija uspješnosti kampanja promocije članstva												
priprema kampanja za 2023. člansku godinu												

1.2. Promocija i pronalazak novih pogodnosti za članove

U sklopu zadanih godišnjih ciljeva osmišljeno je nekoliko aktivnosti koje bi imale izravan utjecaj na povećanje broja članova te učinile članstvo vrijednijim i privlačnijim široj publici. Kako bi se određene aktivnosti i projekti realizirali nužna je suradnja s ostalim odjelima HNK Hajduka, a samim time ove aktivnosti osnažiti će suradnju Odjela za članstvo s ostalim odjelima HNK Hajduka. Svaka aktivnost se može provesti uz prilagođenu ključnu ovogodišnju poruku pripadnosti Hajduku u svakom trenutku.

Ekskluzivni članski proizvodi

Kroz 2022. godinu cilj je omogućiti članovima što više benefita koje dobiju kroz učlanjivanje. Kao dio ostvarenja tog cilja realizirat će se izrada ekskluzivnih članskih proizvoda koje mogu kupiti samo aktivni članovi. Proizvodi će se kao i svi ostali moći kupiti prodajnim kanalima Hajduka poput Fan shopa ili web shopa.

Nagradni prvi mjesec

S obzirom da se najveći broj ljudi učlanjuje na samom početku godine i kreira pozitivnu percepciju članstva, kroz nagradni natječaj cilj je učlanjenje dodatno potaknuti. Sve osobe koje se učlane kroz prvi mjesec dana postali bi potencijalni dobitnici putovanja koje bi se realiziralo u periodu oko rođendana Hajduka. Ovom inicijativom cilj je potaknuti dodatno učlanjivanje, ali i sve one koji se učlanjuju kroz godinu potaknuti da se učlane na samom početku i time daju doprinos pozitivnoj atmosferi oko učlanjivanja u Hajduk. Uz nagradno putovanje, tokom godine cilj je nastaviti s praksom organiziranja nagradnih igara za članove.

Naljepnice

Kao zahvala svim članovima na pripadnosti koju iskazuju prema Hajduku uz člansku iskaznicu dobit će i naljepnicu. Naljepnica je zamišljena kao znak pažnje za sve koji će u narednoj godini pokazati pripadnost Hajduku. Odabir naljepnice je prije svega iz praktičnih razloga jer je potrebno osmisiliti zahvalu koja se može slati poštom. Uz zahvalu članovima, naljepnica će gdje god bude zalipljena, poticati i druge na članstvo u Hajduku.

Pokazatelji provedbe:

- prodano više od 3.000 ekskluzivnih članskih proizvoda
- provedene nagradne igre za članove
- Izrađene i distribuirane naljepnice svim članovima Hajduka

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
proizvodi za članove												
nagradne igre												
izrada i distribucija naljepnica za članove												

1.3. Terenske akcije u organizaciji DPH-ova i drugih volontera

Odjel za članstvo od 2016. godine provodi redovne izlaske na teren po pozivu DPH-ova ili volontera. Svrha ovakve suradnje je da se potencijalnim članovima olakša učlanjenje te da se osnažuje suradnja s partnerima, prvenstveno DPH-ovima, a zatim i sa drugim navijačkim volonterskim skupinama. U suradnji s Klubom za vrijeme akcija učlanjivanja organiziraju se i aktivnosti koje dodatno promoviraju članstvo ali i sam Klub. Prije svake akcije učlanjivanja osigurana je medijska promocija i grafička priprema plakata za akciju učlanjivanja kako bi osigurali što veću posjećenost.

Putem terenskih akcija članovi dobiju člansku iskaznicu odmah pri učlanjivanju, bez čekanja pošte, čime se povećava zadovoljstvo članova i smanjuju troškovi pošte. 2021. godine održano je oko 70 terenskih akcija u prisustvu predstavnika Odjela za članstvo. Takve akcije uključuju događaje učlanjenja u organizaciji DPH-ova ili volontera Našeg Hajduka ako se radi o akcijama učlanjivanja u gradu Splitu i okolici. Ako se tom broju pridodaju i brojne akcije koje su DPH-ovi samostalno proveli, dolazimo do toga da je putem terenskih akcija učlanjeno više od 19% od ukupno učlanjenih u 2021. godini.

Organizaciju terenskih akcija na kojima se učlani veliki broj članova, realizirat ćemo i u 2022. godini. Poštujući sve epidemiološke mjere koje će biti na snazi veliki broj akcija očekujemo početkom godine odnosno do Hajdukovog 111. rođendana. S obzirom na nepredvidivost utjecaja COVID-19 na uobičajene životne aktivnosti, očekujemo kako ćemo povećan broj terenskih akcija imati i u ljetnim mjesecima, osobito u vrijeme početka nove nogometne sezone.

U 2022. godini predstavnici DPH-ova će i dalje moći samostalno održavati akcije uz izradu iskaznica na licu mjesta. Izrađene iskaznice imat će jednake funkcionalnosti kao i iskaznice izrađene u Odjelu za članstvo. Konkretno to znači kako će na članskim iskaznicama, uz ispis osnovnih podataka o članu, biti ispisani i barkod za Hajduk family club (loyalty program), te QR kod za provjeru osobnih članskih podataka.

U svrhu olakšavanja rada DPH-ovima, volonteri će izraditi DPH aplikaciju. DPH aplikacijom povećava se zadovoljstvo članova zbog dobivanja članske iskaznice na licu mjesta, ali i zadovoljstvo samih volontera DPH zbog veće samostalnosti u radu kada je u pitanju tehničko učlanjivanje u Hajduk i ispis članskih iskaznica.

DPH aplikacija omogućit će DPH-ovima uvid u svoju bazu članstva, uređivanje i ažuriranje podataka članova koji su učlanjeni preko određenog DPH, kreiranje novih članskih profila, učlanjivanje i obnova članstva, ispis članskih iskaznica i potvrda o članstvu, te razni statistički i analitički pregledi. Izrada DPH aplikacije planirana je u nekoliko faza koje će se objavljivati kada određeni novitet bude programiran, testiran i spreman za upotrebu. Svaki DPH odredit će osobu koja će rukovati DPH aplikacijom za potrebe DPH, a ta osoba obvezna je proći osnovnu obuku za rad i korištenje DPH aplikacije. DPH aplikacija bit će povezana s bazom podataka Odjela za članstvo a koja se nalazi u CRM programu Salesforce. Sami print članskih iskaznica bit će moguć onim DPH-ovima koji će imati fizički printer na raspolaganju. DPH aplikacijom ostvaruje se veći broj članova i smanjenje troškova Odjela za članstvo u vidu putnih troškova i troškova pošte.

Pokazatelji provedbe:

- izrađen plan terenskih akcija učlanjivanja
- provedeno najmanje 50 akcija učlanjivanja u organizaciji DPH bez prisutnosti Odjela za članstvo

- provedeno najmanje 20 akcija učlanjivanja uz prisutnost Odjela za članstvo
- učlanjeno najmanje 5500 članova na terenskim akcijama učlanjivanja
- izrađen promotivni materijal za terenske akcije učlanjivanja
- izrađena DPH aplikacija za potrebe terenskih akcija DPH-ova

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
izrađen plan terenskih akcija učlanjivanja												
izrada promotivnog materijala												
izrada DPH aplikacija za potrebe terenskih akcija DPH-ova												
podrška samostanim DPH akcijama												
podrška DPH akcijama na terenima												
organizacija akcija na splitskom području												

1.4. Jačanje suradnje Naš Hajduk – Društva prijatelja Hajduka (DPH)

Kvaliteta suradnje Našeg Hajduka i Društava prijatelja Hajduka važna je za ostvarenje svih ciljeva Udruge.

Društva prijatelja Hajduka postoje od 1949. i od tada promoviraju Hajduk i bave se članstvom koje ima tradiciju od osnutka Hajduka. Početkom tisućljeća aktivnosti Društava prijatelja Hajduka su smanjene što se odrazilo i na pad broja članova Kluba. Uz to, neka Društva prijatelja Hajduka nisu predstavljala i promovirala Hajduk u najboljem svjetlu.

Otkad je Naš Hajduk 2016. godine počeo voditi Odjel za članstvo velika pozornost obraća se suradnji s DPH-ovima što pokazuje i njihova brojnost i udio članova s bazom u nekom od DPH-ova u ukupnom članstvu. Trenutno Hajduk ima 63 DPH-a i u njih je učlanjena polovica članstva. Uvezši u obzir gore navedene podatke odlučeno je dodatno ojačati suradnju s DPH-ovima.

Na snazi je Pravilnik o uređenju odnosa između Hajduka, Društava prijatelja Hajduka i Našeg Hajduka. Svrha je ovog pravilnika strukturirati i koordinirati odnos Našeg Hajduka i Društava prijatelja Hajduka kao i međusobnu koordinaciju između samih DPH-ova. Pravilnik svoje uporište ima u ugovorima između NH, DPH-ova i Kluba, pravilnicima NH te dosadašnjim dobrim praksama.

Kroz 2022. godinu cilj je u prvom tromjesečju sudjelovati na što više terenskih akcija učlanjivanja u organizaciji DPH-ova u krugu od 50 kilometara od Splita. Također, definirana su područja u kojima će se raditi na ojačavanju strukture DPH-a i pomagati u formiranju tima volontera koji će raditi na promociji Hajduka i učlanjivanju u svoju bazu članstva.

U 2022. nastavit će se dobra praksa organiziranja regionalnih susreta DPH-ova koja su se u posljednjih godina pokazali kao veliki uspjeh. Pozitivni utjecaji tih susreta očituju se kroz kvalitetniju suradnju Našeg Hajduka s DPH-ovima te njihovu kvalitetniju međusobnu suradnju.

Ovisno o epidemiološkoj situaciji regionalni susreti organizirat će se uživo ili online. Isto tako nastavit ćemo s praksom dodjele priznanja najuspješnijim DPH-ovima u prethodnoj godini.

Za vrijeme cijele godine, a posebice u zadnjem kvartalu godine, u planu je i posjetiti čim više Skupština pojednih DPH-ova.

U 2022. godini oformit će se tim koji će pomagati DPH-ovima u njihovom radu. Pomoći će se ponajviše očitovati u vidu savjetovanja u boljem funkcioniranju DPH-ova, kvalitetnoj organizaciji terenskih akcija, promociji terenskih akcija i ukupnog djelovanja pojedinog DPH, izradi i primjeni grafičkih i ostalih rješenja u svrhu postizanja jedinstvenog vizualnog identiteta usklađenog sa vizualnim identitetom Odjela za članstvo.

Za vrijeme cijele godine aktivno će se komunicirati s vodstvima DPH-ova kroz online komunikacijsku platformu. Također, s obzirom na posebne okolnosti i aktivnosti DPH-ova slati će se mail i SMS kampanje ciljano njihovim članovima i tako poticati njihov rad.

Ciljevi koje Naš Hajduk ima u 2022. godini će biti prezentirani DPH-ovima i definirat će se njihovi udjeli u ostvarivanjima tih ciljeva. Kroz posljednje tromjesečje bit će izrađena analiza i evaluacija rada s DPH-ovima u protekloj godini i na temelju tih saznanja kreirat će se novi plan aktivnosti za 2023. godinu.

Pokazatelji provedbe:

- sudjelovanje DPH tima na minimalno 20 akcija učlanjivanja u samostalnoj organizaciji DPH-ova
- organizirano minimalno 5 regionalnih susreta DPH-ova
- sudjelovanje predstavnika Našeg Hajduka na minimalno 5 Skupština DPH-ova
- poslano minimalno 100 mail ili SMS kampanja isključivo članstvu DPH-a
- stalna komunikacija s vodstvima DPH-ova
- analiza aktivnosti jačanja suradnje Našeg Hajduka i DPH-ova
- evaluacija aktivnosti jačanja suradnje Našeg Hajduka i DPH-ova
- priprema aktivnosti jačanja suradnje Našeg Hajduka i DPH-ova u 2023. godini na temelju analize i evaluacije rezultata 2022. godine

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
sudjelovanje DPH tima na akcijama učlanjivanja DPH-ova												

organizacija regionalnih susreta s -ovima										
sudjelovanje na skupštinama DPH-ova										
komunikacija s vodstvima DPH-ova										
slanje sms ili mail kampanja										
analiza i evaluacija suradnje našeg hajduka i DPH-ova										
priprema aktivnosti i suradnje za 2023. godinu										

1.5. Organizacija druženja s navijačima Hajduka

Kroz 2021. zbog epidemiološke situacije nismo bili u mogućnosti organizirati planirani broj druženja s navijačima Hajduka. Povoljnija situacija bila je tijekom ljeta, kada smo krajem kolovoza u Splitu organizirali predstavljanje IT rješenja Odjela za članstvo pod imenom "Između tribina i terena". Prikazali smo tehnološke pomake vezane uz rad Odjela za članstvo te razvoj komunikacijskih platformi u posljednjih godinu dana. Prezentirali smo kako je izgledala implementacija Salesforcea, trenutno vodećeg CRM rješenja u svijetu, na primjeru članstva Hajduka, koje su koristi i kakvi su rezultati ovog projekta, ali i izazovi s kojima se susretoao projektni tim iz Odjela za Članstvo Hajduka i Salesforce partnera Maven Mulea. Unatoč nemogućnosti druženja tijekom većine godine, organizirali smo razne nagradne igre u kojima su dobitnici bili aktivni članovi Hajduka. Ciljevi tih aktivnosti su jačanje zajednice, informiranje kroz zabavu i promocija članstva. Navedene aktivnosti pokazale su se kao uspješni projekti.

Temeljem pozitivnih reakcija članova na protekle događaje, kroz 2022. će se nastaviti organizirati takva događanja u onoj mjeri koliko epidemiološka situacija bude dopuštala. U 2022. godini plan je organizirati zimska druženja, te minimalno jedno druženje s navijačima na otvorenom kroz ljetni period. Događanjima u zimskom periodu cilja se na već uključene i aktivne članove koji će se dodatno educirati, međusobno bolje upoznavati i razmjenjivati ideje. Uz to kroz ovaj događaj plan je angažirati i nove volontere. Događanja u ljetnom periodu na otvorenom su ona na kojima se cilja na šиру populaciju navijača Hajduka i stvaranje vidljivosti članstva te promocija vrijednosti Hajduka općenito.

Pokazatelji provedbe:

- organizirana zimska aktivnost druženja s članovima
- organizirana ljetna aktivnost druženja s članovima
- dodatna edukacija članova
- organiziran zabavni program i prostor za promotivne aktivnosti
- razvoj partnerstva kod promocije aktivnosti

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
organizacija i provedba aktivnosti edukacije i druženja s navijačima												

1.6. Aktivnosti komunikacije sa članovima u svrhu promocije članstva

Uz prodajne aktivnosti za početak nove članske godine osmišljeno je i nekoliko komunikacijskih aktivnosti koje će utjecati na povećanu vidljivost, podizanje svijesti navijača o mogućnosti učlanjivanja te u konačnici i na povećanje broja članova u 2022. godini.

Novogodišnji program

U suradnji s HDTV-om izraditi će se i emitirati novogodišnja emisija koja će biti prikazana na samu Novu godinu u popodnevnim satima. Cilj je kroz emisiju

istaknuti važnost članstva te ga dodatno približiti svim navijačima Hajduka. Kroz snimanje emisije bit će izrađen video sadržaj koji će biti moguće i naknadno koristiti.

Lica Hajduka

Hajduk čine ljudi i njihova emocija prema Hajduku. S obzirom da će se sljedeća godina usmjeriti na pojedinca kao navijača Hajduka plan je kroz cijelu godinu predstavljati neke od članova Hajduka i kroz njihove priče dodatno popularizirati članstvo. Svaki član iza sebe krije neku posebnu priču, a nama je plan u narednoj godini pričati te priče i kroz to prikazivati razna lica Hajduka.

Članski video

Kao i prošle godine, i ove će se izraditi video koji promovira članstvo i koji se može koristiti kroz cijelu godinu na cijelom nizu kanala poput društvenih mreža, HDTV-a, semafora. Prošle godine je fokus bio na obitelji, a ove godine je cilj povezati časntno s važnim životnim trenutcima i prikazati da član Hajduka pripada klubu u svakom važnom životnom trenutku.

Redizajn službene stranice članstva

Kroz 2021. godinu omogućena je obnova članstva na novom poboljšanom članskom sučelju. Proces učlanjenja je jednostavniji i brži kako pojedinačnim članovima tako i volonterima DPH-ova. Značajna prednost je što nije potrebno kreirati profil da bi se osoba uspješno učlanila, već se može izravno učlaniti te naknadno kreirati profil. Nova značajka omogućuje jednostavniju proceduru učlanjenja više članova što DPH-ovima olakšava posao.

Početkom 2022. godine planiran je redizajn službene stranice članstva hajduk.hr/clanstvo. Novim vizualnim izgledom članske stranice optimizirat će se pojedini dijelovi weba u cilju i većeg broja učlanjenih tim putem. Također, sve informacije o članstvu bit će dostupne na jednom mjestu. Bit će uvedeni novi segmenti koji će članovima omogućiti dodatno informiranje i edukaciju o članstvu. Uz to, bit će razvijena analitika pomoći koje će se mjeriti uspješnost

stranice.

U 2022. godini člansko sučelje, web stranica hajduk.hr/clanstvo i web stranica Naš Hajduk pravovremeno će se održavati te dodatno razvijati sa novim značjkama.

Ostale aktivnosti direktne komunikacije

Osim već opisanih aktivnosti, planirano je provođenje dodatnih aktivnosti tokom godine.

Tijekom godine kreirat će se upitnici o zadovoljstvu radom Odjela za članstvo. Samo prikupljanje povratnih informacija je u planu provoditi nakon najintenzivnijih perioda u Odjelu za članstvo, a to je iza rođendana Hajduka i nakon europske sezone kluba. U tim periodima je moguće prikupiti najveću količinu kvalitetnih informacija. Povratne informacije bi se prikupljale mailom među članstvom, ali i fokusirano prema DPH-ovima. Kroz ovaj pristup plan je osigurati što veću količinu informacija o većem rasponu tema.

Kroz 2022. godinu nastaviti će se s kampanjama prema ciljanim skupinama i time doprinijeti povećanju broja članova. Uoči nove članske godine poslat će se novogodišnja pisma članovima koja za cilj imaju dodatno educiranje o važnosti članstva, te poziv na učlanjenje.

U 2022. godini nastaviti će se s praksom komunikacije s članovima putem medija izravne komunikacije, odnosno aplikacija WhatsApp i Viber. Članovima će preko navedenih kanala Odjel za članstvo biti dostupan u vremenu rada Odjela. Članovi će se moći informirati, poslati upit, razjasniti eventualne nejasnoće te dobiti podršku u realizaciji učlanjenja.

Direktna komunikacija osigurava i prostor za prikupljanje mišljenja, ideja i stavova od strane članova kao važnim povratnim informacijama za kreiranje smjernica za daljnji rad. S praksom direktne i dvosmjerne komunikacije nastaviti će se i u 2022. godini.

Pokazatelji provedbe:

- pripremljena i provedena komunikacijska aktivnost s ciljem povećanja broja članova i popularizacije članstva

- redizajnirana hajduk.hr/clanstvo web stranica sa zanimljivim informacijama i mogućnostima izravne komunikacije s Odjelom za članstvo
- redovno administriranje hajduk.hr/clanstvo web stranice
- uvedena analitika za procjenu rezultata hajduk.hr/clanstvo web stranice
- provedene ankete u svrhu dalnjih poboljšanja usluga
- prema neaktivnim članovima provedene email kampanje koje sadrže predefinirani barkod za učlanjenje
- provedena poštanska kampanja usmjerena članovima od 2019. godine, koji nisu produžili članstvo u 2022. godini
- provedena priprema aktivnosti za 2023. godinu na temelju izrađenih analiza o poboljšanju usluge

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
realizacija novogodišnjeg programa												
izravna komunikacija putem redizajnirane hajduk.hr/clanstvo stranice												
provođenje anketa u svrhu dalnjih poboljšanja usluga												
slanje email kampanja s barkodom prema neaktivnim članovima												
korisnička podrška članovima preko WhatsApp i Viber platformi												
slanje novogodišnjeg pisma												

1.7. Nastavak razvoja CRM Salesforce

Kroz posljednje četiri godine značajni resursi uloženi su u jedan od najboljih svjetskih softwarea za odnose sa klijentima CRM Salesforce. Kroz 2021. godinu implementirane su brojne mogućnosti koje nudi Salesforce pomoću kojih je izvršena analitika članstva od 2011. godine. Kroz analizu su prikupljeni kvalitativni i kvantitativni podaci koji su predstavljeni Upravnom odboru Našeg Hajduka i Hajduku. Analizom su definirane ciljane skupine kojima će se Odjel za članstvo Hajduka kroz promotivne aktivnosti obraćati tijekom 2022. godine. Rezultati provedene analize podloga su za ostvarenje ove aktivnosti.

U 2022. godini u planu je implementacija sljedećih većih funkcionalnosti (vidljive niže), uz redovitu implementaciju manjih novih i poboljšanja postojećih funkcionalnosti.

Standardizacija korištenja adresnih podataka

Implementacija funkcionalnosti kojom će se standardizirati trenutni adresni podaci, te osigurati ispravno korištenje adresnih podataka Članova preko različitih kanala. Ciljevi ove funkcionalnosti su smanjenje količine neuspjele komunikacije s Članovima, te smanjenje grešaka i kasnijeg manualnog rada na adresnim podacima.

Virtualna uplatnica uz korištenje 2D koda

Nakon implementacije dinamičkog 2D koda za plaćanje u 2021., u 2022. planira se implementirati funkcionalnost generiranja uplatnica što je trenutno funkcionalnost koja se nalazi van CRM Salesforce rješenja. Ciljevi ove funkcionalnosti su smanjenje ovisnosti o drugim sustavima, te povećanje agilnosti planiranja i provođenja kampanja prema članstvu.

Integracija Hajduk Digital TV platforme i CRM Salesforce

Integracija Hajduk Digital TV platforme s CRM Salesforce rješenjem u svrhu dohvata/provjere informacija o Članovima, te apliciranja za buduće pogodnosti

na proizvode/pakete na Hajduk Digital TV platformi. Cilj ove funkcionalnosti je ostvarivanje tehničkih preduvjeta za ostvarivanje budućih pogodnosti za članove Hajduka.

Integracija CRM Salesforce i interne aplikacije DPH App

Omogućavanje dohvata i ažuriranja članskih podataka te izrada novog ili produljivanje trenutnog članstva za DPH web aplikacije (čiji će korisnici biti DPH ovi).

Ciljevi ove funkcionalnosti su ostvarivanje tehničkih preduvjeta za implementaciju složenih funkcionalnosti na budućoj DPH App aplikaciji, te ubrzanje komunikacije i olakšavanje rada DPH-ovima i Odjelu za članstvo.

Unaprjeđenje integracije između Hajduk Webshopa (Članskog sučelja) i CRM Salesforce

Integracija dodatnih članskih podataka. Cilj ove funkcionalnosti je olakšavanje podrške članovima i ubrzanje rješavanja problema.

Implementacija potrebnih IT/tehničkih procesa za provođenje izbora za Nadzorni odbor Hajduka u 2022.

Implementacija funkcionalnosti za provedbu izbora za Nadzorni odbor Hajduka 2022. godine, što uključuje funkcionalnosti komunikacije, planiranja aktivnosti, operativnog izvještavanja itd. Ciljevi ove funkcionalnosti su olakšavanje internih aktivnosti planiranja i provedbe izbora za Nadzorni odbor Hajduka 2022. godine, te olakšavanje komunikacije s Članovima na temu provođenja izbora za Nadzorni odbor Hajduka 2022. godine.

Početak implementacije procesa anketiranja članstva

Implementacija funkcionalnosti za provedbu anketiranja članova prema određenim kriterijima, uz manje automatizacije, te mogućnost analize podataka. Cilj ove funkcionalnosti je istraživanje zadovoljstva članova kao preduvjet za promjene određenih procesa.

Pokazatelji provedbe:

- implementirana funkcionalnosti standardizacije korištenja adresnih podataka
- kreirana virtualna uplatnica uz korištenje 2D barkoda
- integriran CRM Salesforce i Hajduk Digital TV
- unaprjeđena integracija između članskog sučelja i CRM Salesforce
- implementirana funkcionalnost za provedbu Izbora za Nadzorni odbor Hajduka 2022. godine
- provedene minimalno četiri ankete prema članovima korištenjem CRM Salesforce

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
standardizacija korištenja adresnih podataka												
integracija Hajduk Digital TV platforme i CRM Salesforce												
integracija CRM Salesforce i interne aplikacije DPH App												
unaprjeđenje integracije između članskog sučelja i CRM Salesforce												
implementiranje potrebnih procesa za provođenje NO Izbora 2022.												
provođenje anketa prema članovima korištenjem CRM Salesforce												

2. Projekt Za sva vrimena

Otkup dionica HNK Hajduk š.d.d. Split aktivnost je u funkciji zaštite članskog modela kao jednog od glavnih statutarnih ciljeva Udruge Naš Hajduk. Ova aktivnost započela je u mjesecu svibnju 2016. godine s formiranjem posebnog odjela unutar Udruge, a s ciljem prikupljanja sredstava za otkup dionica HNK Hajduk š.d.d. Split. Prve aktivnosti odjela odnose se na segmentaciju tržišta, formiranje ciljanih skupina, kao i analize predloženih projektnih aktivnosti koje su rezultat prethodnog promišljanja članova Udruge i Upravnog odbora.

Udruga je 16.10.2016. zaključila kupovinu 24,53% dionica HNK Hajduk od poduzeća Tommy te se potpisom kupoprodajnog ugovora obvezala otplatiti 35.395.000,00 HRK u 20 jednakih obroka kroz idućih 10 godina. To znači kako Udruga za servisiranje svojih obveza prema poduzeću Tommy d.o.o. godišnje mora prikupiti neto iznos od 3.539.500,00 HRK.

Udruga je dosad uredno servisirala svoje obveze za 2017., 2018., 2019., 2020. i 2021. godinu, pa je zaključno s 30.11.2021. otplaćeno dionica u vrijednosti 17.697.499,82 kn. U nastavku će biti prikazani finansijski ciljevi i grupe aktivnosti koje moraju rezultirati nastavkom redovite otplate stečenih 24,53% dionica i u 2022. godini.

Također, tijekom 2021. godine, Udruga je aktivno pratila status ostalih dostupnih dionica na tržištu. Navedeno je rezultiralo stjecanjem novih 10.000 dionica, što predstavlja 1,86% temeljnog kapitala. Naime, u svibnju 2021. godine Udruga je poslala ponudu u iznosu od 455.026,39 kn za dionice HNK Hajduk š.d.d. u vlasništvu Konstruktor-inženjering d.d. koje su se na tržištu našle putem javne dražbe stečajnog postupka navedenog poduzeća. Navedena ponuda bila je najveća ponuda na javnoj držabi, čime je Udruga stekla kontrolni paket dionica, odnosno 26,39%. Nakon potpisa Ugovora, Udruga je provela kratkoročni projekt s ciljem prikupljanja navedenog iznosa u idućih par mjeseci, kako od fizičkih, tako i od pravnih osoba.

Navedena reakcija na tržištu nije ugrozila već postojeće obveze prema poduzeću Tommy što je bio važan preduvjet ove aktivnosti.

Osim ove transakcije, Udruga je u proteklom razdoblju pristupila i poduzeću Studenac d.o.o. koje u svojoj bilanci također ima 10.000 dionica HNK Hajduk š.d.d., odnosno 1,86%. Poduzeće Studenac d.o.o. prepoznalo je snagu članova Hajduka, postavljene ciljeve Udruge, te pristalo donirati navedene dionice, čime smo povećali vlasnički udio u HNK Hajduk š.d.d. na 28,25%.

Ovom transakcijom, na tržištu je ostao još jedan dioničar s paketom od 1,86% dionica - Kerum d.o.o u stečaju. Udruga je u listopadu 2021. godine poslala pismo namjere i pokazala interes za kupnjom i tih 10.000 dionica.

U tekućoj godini vrijedi istaknuti donaciju Društva prijatelja Hajduka Osijek. U proteklih 5 godina, svojim aukcijama prikupili su iznos od 565.961,42 kn, te ga donirali Udruzi u svrhu otkupa dionica. Poslije donacije poduzeća Tommy d.o.o. u iznosu od 1.800.000 kn, najveća je to pojedinačna novčana donacija jednog donatora.

Tablica 1. Financijski ciljevi projekta Za sva vrimena za 2022. godinu i usporedba s prethodnim razdobljem

PRIHODI	31.12.2018.	31.12.2019.	31.12.2020.	31.12.2021.*	31.12.2022.
Stabilni prihod	1.837.299,00 kn	2.262.322,14 kn	2.497.113,00 kn	2.846.536,69 kn	3.300.000,00 kn
Jednokratni prihod	594.909,00 kn	1.338.957,86 kn	1.382.327,00 kn	2.296.199,00 kn	1.400.000,00 kn

UKUPNO	2.432.208,00 kn	3.601.280,00 kn	3.879.440,00 kn	5.142.735,69 kn	4.700.000,00 kn
---------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------	------------------------

*projekcija do kraja godine

Stabilan prihod najvažniji je oblik prihoda u okviru projekta Za sva vrimena (ZSV). To su prihodi od mjesecnih donatora koji mjesечно doniraju određeni iznos. Stabilni prihodi temelj su za dugoročno planiranje i izrazito bitni u kontekstu upravljanja novčanim tijekom. Jednokratni prihod odnosi se na sve druge uplate koje nemaju ponavljajući karakter. Tablica se odnosi na ZSV prihode, te nisu uključeni ostali prihodi (npr. prihodi od dobivenih sudskih postupaka, prihodi od donacije DPH Osijek).

U tablici su prikazani rezultati u proteklom razdoblju, te iskazani ciljevi za 2022. godinu. Proteklu godinu za cilj smo postavili prihod od 5.000.000 kn koji se temeljio na aktivnostima otvorenja parka "Za sva vrimena" i posljedičnoj povećanoj potražnji nakon unosa prvih imena donatora u park. U našim projekcijama, planirali smo značajnije povećanje jednokratnih prihoda (2.400.000 kn), odnosno veći broj donatora koji će iznos od 7.500 kn donirati jednokratno ili na ponuđeni broj rata putem bankovne kartice. Stabilne prihode planirali smo u 2021. na razini sličnoj kao i 2020. godine (2.600.000 kn) s obzirom na vjerojatnost preljevanja donatora iz grupe mjesecnih u grupu jednokratnih povodom otvorenja parka. S obzirom na skorašnji kraj godine, iznijeti ćemo kratki osvrt na realizaciju postavljenih finansijskih ciljeva. Do kraja tekuće godine ostao je još mjesec prosinac, pa s velikom preciznošću možemo projicirati konačni rezultat.

- **Ukupni prihodi: 5.142.735 kn** – realizirano 102,80% u odnosu na planirano

- **Stabilni prihodi: 2.846.536 kn** - realizirano 109,50% u odnosu na planirano

- **Jednokratni prihodi: 2.296.199 kn** - realizirano 95,50% u odnosu na planirano

Ovakvi rezultati govore kako smo u tekućoj godini uspjeli ostvariti rast stabilnih prihoda unatoč određenom broju ukidanja mjesečnih donacija od strane donatora koji dođu do iznosa od 7.500 kn. Naime, taj broj uspjeli smo kompenzirati većim rastom novih mjesečnih donatora, te je ostvareno povećanje stabilnih prihoda kao najkvalitetnijeg izvora prihoda. S druge strane, realizacija jednokratnih prihoda ostvarena je u iznosu od 95,50%, a glavni razlog manjem rezultatu od planiranog pronalazimo u nešto manjim jednokratnim prihodima povodom otvorenja parka u odnosu na planirane.

Naime internom analizom, utvrdili smo kako je iznos od 7.500 kn preveliki jednokratni iznos za definirane ciljne skupine povodom otvorenja, te smo u nastavku godine fokus vratili na mjesečne donacije kao lakši ulazak donatora u projekt, tijekom kojeg uvijek ima opciju dolaska do ciljanog iznosa i dodatnim jednokratnim uplatama što se u praksi često i dogodi.

Financijski cilj za iduću godinu postavljen je na razinu od 4.700.000 kn. Kao i ranije, navedeni iznos ćemo podijeliti na:

a) Stabilni prihodi: **3.300.000 kn**, odnosno 15,9% više u odnosu na 2021. godinu. Na tragu naše interne analize povodom otvorenja parka, zaključili smo kako je i dalje najpoželjniji način donacija novim donatorima - mjesečne donacije, te je u planu nastaviti s aktivnostima s ciljem privlačenja novih donatora s opcijom trenutne rezervacije mesta (minimalno 150 kn mjesečno).

b) Jednokratni prihodi: **1.400.000 kn**, odnosno 1,2% više u odnosu na 2020. godinu. S obzirom na proteklu godinu kao godinu otvorenja parka, ciljevi su postavljeni ambicioznije u odnosu na 2020. godinu. Efekt otvorenja parka dogodio se tijekom 2021. godine, pa je za usporedbu postavljenih jednokratnih financijskih ciljeva ispravnije kao referentnu godinu uzeti 2020. godinu u kojoj nije bilo ovako značajnog događaja.

Strukturu jednokratnih prihoda možemo podijeliti na uplate novih donatora (fizičkih i pravnih osoba), te uplate postojećih donatora kojima dolaze do iznosa od 7.500 kn ili do novog donatorskog praga prezentiranog na početku 2022. godine.

U sklopu projekta Za sva vrimena u 2022. provodit će se sljedeće grupe aktivnosti:

1. Nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“
2. Komunikacijske i promotivne aktivnosti s ciljem privlačenja novih sudionika projekta „Za sva vrimena“
3. Organizacija ZSV aktivnosti u sklopu Društava prijatelja Hajduka
4. Nastavak projekta s pravnim osobama kao ciljnom skupinom

2.1. Nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“ - ključnog projekta otkupa dionica

Projekt Za sva vrimena rezultat je interne analize sa zaključkom o nužnosti pokretanja projekta donatorske prirode koji će osigurati trajni mjesecni prihod, zadovoljiti kriterij sudjelovanja neovisno o platežnoj moći ciljnih skupina i što je najvažnije osigurati stabilan godišnji prihod koji će pokrивati većinu iznosa jednog godišnjeg obroka za otplatu dionica – 3.539.500,00 HRK. Projektu je prethodila segmentacija tržišta i definiranje ciljnih skupina.

Projekt je prvotno predstavljen članovima Udruge 13.06.2017 svečanom ceremonijom u punoj kongresnoj dvorani Fakultetu elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje u Splitu. Nakon toga, projekt je 18.06.2017. predstavljen i ostalim ciljnim skupinama i zainteresiranoj javnosti programom na splitskoj Rivi.

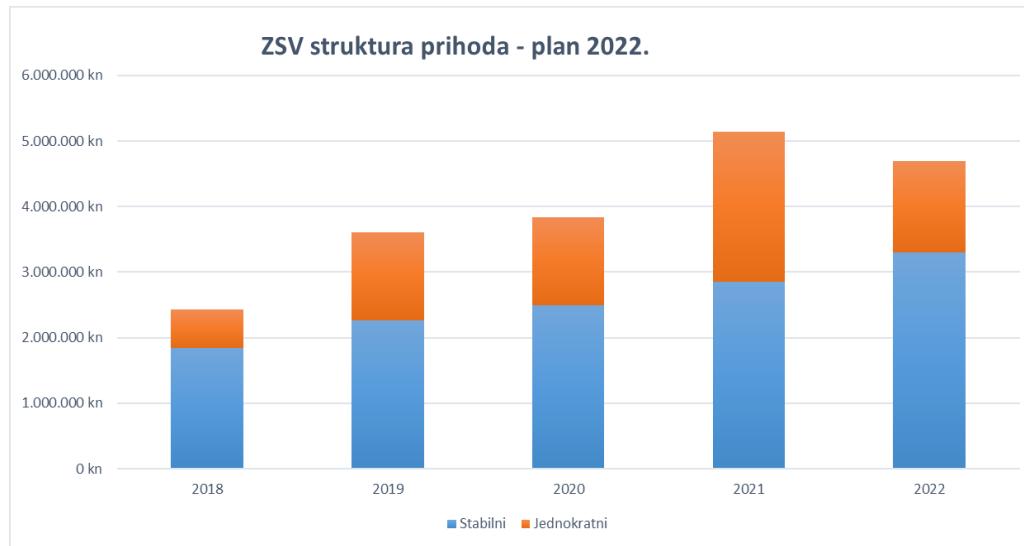
U sklopu projekta, tijekom 2020. godine na Poljudu realiziran je park „Za sva vrimena“ kao jedna vrsta trajnog spomenika onima koji daju najveći obol u ostvarivanju konačnog cilja - Hajduka u vlasništvu svojih članova. Svi donatori koji od 2016. godine doniraju iznos od 7.500,00 kn naći će svoje ime u sklopu izgrađenog parka.

Tekuću 2021. godinu obilježila su dva događaja:

1. Otvorenje parka „Za sva vrimena“ – sukladno operativnom planu za 2021., ovo je bila godina koju je obilježilo otvorenje parka i realizacija plana aktivnosti povezanih s otvorenjem. Početak godine obilježila je neizvjesnost oko epidemiološke situacije u zemlji što je značilo nemogućnost jasnog definiranja datuma otvorenja, te potrebu za brzom prilagodbom i pokretanjem aktivnosti kad se za to stvore uvjeti. Poučeni iskustvima iz 2020. godine, odlučili smo se za početak nove sezone i ljetne mjeseca kao najprikladniji termin za svečanost otvorenja parka „Za sva vrimena“.
2. Kupnja 10.000 dionica (1,86%) Konstruktor d.d. u stečaju po cijeni od 455.026,39 kn što je značilo replaniranje i novi sprint projekt u svibnju i lipnju tekuće godine. Naime, za cilj smo postavili prikupiti većinu navedenog iznosa novim projektom kratkog trajanja. Preuzetu neplaniranu obvezu željeli smo financirati novim, ranije neplaniranim prihodom. S obzirom na već pokrenute aktivnosti oko otvorenja parka, potrebno je bilo osmisiliti projekt koji ne bi značajno ugrozio raniji plan i spomenute aktivnosti. Kao rezultat, krenuli smo s projektom za postojeće donatore i pravne osobe, te prikupili 87,16% navedenog iznosa, dok smo razliku pokrili od ranijih zaliha.

Zaključno, preko 90% planiranih aktivnosti iz operativnog plana 2021. realizirane su unatoč potrebi brze prilagodbe hodograma spomenutim vanjskim utjecajima. Detaljniji izvještaj godine bit će kao i dosada prikazan u Izvještaju o radu Udruge koji se članovima skupštine podnosi na jednoj od skupština iduće kalendarske godine.

Grafikon: Vizualizacija prihoda Za sva vrimena za period 2018.-2022.



Osvrt na ključne pokazatelje za 2021. u odnosu na 2020. godinu:

- Projicirani rast ukupnih prihoda u iznosu od 1.305.429 kn, odnosno 34,02%
- Rast stabilnih prihoda u iznosu od 353.771 kn, odnosno 14,19%
- Rast jednokratnih prihoda u iznosu od 951.658 kn, odnosno 70,78%

- Rast broja 7500+ donatora sa 701 na 1228 (02.12.2021.), odnosno 75,17%

Navedeni pokazatelji pokazuju uspješan nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“ u 2021. godini. Rezultat je to ne samo otvorenja parka, već i organizacijskih promjena unutar tima koji se bavi otkupom dionica, te povećanjem ljudskih resursa kako bi uspjeli realizirati sve aktivnosti planirane u ovoj bitnoj godini u kojoj je pored servisiranja godišnje obveze planiran i višak prihoda za buduća razdoblja.

U narednoj godini naglasak ćemo vratiti na broj novih mjesecnih donatora i povećanje stabilnih prihoda. U 2021. godini fokus je bio na jednokratnom prihodu zbog otvorenja parka. U 2022. godini u fokus stavljamo još jedan bitan pokazatelj – broj novih donatora. Naime, očekujemo tekuću godinu završiti s 650 novih donatora, te smo u narednoj godini za cilj postavili identičnih 650 donatora. Praksa pokazuje kako velika većina uključenih donatora, prije ili kasnije, dođu do zacrtanog iznosa od 7.500 kn, neovisno o početnoj dinamici uplata. Samim time, naš fokus treba biti na uključenju novih donatora. Oni će neovisno o modelu donacija, biti motivirani brojnim svečanostima dodjele zahvale kao stalnim podsjetnicima kako do pločice u parku mogu doći i prije zacrtanog plana. U idućoj godini očekujemo i rezervaciju svih preostalih mesta s prednje strane parka ZSV, te otvaranje novih mesta s bočne ili zadnje strane elemenata.

Krajem tekuće godine, uveli smo i novi način mjesecnih donacija putem kartice, čime smo znatno olakšali mogućnosti mjesecnih donacija iz inozemstva. To će omogućiti lakši pristup određenim ciljnim skupinama kojima Paypal nije bio najbolje rješenje za ugovaranje mjesecnih donacija.

U nastavku ćemo prikazati planirane aktivnosti u funkciji ostvarivanja zacrtanih finansijskih ciljeva.

Pokazatelji nastavka provedbe projekta „Za sva vrimena“

- Postavljene nove pločice s prednje strane parka „Za sva vrimena“

- Otvaranje novih mesta u parku „Za sva vrimena“ – bočna ili zadnja strana
- Ažuriranje i nadogradnja sučelja za pregled slobodnih mesta i uključenje u projekt sukladno novim mjestima u parku
- Migracija donatorske baze podataka u Salesforce člansku bazu, uz prethodnu cost/benefit analizu
- Organizirana velika svečanost otvorenja parka „Za sva vrimena“ na Poljudu s ciljem osiguravanja vidljivosti parka na nacionalnoj razini
- Izrada kvartalnih planova aktivnosti, te prilagodba ovisno o realizaciji
- Postavljen novi prag nakon kojeg donator dobiva novi oblik zahvale
- Organizacija dvije svečanosti unosa novih pločica u park tijekom 2022. godine - proljeće i jesen
- Izrada novih godišnjih zahvalnica za sudionike „ZSV“ projekta
- Kontinuirano informiranje donatora o statusu i odgovaranje na upite – backoffice aktivnosti
- Interna edukacija zaposlenika Odjela za članstvo s ciljem informiranja o novostima „ZSV“ projekta radi točne informacije prema ciljnim skupinama – kontinuirano
- Cross-selling aktivnosti: terensko učlanjivanje za 2022. u Splitu i okolici u funkciji privlačenja novih donatora
- Naplata SEPA naloga – u Q4/2021 započeli smo s pozivima prema donatorima s 3 i više uzastopnih nenaplaćenih mjesečnih naloga. Navedeno ćemo nastaviti i u Q1/2022

2.2. Komunikacijske i promotivne aktivnosti s ciljem privlačenja novih sudionika projekta „Za sva vrimena“

Nakon komunikacijski intenzivne 2021. godine, u 2022. godini vraćamo se standardnim komunikacijskim izazovima. U zadnjem kvartalu tekuće godine započeli smo proces unaprjeđenja analitike svih vrsta digitalnog oglašavanja, s ciljem usmjeravanja komunikacijskih aktivnosti na one platforme koje donose najveći stupanj konverzije. Većina komunikacijskih sadržaja (web grafike, video sadržaj) zasnovani su na volonterskim resursima Udruge, odnosno volontera koji u slobodno vrijeme produciraju sadržaj na prijedlog tima otkup. U Q4/2021 Udruzi se priključilo nekoliko novih volontera u ovom segmentu, pa se nadamo većoj mogućnosti prilagodbe sadržaja, ovisno o ciljnoj skupini kojom se obraćamo.

U planu aktivnosti povodom otvorenja parka, definirane su i nove ciljne skupine kojima ćemo pristupiti nakon otvorenja parka. Jedan dio tih aktivnosti je realizirano, a jedan dio će se nastaviti i u narednoj godini. U prvom planu tu se misli na ciljne skupine koje su manje motivirane otkupom dionica, a više svojim imenom pokraj voljenog Kluba. Komunikacijskim aktivnostima želimo probuditi osjećaj ponosa svakom čije se ime nađe u tematskom parku, svjesni da su bili dio nečeg velikog, nečeg što radimo za nas same, ali i generacijama koje dolaze.

Unatoč većem naglasku na digitalne oblike komunikacije, važnost direktnе komunikacije kroz terenske i call centar aktivnosti ostaju u fokusu i u narednoj godini.

Također važan komunikacijski cilj, zadržavanje je postojećih donatora koji će u tekućoj godini doći do 7.500 kn, tj. prenijeti im važnost OSTANKA u ZSV projektu sve dok traje proces otplate stečenih 24,53% dionica. Tome će pomoći i novi oblik zahvale za one koji nastave s donacijama i dođu do određenog iznosa.

Pokazatelji provedbe komunikacijskih aktivnosti:

- Call centar aktivnosti po prethodno odrađenoj segmentaciji i prioritizaciji (neaktivni donatori, donatori inozemstvo) – minimalno 400 poziva

- Call centar aktivnosti prema potencijalnim donatorima (pop up donatori, web pokušaji donacija...) - minimalno 200 poziva
- direktne osobne aktivnosti u parku – atraktivne utakmice i veći priljev navijača na Poljudu
- direktne osobne aktivnosti aktivnosti u Odjelu za članstvo – kontinuirano tijekom godine
- realizirana božićna kampanja s ciljem privlačenja novih donatora
- komunikacijske kampanje koje prate Svečanosti dodjele zahvalnica
- komunikacijska kampanja s ciljem promocije novih zahvala za donatore
- komunikacijski planovi kao sastavni dio kvartalnih planova privlačenja donatora – 4 plana
- Youtube oglašavanje – minimalno 6 kampanja
- Facebook oglašavanje – minimalno 16 kampanja
- Korištenje SMS-a prema članovima/donatorima za lokalno targetiranje tijekom terenskih aktivnosti – minimalno 10 kampanja
- Nastavak redovite komunikacije putem newslettera s novostima ZSV projekta – minimalno 10 slanja
- Medijska priopćenja u funkciji informiranja i motiviranja sudionika na sudjelovanje u ZSV projektu– minimalno 16 priopćenja
- Osmišljena i provedena komunikacijska kampanja za pravne osobe

2.3. Organizacija ZSV aktivnosti u sklopu Društava prijatelja Hajduka

Godina 2021. na razini je najuspješnije 2019. godine po pitanu ZSV aktivnosti u organizaciji Društava prijatelja Hajduka. Na početku tekuće godine uspjeli smo uspostaviti bolji sustav rada, usuglasili ciljeve na razini godine i mjeseca, te aktivno pratili rad tijekom cijele godine. Pogotovo je realizacija plana bila uspješna u Q1/2021. godine. Održali smo i nekoliko web susreta, uspostavili sistem nagrađivanja najboljih, održali glavni Susret društava prijatelja Hajduka na Poljudu, kao i regionalne susrete u većini regija.

U narednoj 2022. godine cilj je nastaviti s uspostavljenim sustavom rada, postaviti nove ciljeve i aktivno pratiti ostvarene rezultate, te biti stalno na raspolaganju i pomoći. Posebno je bitno iskoristiti novu člansku godinu i razne terenske aktivnosti koje se tradicionalno očekuju u tom periodu godine.

Do kraja godine, valja pripremiti zasebni plan rada u ovom segmentu čime ćemo od samog početka godine krenuti s planskim i sustavnim aktivnostima zajedno s akcijama učlanjenja.

Pokazatelji provedbe DPH aktivnosti

- Postavljeni ciljevi na mjesečnoj i godišnjoj razini za svaki DPH
- Intenzivna komunikacija s DPH ZSV operaterom. Detektirati manje aktivne i inicirati pronašetak zamjene
- Svaka terenska akcija ima ZSV operatera koji će aktivno promovirati i na licu mjesta uključivati nove donatore među članovima
- Nastavak praćenje ostvarenih rezultata i brojeva putem Slack kanala
- Polumjesečni i mjesečni izvještaji putem Slack kanala
- Mjesečni izvještaji i rezultati na društvenim mrežama

- Komunikacija i usuglašavanje godišnjih ciljeva s DPH vodstvima
- Organizacija web konferencije povodom početka provedbe operativnog plana
- Regionalne edukacije za ZSV operatere na regionalnim DPH susretima
- Suorganizacija DPH konferencije na Poljudu – razmjena ZSV iskustava, pregled prolaznog vremena i nagrađivanje najboljih
- Dodijeljene nagrade najboljim DPH ovima u protekloj godini
- Kontinuirani pregled članskih baza svakog DPH-a od strane ZSV operatera i stvaranje baze potencijalnih donatora

2.4. Nastavak projekta s pravnim osobama kao ciljnom skupinom

U tekućoj godini, krenuli smo s aktivnostima prema pravnim osobama što je rezultiralo prvim pločicama pravnih osoba na elementu K1 parka „Za sva vrimena“. Unatoč ranijem planu starta ovih aktivnosti paralelno s otvorenjem parka, stjecanje novih 1,86% dionica, utjecalo je na inicijalni plan te smo u sklopu sprint projekta u svibnju, prvi put pristupili određenom broju pravnih osoba (direktni pristup) s dva donacijska paketa: 10.000 kn i 25.000 kn koji su uključivali različite oblike simboličnih zahvala za donaciju. Bilo je to i svojevršno ponovno istraživanje tržišta koje smo planirali u tekućoj godini, kako bi došli do određenih zaključaka o potencijalu ovog segmenta i načinu kako taj potencijal najbolje ostvariti. U pravilu smo pristupali poduzećima za koja smo znali kako su u vlasničkim ili upravljačkim strukturama naši članovi. U tih mjesec dana, pristupili smo 23 poduzeća, od kojih je njih 12 na kraju pristalo na donaciju odabравši jedan od ponuđena dva paketa.

Navedena dva paketa smo zadržali i nakon otvorenja parka, ali u našim aktivnostima privlačenja donatora, fokus smo i dalje zadržali na fizičkim donatorima. Prvi razlog je bio nemogućnost kvalitetne obrade i jednog i drugog segmenta, kao i ranije spomenute već odrađene aktivnosti prema pravnim osobama u

svibnju. Jednostavnom analizom utvrdili smo kako je ulaganje u uključivanja novog donatora iz kategorije pravnih osoba znatno veći od potrebne razine ulaganja u uključivanja novog donatora/fizičke osobe koji odluku donosi samostalno i za sebe. Dok još imamo značajnog potencijala među našom bazom navijača aktivnosti smo usmjerili u ostvarivanje tog potencijala.

Također, segmentirali smo pravne osobe u dvije glavne skupine:

- mala i srednja poduzeća u vlasništvu navijača Hajduka
- velika poduzeća s našim članovima na rukovodećim pozicijama, ali kompleksnom procedurom odlučivanja

Inicijalno zamišljen projekta kao poslovne zajednice s ciljem stvaranja trajnog partnerskog odnosa s poduzećima na bazi redovitih mjesecnih/godišnjih donacija podrazumijeva i značajna ulaganja u taj odnos, kako vremenska, tako i finansijska. On je kao takav pogodan za prvi segment poduzeća kojima bi neki mjesечni iznos donacije bio znatno prihvatljiviji od jednokratne donacije od 10.000 kn. Ugovaranje mjesecnih donacija pravnih osoba značajno je olakšano uvođenjem opcije kartičnih mjesecnih donacija krajem tekuće godine, budući je putem SEPA izravnog terećenja potencijalni donator, odnosno ovlaštena osoba unutar poduzeća, morao osobno otici za ugovoriti donaciju u poslovnici banke.

Za drugi segment, odnosno velika poduzeća planiramo individualni pristup s projektom osmišljenim za odabранo poduzeće, a koji bi za posljedicu imao i veći ugovoreni iznos donacije od ranije spomenutih paketa. U idućoj godini planiramo pristupiti barem jednom poduzeću iz ove kategorije i realizirati značajniji iznos donacije.

Pokazatelji provedbe programa aktivnosti realizacije projekta namijenjenog pravnim osobama

- Osvježiti raniju projektnu ideju i ponovo odraditi *benchmarking* raznih poslovnih hubova pri europskim nogometnim klubovima

- Realizirati projekt prema jednom velikom poduzeću s kustomiziranim prijedlogom i značajnim iznosom donacije
- Nadopunjavati bazu leadova – u kontinuitetu
- Pronalazak novih donatora po postojećim paketima - u kontinuitetu
- Formiran tim volontera Našeg Hajduka po regijama s ciljem realizacije aktivnosti prema segmentu manjih i srednjih poduzeća
- Formiran interni odjel Našeg Hajduka koji će se baviti dominantno odnosima s pravnim osobama

Grafikon: Prikaz provedbe Operativnog plana koji se odnosi na program Razvoja i zaštite članskog modela za razdoblje 2022.

Grupe aktivnosti	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“												
Komunikacijske i promotivne aktivnosti „Za sva vrimena“												
Organizacija ZSV aktivnosti u sklopu DPH-ova												
Realizacija projekta s pravnim osobama												

**Svaka grupa aktivnosti ima zaseban timeline koji nije prikazan operativnim planom, te se mijenja i prilagođava u odnosu na vanjske okolnosti i dostupne interne resurse unutar Udruge (vrijeme, broj aktivnih volontera u datom trenutku)*

3. Uloga dioničara

Hajduk je 2008. godine preoblikovanjem iz udruge u sportsko dioničko društvo dobio novu priliku za stabilno i racionalno poslovanje. Nažalost to se nije dogodilo. Samo nekoliko godina nakon preoblikovanja, klub vođen upravama postavljenim od političkih opcija ponovno dolazi na rub stečaja. Projekt i Udruga "Naš Hajduk" nastaju u trenutku koji je bio među najtežima u povijesti ovog kluba. Udruga Naš Hajduk osniva se kako bi okupila članove Hajduka i omogućila provođenje demokratskih izbora za nove članove Nadzornog odbora (dalje u tekstu: NO), koji su do tada bili imenovani direktno od strane vladajućih politika u Gradu Splitu. Projekt se temelji na ideji izbora nadzornog odbora od strane članova, odnosno onih kojima je najviše stalo do prosperiteta kluba, kako u sportskom tako i financijskom smislu. Izabrani nadzorni odbor odgovoran je prema svim članovima kluba okupljenih kroz udrugu Naš Hajduk. Ovakav je model izbora za hrvatske prilike avangarda, no u europskim okvirima on predstavlja uobičajenu praksu, pa se tako članovi uprava ili nadzornih odbora u klubovima kao što su Benfica, Barcelona, Real Madrid, Bayern, Borussia Dortmund i drugi, biraju od strane članova.

Dugoročni cilj Našeg Hajduka od samog osnutka je stjecanje dionica Hajduka. Stjecanje većinskog vlasništva jedina je garancija nastavka provođenja ovakvog modela koji omogućuje uključenost članova i potpunu nezavisnost od političkih procesa. U listopadu 2016. Naš Hajduk stekao je 24,53% dionica čime se osigurala zaštita članskog modela te mogućnost zagovaračkih aktivnosti za povećanje razine transparentnosti kluba te funkcioniranje Hajduka temeljeno na strateškim dokumentima i operativnim planovima. U 2021. Naš Hajduk kupio je 1,86% dionica Hajduka od tvrtke Konstruktor inženjering d.d.u stečaju čime je postotak dionica u vlasništvu Našeg Hajduka narastao na 26,39%. Naš Hajduk je time stekao kontrolni paket dionica za što je pribavljeno i odobrenje Povjerenstva za profesionalne sportske klubove Ministarstva turizma i sporta. Krajem studenog 2021. Naš Hajduk je sa tvrtkom Studenac d.d. sklopio ugovor o darovanju dodatnih 10.000 dionica (1,86%) te će po uknjižbi istih na račun Našeg Hajduka u Središnjem klirinškom depozitarnom društvu (SKDD) Naš Hajduk imati 28,26% dionica Hajduka. Ono što uvijek treba naglasiti jest to da udruga „Naš Hajduk“ ne upravlja klubom i nema utjecaja na

operativne odluke u klubu. Naš Hajduk nema informacije o operativnom radu kluba osim informacija koje su dostupne putem Glavnih skupština Hajduka, javno dostupnih informacija putem medija i godišnjih revizorskih izvještaja.

Djelovanje Našeg Hajduka kao dioničara uvjetovano je s 3 temeljna pravna akta: Zakonom o trgovačkim društvima, Zakonom o sportu i Statutom kluba. Udruga Naš Hajduk, kao dioničar i predstavnik navijača, svoje zahtjeve, kritike i pohvale iskazuje na Glavnim skupštinama dioničara HNK Hajduk š.d.d. i to smatramo našim pravom, obvezom i odgovornošću.

Svi članovi koji imaju pitanja i nejasnoće o radu kluba ili nisu zadovoljni radom kluba ili NO-a mogu ta pitanja i nezadovoljstvo javno uputiti odgovornim osobama u klubu na „Ćakulama s navijačima“, jedinstvenoj prilici svim članovima da pitaju, kritiziraju i ukazuju na moguće nepravilnosti. Osim toga, sva pitanja mogu postaviti i na Skupštini Hajduka ako su dioničari.

Naš Hajduk iz pozicije dioničara djeluje na dvije razine:

1. zagovaračkim aktivnostima prema Hajduku s ciljem izgradnje funkcionalnog sustava, izrade strateških dokumenata i povećanja razine transparentnosti
2. internim procesima koje za cilj imaju razvoj članskog modela

Unaprjeđenje izbornog procesa

U 2021. nastavljen je proces unaprjeđenja izbornog procesa za kandidate za Nadzorni odbor HNK Hajduk š.d.d. Nakon što je u 2020. provedena temeljita i sveobuhvatna analiza te su provedene konzultacije s dionicima vezanim uz Hajduk, u 2021. je prijedlog unaprjeđenja izbornog procesa dodatno razrađen temeljem prikupljenih komentara. Takav prijedlog još jednom je predstavljen dionicima (članovi, DPH-ovi, veterani, Grad Split i sl.) te je predstavljen na sjednici Skupštine Našeg Hajduka u veljači koja je odobrila smjer izmjena izbornog procesa. Nakon dodatnih konzultacija, izrađen je prijedlog izmjena

izbornog procesa za kandidate za NO HNK Hajduk š.d.d. Prijedlog unaprjeđenja izbornog procesa te osnivanje Savjetodavnog tijela naziva Hajdučka Zajednica javno su predstavljeni na konferenciji za medije.

Usporedno s procesom analize i procesom razrade prijedloga izmjena izbornog procesa, provedena je i analiza poslovne zajednice kako bi se izradio popis potencijalnih kandidata za sudjelovanje u Hajdučkoj zajednici. Prvenstveno se izradio profil poželjnog člana Hajdučke zajednice (iskustvo u upravljačkim strukturama i nadzornim odborima, nepripadnost političkim strankama) i analiziralo javno dostupne podatke o članovima Uprava i Nadzornih odbora velikih i uspješnih poslovnih subjekata (baza Sudskog registra trgovackog suda i Registra godišnjih finansijskih izvještaja Financijske agencije (FINA)). Pokrenut je i proces komunikacije s potencijalnim kandidatima.

U susret Glavnoj skupštini HNK Hajduk izrađen je i prijedlog izmjene Statuta HNK Hajduk š.d.d. koje će omogućiti osnivanje novog Savjetodavnog tijela Hajduka koji je odobren na sjednici Skupštine Našeg Hajduka u travnju 2021.

Svi dionici izrazili su suglasnost s predloženim izmjenama izbornog procesa (kao i pripadajućim izmjenama Statuta HNK Hajduk š.d.d.) dok su se tijekom konzultacija predstavnici Udruge veterana Hajduka zahvalili na pozivu za sudjelovanjem u Hajdučkoj zajednici te su odustali od dalnjeg sudjelovanja.

Na Skupštini Našeg Hajduka u kolovozu 2021. članovi su prihvatali svih 12 predloženih kandidata za inicijalni sastav novog tijela Hajduka, Hajdučke zajednice. Time je Hajduk na raspolaganje dobio znanje, poslovno iskustvo i kontakte 12 stručnjaka koji su vlasnici, članovi Uprava ili direktori u uspješnim tvrtkama u Hrvatskoj i inozemstvu.

Inicijalni redovni članovi Hajdučke zajednice su: Zvonimir Akrap, Toni Bartulović, Roberto Bitunjac, Branimir Britvić, Damir Dominiković, Goran Jujnović Lučić, Goran Krizmanić, Renato Miočić, Ivan Ostojić, Aljoša Pavelin, Mario Pavić i Milorad "Mijo" Pašalić.

Nakon skupštine, a uoči utakmice Hajduk - Slaven Belupo, na Poljudu je održana i konstituirajuća sjednica Hajdučke zajednice na kojoj je za koordinatora izabran Zvonimir Akrap te njegov zamjenik Mario Pavić.

Djelovanje Hajdučke zajednice definirano je Pravilnikom o ustrojstvu, djelokrugu i načinu rada koji je uz informacije o tome kako se postaje član Hajdučke zajednice i kriterije za člana Hajdučke zajednice objavljen na web stranici Hajduka.

Glavne skupštine HNK Hajduk š.d.d.

U 2020. Naš Hajduk je postigao dogovor sa HNK Hajduk o održavanju dvije skupštine godišnje te se navedenom dinamikom nastavilo i u 2021.

U 2021. Glavna skupština Hajduka održana je 17. travnja 2021. Na navedenoj skupštini dioničari su primili na znanje Osvrt Uprave Društva na finansijsko poslovanje u 2020. godini te Prezentaciju Plana rada Uprave Društva za 2021. godinu.

Donesena je odluka o izmjeni Statuta Društva. Statutu HNK Hajduk Split š.d.d. dodaje članak 15.a, koji glasi:

(1) Društvo ima Savjetodavno tijelo koje osniva Glavna skupština radi davanja mišljenja i savjeta koji doprinose interesima Društva te razmjene iskustva i stručnih znanja, a naročito radi unaprjeđenja kvalitete izbornog procesa za članove Nadzornog odbora iz članka 28. ovog Statuta.

(2) Tijelo iz st. 1. ovog članka je na raspolaganju svim organima Društva radi davanja stručnih mišljenja, analiza, komentara i savjeta.

(3) Tijelo iz st. 1. ovog članka ima isključivo savjetodavnu funkciju te njegova mišljenja, analize, komentari i savjeti nisu obvezujući za organe Društva.

(4) Pravilnike o ustrojstvu, sastavu, načinu rada i dr., Tijela iz st. 1. ovog članka, a naročito u pregledu njegovih nadležnosti u svezi izbornog procesa za članove Nadzornog odbora donosi to Tijelo uz obveznu suglasnost Udruge iz čl. 28. st. 3. ovog Statuta.

Donesena je odluka o promjeni broja članova Nadzornog odbora društva. Nadzorni odbor sastoji se od 5 članova umjesto dosadašnjih 5 ili 7.

Na koncu, donesena je i odluka o osnivanju Savjetodavnog tijela iz članka 15.a Statuta HNK Hajduk Split š.d.d.

Strategija HNK Hajduk š.d.d.

U 2021. Hajduk je dovršio proces izrade strategije Kluba. Naš Hajduk je u lipnju 2021. sudjelovao na inicijalnom sastanku kojeg je inicirao Hajduk i na kojem je predstavnicima Grada i Našeg Hajduka predstavljen smjer i plan rada izrade strategije. Naš Hajduk je nakon inicijalnog sastanka dostavio svoje prijedloge vizije, misije i vrijednosti koje zajedno čine identitet Kluba.

Strategija Hajduka za razdoblje od 2021. do 2027. predstavljena je svim dionicima i javnosti dana 29. listopada 2021.

Klupsku su strategiju prezentirali predsjednik Uprave HNK Hajduk Lukša Jakobušić, član Uprave Ivan Matana, ujedno i voditelj projekta izrade strategije sa strane Kluba, Andro Fistonić, pomoćnik sportskog direktora te Gordan Kožulj, direktor poslovnog savjetovanja tvrtke Deloitte, ujedno i voditelj projekta sa strane tvrtke koja je angažirana da vodi i moderira izradu strategije.

Strategija Hajduka temelji se na strateškim smjernicama iz Strateškog okvira iz 2017. koje glase: pobjeđivati, razvijati se i biti održiv. Navedene smjernice u Strategiji su pretočene u strateške ciljeve u sportskoj, poslovnoj i finansijskoj dimenziji djelovanja.

Izbori za Nadzorni odbor HNK Hajduk š.d.d. u 2022.

Naš Hajduk proveo je do sada izbore za NO Hajduka u 3 navrata: 2011., 2015. i 2018. Svi do sada provedeni izbori za NO Hajduka u nadležnosti Našeg Hajduka obilježeni su visokom razinom profesionalnosti, od osmišljavanja inovacija u sklopu izbornog procesa koji je važio za pojedine izbore (na primjer: uvođenje elektronskog glasanja na izborima za NO 2018.) do odnosa prema kandidatima koji su sudjelovali na izborima, pritom se pridržavajući zakonskih propisa i standarda.

U 2022. održat će se 4. po redu izbori za članove NO Hajduka koje će organizirati Naš Hajduk. Sukladno izmjenama Statuta Hajduka, na izborima će članovi birati 5 članova NO. Izborni proces organizirat će se i provesti vodeći računa o natjecateljskim sezonomama 2021./22. i 2022./23.

Izborni proces uključuje sljedeće aktivnosti:

- objava i provedba natječaja za članove NO Hajduka
- rad Povjerenstva za provođenje natječaja za izbor članova NO Hajduka
- promotivna kampanja s ciljem privlačenja što većeg broja članova za sudjelovanje na izborima

izbori (jedan krug)

- izglasavanje novog NO na Glavnoj skupštini Hajduka

Detaljan plan provedbe izbornog procesa za članove NO Hajduka bit će javno predstavljen početkom 2022.

Također, u prvom kvartalu 2022. održat će se Tematska skupština Našeg Hajduka na kojoj će se odlučivati o prijedlogu Pravilnika o provedbi izbora za prijedlog članova NO Hajduka te o prijedlogu novih redovnih članova Hajdučke zajednice.

Nakon što se u 2021. nastavilo s dinamikom održavanja dviju Glavnih Skupština Hajduka te nakon što je u istoj godini predstavljena Strategija Hajduk 2021-2027. (rezultat zagovaračkih aktivnosti Našeg Hajduka kao dioničara), u 2022. će se zagovarati uvođenje ustava koji će unaprijediti usklađenost poslovanja s unutarnjim i vanjskim zakonskim propisima (korporativna usklađenost ili *compliance*).

Pokazatelj provedbe:

- putem sudjelovanja na sjednicama Glavne skupštine Hajduka i sastancima s NO Hajduka zagovarati izradu i objavu izvješća na kvartalnoj razini
- provedeni izbori za članove NO Hajduka
- sudjelovanje u radu Hajdučke zajednice (Naš Hajduk kao počasni član HZ)
- putem sastanaka s NO zagovarati uvođenje ustava koji će unaprijediti usklađenost poslovanja s unutarnjim i vanjskim zakonskim propisima (korporativna usklađenost ili *compliance*)
- putem sudjelovanja na sjednicama Glavne skupštine Hajduka zagovarati izradu operativnih i finansijskih planova s mjerljivim ciljevima i pokazateljima
- organizacija "Ćakule s navijačima" dinamikom kojom se održavaju sjednice Glavne skupštine Hajduka (minimalno 1 "Ćakula s članovima" godišnje)
- sastanci sa stručnjacima iz akademske i poslovne zajednice s ciljem konzultacija oko pojedinih procesa i uloge Našeg Hajduka kao dioničara u navedenim procesima

4. Provedba aktivnosti edukacije, promocije demokratske kulture i zaštite ugleda Hajduka i udruge

Uz tematski usmjereni ciljeve Našeg Hajduka postoje i aktivnosti propisane Statutom koje koriste ostvarenju svakog od ciljeva te poboljšavaju općeniti imidž Udruge. Od samog osnutka Naš Hajduk primjerom promovira demokratsku kulturu te radi na edukaciji članova i javnosti. Također, promiče i štiti ugled Hajduka kao kluba i Našeg Hajduka kao najbrojnije udruge navijača u Hrvatskoj. U 2021. provodila se stručna praksa za pетро studenata temeljem ugovora s Ekonomskim fakultetom u Splitu te se, u slučaju da Ekonomski fakultet nastavi s ovom praksom u ovoj akademskoj godini, očekuje nastavak ove suradnje i u 2022.

Krajem 2020. održana je izborna Skupština Humanitarnog kluba navijača Hajduka „Bilo srce“ te su za članove Upravnog odbora Bilog srca izabrani i predstavnici Našeg Hajduka. Ostali članovi Upravnog odbora Bilog srca su predstavnici KN Torcida Split, HNK Hajduk, Društava prijatelja Hajduka te veterana Hajduka.

Sukladno Operativnom planu Bilog srca za 2021., tri su strateška područja djelovanja Bilog srca:

- projekt „Stipendist Hajduka“
- projekt učlanjivanja u Hajduk socijalno ugroženih pojedinaca i skupina
- pružanje direktnе podrške (materijalne i nematerijalne) socijalno ugroženim pojedincima i skupinama.

Navedene aktivnosti za cilj imaju jačanje suradnje sa svim relevantnim partnerima unutar hajdučke zajednice (Hajduk, KN Torcida, Društva prijatelja Hajduka, veterani Hajduka) te vanjskim partnerima i suradnicima (akademska zajednica, civilno društvo, ustanove u području socijalne skrbi i sl.). Također, poticanjem članova na sudjelovanje u navedenim aktivnostima promovira se volontерство kao poželjan oblik sudjelovanja članova u životu zajednice te

doprinosi razvoju filantropije.

Sve planirane aktivnosti Bilog srca (sukladno Operativnom planu) u 2021. su provedene te se u 2022. nastavlja s provedbom aktivnosti u sva tri strateška područja: nastavak provedbe projekta Stipendist Bilog srca (najmanje 5 stipendista), učlanjivanje u Hajduk socijalno ugroženih pojedinaca i skupina te podrška udrugama i ustanovama koje skrbe o potrebitima.

Pravni tim Našeg Hajduka tijekom 2021. vodio je postojeće tužbe te je pokrenut još jedan sudski postupak.

Pravomoćno okončanih sudskih postupaka u 2021: 1 (u našu korist)

Aktivnih sudskih postupaka na dan 07.12.2021: 6

Nepravomoćnih presuda u 2021: 2 (obje u našu korist)

Pokrenuti sudski postupci u 2021: 1

U svrhu cilja zaštite ugleda Udruge i Hajduka kroz cijelu 2022. godinu pravni tim Našeg Hajduka će pripremati demantije, pokretati nove i raditi na postojećim sudskim procesima.

Pokazatelji provedbe:

- Provedene humanitarne akcija učlanjivanja u Hajduk, u suradnji s ustanovama i udrugama koje skrbe o socijalno ugroženim građanima
- Nastavak provedbe projekta „Stipendist Bilog srca“
- Provedene pravne aktivnosti (demantiji, tužbe) s ciljem zaštite ugleda Udruge Naš Hajduk