

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE MLJET

PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2016.

Mistična oaza ~ Mystic oasis

TURISTIČKA ZAJEDNICA OPĆINE MLJET
Zabrježe 2 | HR-20225 Babino Polje | tel: +385 20 746 025, fax: +385 20 745 022
tz.mljet@du.t-com.hr | www.mljet.hr | OIB: 16818144620 | IBAN
:HR2324070001100352313



PROGRAMA RADA I FINANCIJSKI PLANA ZA
2016.
TURISTIČKE ZAJEDNICE
OPĆINE MLJET
Mistična oaza ~ Mystic oasis

Listopad 2015.

• UVOD

Općina Mljet ima prirodne i kulturne resurse koji se mogu iskoristiti za daljnji razvoj lokalnog identiteta, ali po načelu održivosti kako bi se isti resursi sačuvali za buduće generacije.

Kako bi zadržali i pojačali trend dolazaka gostiju i omogućili im raznolikost usluge u suradnji s gospodarskim subjektima i udrugama s područja općine moramo razvijati selektivne oblike turizma poput ruralnog, vjerskog, kulturnog, sportskog...

Nacionalni park, kulturno-povijesna baština, krajolik, očuvana priroda temeljne su atrakcije koje upotpunjene s dodatnim sadržajem ponude postaju glavni motiv pri odabiru Općine Mljet kao destinacije za odmor.

Turistička zajednica općine Mljet u 2016. godini će obavljati poslove utvrđene Zakonom o turističkim zajednicama u koordinaciji turističkih zajednica Dubrovačko-neretvanske županije, odnosno u sastavu turističkih zajednica Republike Hrvatske.

Metodologija izrade programa rada i financijskog plana se temelji na nalogu Hrvatske turističke zajednice Ur.br: 5829/05-4/12 od 7. rujna 2012.

U izradi prijedloga Programa rada za 2016. godinu polazi se od:

1. ostvarenih rezultata i aktivnosti u prvih 9 mjeseci 2015. g.,
2. stanja na emitivnim tržištima i procjeni tog stanja u 2016. godini (podaci HTZ)
3. stanja, strukture i ocjene raspoloživih smještajnih kapaciteta
4. aktivnostima i projektima započetim ranijih godina

• PLANIRANJE RASHODA

Godišnji program rada i financijski plan sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

Program rada TZO Mljet je po vrstama aktivnosti postavljen u devet djelova:

- Administrativni rashodi
 - Rashodi za turistički ured
 - Rashodi za TIC
- Dizajn vrijednosti
 - Poticanje u uređenju mjesta
 - Projekt Volim Hrvatsku
 - Manifestacije
 - Novi proizvodi
- Komunikacija vrijednosti
 - Online oglašavanje
 - Upravljanje web site-om
 - Udruženo oglašavanje
 - Brošure i ostali tiskani materijal
 - Suveniri i promotivni materijal
 - Info table

- Distribucija i prodaja vrijednosti
 - Sajmovi
 - Studijska putovanja opinion makera
 - Studijska putovanja
 - Posebne prezentacije
- Interni marketing
 - Edukacija
 - Izvješća, planovi
 - Nagrade i priznanja (Volim Hrvatsku)
- Marketinška infrastruktura
 - Proizvodnja multimedijalnih sadržaja
 - Istraživanje tržišta
 - Banka fotografija i priprema za izdavaštvo
 - Jedinstven turistički informacijski sustav
- Posebni program
- Ostalo
- Transefer boravišne pristojbe općini Mljet (30%)



1. CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2015 .

Polazeći od temeljnih strateških ciljeva hrvatskog turizma koji su sljedeći:

- Obnova, zaštita i potpunije vrednovanje hrvatskih turističkih potencijala
 - Utvrđivanje identiteta hrvatskog turizma i pozicioniranje Hrvatske na međunarodnom turističkom tržištu kao visoko vrijedne destinacije životnog stila i jedne od vodećih kvalitetnih receptivnih turističkih zemalja Mediterana, uz njegovanje i očuvanje nacionalnih prirodnih i kulturnih vrijednosti,
 - Kvalitetni turizam s održivim razvojem potrebno je prilagoditi temeljnim ciljevima, ali s fokusom na mikro okruženje
 - Temeljem ostvarenih rezultata u 2015. i iskustva u vezi s tim, te uzimajući u obzir stanje svjetskog, ali osobito hrvatskog gospodarstva, kao i posljedice koje utječu na kretanje u hrvatskom turizmu i turizmu otoka Mljeta.
- Polazeći od temeljnih strateških ciljeva:
- Stvaranje poticajnog socijalnog okruženja koje će podržavati turistički razvoj na cijelom području otoka Mljeta
 - Uspostava turističke infra i supra strukture koja će moći udovoljiti zahtjevima potražnje inducirane tržišnom komercijalizacijom novih turističkih doživljaja
 - Diverzifikacija turističkog proizvoda / atrakcija
 - Uspostava međunarodne prepoznatljivosti, odnosno privlačnosti
 - Ostvarenih rezultata u prvih 9 mjeseci 2015. godine

Ciljevi marketinške politike u turizmu u 2016. su:

- Povećanje turističkog prometa od oko 10 % odnosno dosezanje broja od oko 113000 noćenja
- Produženje turističke sezone (povećanje broja dolazaka i noćenja u razdobljima pred i podsezone)
- Stvaranje prepoznatljivog brenda temeljenog na kulturnoj baštini, tradiciji, eno i gastro ponudi, ekološkom okolišu i mogućnostima aktivnog odmora
- Povećanim marketinških aktivnostima afirmirati cijelu Općinu i otok kao zanimljivu i poželjnu turističku destinaciju.
- Usuglašavanje vizualnog identiteta na svim područjima (turistička signalizacija, jedinstveni vizualni identitet)
- Pojačane aktivnosti na afirmaciji autohtonih proizvoda, gastronomije i kulture
- Modifikaciju marketinške kampanje s ciljem plasiranja poruke personaliziranoga doživljaja (planinarite, uživajte u prirodi, gastro doživljaju ,posjetite NP, posjetite kulturne znamenitosti,vozite kajak,bicikl.....) uključiti ovaj pristup u izradu image brošure
- Modifikaciju marketinške kampanje s ciljem plasiranja poruke personaliziranoga doživljaja (planinarite, uživajte u prirodi, gastro doživljaju ,posjetite NP, posjetite kulturne znamenitosti,vozite kajak,bicikl.....) uključiti ovaj pristup u izradu image brošure
- Snažnu afirmaciju procesa korištenja online komunikacijske strategije u turističkoj promidžbi, naglasak na web 2.0 alate (unaprjeđenje web stranica, optimizacija sadržaja, online oglašavanje, pojačane aktivnosti na društvenim servisima (facebook, youtube, twitter...)
- Afirmaciju branda Mljet (Mistična oaza, Otok Sv.Pavla, Zeleni otok, Odisejev otok..)
- Sudjelovanje na prezentacijama u organizaciji županijskih turističkih zajednica Dalmacije
- Aktivnosti na afirmaciji općine Mljet kao općine prirodnih ljepota i doživljaja, smještaja kod domaćina i aktivnog turizma
- Aktivnosti na afirmaciji općine Mljet kao destinacije pogodne za razvoj vjerskog turizma(otok Sv.Pavla), planinarskog (42 km MPO), zdravstvenog i biciklističkog osobito

2. PLANIRANJE TURISTIČKOG PROMETA

U planiranju turističkog prometa koristimo se usporedbom ostvarenog turističkog prometa u proteklih 7 godina po smještajnim kapacitetima. Tablica 1. prikazuje kretanje turističkog prometa u razdoblju od 01.01. do 30.09. u posljednjih 7 godina;

Tablica 1. .STRUKTURA OSTVARENIH NOĆENJA od 2009. do 2015. Godine

GODINA	UKUPNO NOĆENJA	Privatni smještaj	Hotel Odisej	Kampovi	Ostalo
2009.	73.546	25238	35206	6775	6327
2010.	78.219	27713	33829	7864	8813
2011.	78.061	29176	34556	5543	8786
2012.	85.637	34101	36426	2959	12151
2013.	89.933	39008	36151	5054	9720
2014.	96.993	43717	37730	5493	10053
2015.	100.452	48042	35843	5917	10650
2016.	110.497	56894	36918	6035	10650

Prema strukturi u hotelskom smještaju je u 2015. ostvaren je pad noćenja od 4,98%, u predsezoni pad za 29,08% a u podsezoni porast za 32,74% te u sljedećoj godini očekujemo porast u predsezoni.

U privatnom smještaju u 2015. godini broj ostvarenih noćenja je porastao (9,91%), a najveći porast je ostvaren u razdobljima visoke sezone, dok je u predsezoni zabilježeno 1,99% više noćenja .

- Struktura ostvarenih noćenja prema državama u 2015.

TRŽISTA	DOLASCI	NOĆENJA	UDIO	INDEKS 2015/14
SLOVENIJA	2.154	16.151	16,08	92,69
NJEMAČKA	1.936	11.783	11,73	106,20
ITALIJA	1.800	9.146	9,10	115,07
FRANCUSKA	2.392	6.809	6,78	106,62
UK	1.921	5.599	6,67	89,24
BIH	784	5.073	5,05	94,89

Očekujemo daljni porast ostvarenih noćenja u ovoj kategoriji prvenstveno zbog produljenja turističke sezone. Smatramo da bi ostvareni broj noćenja bio daleko veći, ali većina iznajmljivača koja ima rješenja ne prijavljuje uredno svoje goste te vjerujemo kako će se situacija iskristalizirati u 2016. i uvođenjem novog informacijskog sustava eVisitor. Ostvarena noćenja u vikend i privatnim kućama su manja kategorija koja neće značajno odstupati od dosadašnjih ostvarenih rezultata. Uslijed rješavanja legalizacije objekata procijenjujemo da će se povećati broj smještajnih kapaciteta, i to bi trebalo utjecati na porast noćenja iako je do sada dio ovih "iznajmljivača" prijavljivala goste u kategoriji privatne kuće kao prijatelje.

U 2016. godini planiramo porast noćenja od 10%, odnosno ostvariti brojku od oko 110.000 noćenja. S obzirom na ograničeni broj postojećih smještajnih kapaciteta predviđeni porast noćenja prvenstveno se odnosi na povećanje broja ostvarenih noćenja izvan dva glavna mjeseca turističke sezone (srpanj i kolovoz).

3. „INFORMACIJE O TIJEKU SEZONE I STANJU NA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA“ (HTZ br. 09/2015.)

SLOVENIJA

U kolovozu je ostvareno 2.510.707 noćenja, što je za 1,35 % više u odnosu na prošlu godinu. Broj dolazaka bio je na prošlogodišnjoj razini, odnosno veći za 0,47 %. U kumulativnom razdoblju posjetilo nas je 1.120.873 slovenskih gostiju koji su ostvarili 7.325.946 noćenja, što je 6,63 % više dolazaka i 4,52 % više noćenja.

NJEMAČKA

Aranžmani za Hrvatsku prodavali su se dobro i u kolovozu. Uz najave turističkih agencija da je za sezonu buking bio na visokoj razini, organizatori putovanja javljaju da je i prema njihovim podacima buking za rujnu pozitivan te da će se nastaviti trend rasta dolazaka i noćenja. U kolovozu je zabilježen rast dolazaka za 2,86 % i noćenja za 2,76 %. Tim rezultatom kumulativan rast od početka godine se smanjio u odnosu na prvih sedam mjeseci i sada iznosi 6 % u dolascima i 6,68 % u noćenjima. Rast u kolovozu bio je manji u odnosu na srpanj iz nekoliko razloga: u odnosu na kolovoz 2014. kada su tijekom cijelog kolovoza sve savezne pokrajine bile na školskim praznicima, u 2015. u saveznoj pokrajini Sjevernoj Rajni Vestfaliji, učenici i studenti vratili su se na nastavu već 12. kolovoza. Također, radi velikog broja dolazaka njemačkih gostiju u kolovozu (770.000), što čini više od trećine ukupnog broja dolazaka s tog tržišta, prostor za rast u tom mjesecu je vrlo sužen.

ITALIJA

Nastavlja se pozitivan ekonomski trend. Najvažnije talijanske dnevne novine prenose vijest o ljetu oporavka te značajnom porastu potrošnje.

Većina talijanskih organizatora putovanja jako je zadovoljna sezonom te potvrđuju da su nadmašili prošlogodišnje rezultate. Smatraju da bi uvođenjem novih zrakoplovnih i brodskih linija i izvan glavne sezone, bilo puno više mogućnosti za ostvarivanje pozitivnih rezultata.

UJEDINJENA KRALJEVINA

U kolovozu su turisti iz Ujedinjene Kraljevine ostvarili 120.016 dolazaka (+ 18,42 %) i 656.444 noćenja (+ 20,30 %). Kumulativno je u prvih osam mjeseci ostvareno 387.272 dolazaka, što predstavlja povećanje od 14,69 % i 1.971.933 noćenja, što je povećanje od 16,67 % u odnosu na isto razdoblje 2014. Iz Republike Irske u kolovozu je došlo 12.122 turista (+ 12,25 %) koji su ostvarili 55.436 noćenja (+ 15,38 %). Kumulativno za prvih osam mjeseci dolasci su u porastu za 13,71 %, a noćenja 18,12 %. Porast bilježe sve županije .Dubrovačko-neretvanska županija u kolovozu ima porast od 6 % i u dolascima i u noćenjima. Novinski članci koji su objavljeni u kolovozu, rezultat su boravka istaknutih novinara u našoj organizaciji ili imaju za cilj promociju destinacije:

- Sunday Times Travel Magazine: Island-hopping Croatia's Adriatic isles
- Sunday Times Travel Magazine: My Corner of the Med: Mljet

FRANCUSKA

Jako dobra prodaja Hrvatske kod većine organizatora putovanja potvrđuje veliki interes Francuza za destinacijom koja se posljednjih godina na francuskom tržištu percipira kao nova, atraktivna i još uvijek nedovoljno istražena europska destinacija

Tour Hebdo, jedan od najznačajnijih francuskih turističkih časopisa, objavio je članak o odličnoj turističkoj sezoni u Hrvatskoj, ističući „uspješno obavljenu misiju Hrvatska 365“.

U sljedećoj godini najveći francuski organizator putovanja Marmara (TUI France) u Hrvatskoj otvara prvi hotelski klub na južnodalmatinskom otoku. Hrvatska će u sljedećim godinama ovom značajnom francuskom organizatoru putovanja, preko kojeg putuje svaki četvrti Francuz, biti jedna od prioritarnih destinacija te intenzivno traže nove hotelske akvizicije u Hrvatskoj.

Top of Travel, također jedan od najvećih francuskih organizatora putovanja, imat će u 2016. dva hotelska kluba u Hrvatskoj: HTL Albatros 4* u Cavtatu i HTL Quercus 3* u Drveniku.

Zaključak je da je u odnosu na sve navedeno ključno ostvariti suradnju svih čimbenika u turističkom vrijednosnom lancu (javni i privatni sektor, NP, destinacija...) Limitirajući čimbenik daljnjeg rasta i razvoja turizma na Mljetu su svakako nedovoljni hotelski kapaciteti kojima raspolažemo te loša i kratka prometna povezanost s Dubrovnikom u sezoni i izvan sezone.

Također sadržaji u hotelskom smještaju nažalost ne prate trendove u hotelijerstvu, te ne nudimo dovoljno kvalitetnih dodatnih sadržaja, a u samoj destinaciji nedostatna je i nedovoljno raznovrsna ukupna ponuda, osobito van turističke sezone, te je nedovoljno razvijena ponuda selektivnih oblika turizma.

Unatoč deklarativnom opredjeljenju svih turističkih djelatnika da se trebamo okrenuti kvalitetnom turizmu ostaje činjenica da smo i kao destinacija i kao država obzirom na dodatnu ponudu u destinaciji više okrenuti tržišnom segmentu srednje i niže kupovne moći.

Da bi se produžilo turističku sezonu, primarno na 4 ljetna mjeseca (lipanj-rujan), nužno je da svi sudionici u turizmu u našoj općini svoje aktivnosti i svoju ponudu turistima stave na raspolaganje s 15.05. i da rade minimalno do 15.10., što se odnosi i na ugostiteljsku ponudu, i na ponudu kulturnih događanja, kao i na brodsku vezu s Dubrovnikom. Potrebno je u tom razdoblju definirati točno radno vrijeme, te poduzeti sve da se turisti imaju pristup svim resursima za vrijeme trajanja glavne sezone.

Nakon što utvrdimo 4-mjesečnu sezonu u kojoj bi resursi bili na raspolaganju turistima, potrebno je isto proširiti na svibanj i listopad čime bismo postigli 6-mjesečnu turističku sezonu, što je i optimalno za naše područje.

Nastavno na sve do sad navedeno u 2016. predviđamo da ćemo raspolagati s ukupnim iznosom od 377.000 osnovnih sredstava.

U operativnom pristupu realizaciji programa doći će do modifikacija, odnosno veći naglasak je na marketinške aktivnosti. Osnovna strategija pozicioniranja suštine brenda sadržajno će se mjenjati. Definirat ćemo i afirmirati šire atribute brenda, što iziskuje dodatne napore u definiranju komunikacijske poruke otoka Mljeta kao destinacije u trendu s naglaskom na zeleno-plavu dimenziju destinacije i očuvanost prirodne i kulturne baštine općine Mljet.

U oglašavanju naglasak treba dati na:

- online marketing
- geo marketing (makro i mikro regionalni pristup tj. pozicioniranje Mljeta, u širem smislu, odnosno Dalmacije (administrativne granice županija nisu turistički zanačajne za geo pozicioniranje))
- nastavak online oglašavanja (društveni servisi)
- prezentacije

Ključno za ikakav daljnji razvoj je suradnja na svim razinama da bismo postigli uspjeh i definiranje Mljeta kao destinacije za odmor.

Sukladno napatku HTZ, optimizacija djelovanja sustava turističkih zajednica, kroz zadaće definirane zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i sinergijskim djelovanjem, te udruživanjem financijskih sredstava u marketinškim aktivnostima i zajedničkim nastupima na tržištima predstavlja imperativ.

Program rada TZO Mljet za 2016. u svojim stavkama sadrži zadaće propisane Zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 152/08) Članak 32.
Zadaće turističke zajednice općine ili grada;

1. promoviranje turističke destinacije na razini općine ili grada samostalno i putem udruženog oglašavanja,
2. upravljanje javnom turističkom infrastrukturom danom na upravljanje od strane općine ili grada,
3. sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou općine ili grada,
4. sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
5. poticanje optimalizacije i uravnoteženje ekonomskih i društvenih koristi i koristi za okoliš,
6. izrada strateških i razvojnih planova turizma na nivou općine ili grada,
7. poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unapređenja uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture,

8. redovito, a najmanje svaka 4 mjeseca, prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima (kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama) radnom vremenu zdravstvenih ustanova, pošte, trgovina i sl. i drugih informacija potrebnih za boravak i putovanje turista,
 9. izdavanje turističkih promotivnih materijala ,
 10. obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
 11. poticanje i organiziranje kulturnih, zabavnih, umjetničkih, sportskih i drugih manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude
 12. koordinacija djelovanja svih subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet radi zajedničkog dogovaranja, utvrđivanja i provedbe politike razvoja turizma i obogaćivanja turističke ponude,
 13. poticanje, organiziranje i provođenje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unapređivanja turističkog okruženja i zaštite čovjekova okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
 14. poticanje, unapređivanje i promicanje specifičnih prirodnih i društvenih vrijednosti koje općinu ili grad čine turistički prepoznatljivom i stvaranje uvjeta za njihovo gospodarsko korištenje,
 15. vođenje jedinstvenog popisa turista za područje općine ili grada, poglavito radi kontrole naplate boravišne pristojbe i stručne obrade podataka,
 16. dnevno prikupljanje, tjedna i mjesečna obrada podataka o turističkom prometu na području općine ili grada,
 17. provjera i prikupljanje podataka o prijavi i odjavi boravka turista u cilju suradnje s nadležnim inspekcijskim tijelima u nadzoru nad obračunom, naplatom i uplatom boravišne pristojbe, te prijavom i odjavom turista.
 18. poticanje i sudjelovanje u aktivnostima obrazovanja stanovništva o zaštiti okoliša, očuvanju i unapređenju prirodnih i društvenih vrijednosti prostora u cilju razvijanja svijesti stanovništva o važnosti i učincima turizma, te svojih članova, odnosno njihovih zaposlenika u cilju podizanja kvalitete usluga,
 19. organizacija provođenje i nadzor svih radnji promocije turističkog proizvoda općine ili grada sukladno smjernicama skupštine turističke zajednice, godišnjem programu rada i financijskom planu turističke zajednice općine ili grada,
 20. ustrojavanje jedinstvenoga turističkoga informacijskog sustava, sustava prijave i odjave turista i statističke obrade,
 21. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.
- (2) Turističke zajednice općine ili grada sudjeluju u provedbi programa i akcijama turističke zajednice županije od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja županije.
- (3) Turistička zajednica općine ili grada može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice, biti član međunarodnih turističkih organizacija.

4. REZULTATI OSTVARENI U 2015.

U periodu od 01.01.2015. - 30.09.2015. na području općine Mljet je ostvareno 20.600 dolazaka i 100.452 noćenja.

Dolasci su u odnosu na isto razdoblje u 2014. veći za 4 %, a noćenja su veća za 3 %. Do kraja godine očekujemo ostvarenje od oko 21.240 dolazaka i 103.290 noćenja .

- TOP 5 zemalja prema ostvarenim noćenjima na području općine Mljet su:

SLOVENIJA	16.151	16,08
NJEMAČKA	11.783	11,73
ITALIJA	9.146	9,10
FRANCUSKA	6.809	6,78
UJEDINJENA KRALJEVINA	6.699	6,67
BOSNA I HERCEGOVINA	5.073	5,05

Što se tiče rasta broja dolazaka i noćenja po turističkim mjestima u općini Mljet u odnosu na 2015., ostvareni su slijedeći rezultati:

Tablica 3. DOLASCI I NOĆENJA PO MJESTIMA 01.01.2015. - 30.09.2015.

	01.01.2015 - 30.09.2015						01.01.2014 - 30.09.2014						Index
	DOMAĆI		STRANI		UKUPNO		DOMAĆI		STRANI		UKUPNO		
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	
KORITA			7	62	7	62	1	50	16	130	17	180	34.44
POMENA	1,308	6,391	7,339	36,083	8,647	42,474	1,697	6,509	7,207	36,713	8,904	43,222	98.27
GOVEDARI	14	118	309	1,302	323	1,420	39	148	179	871	218	1,019	139.35
PRISTANIŠTE	4	210	4	12	8	222	2	154		2	154		144.16
BABINE KUĆE	55	327	184	1,576	239	1,903	74	398	201	1,658	275	2,056	92.56
NJIVICE			26	204	26	204	8	53	13	112	21	165	123.64
SOLINE	76	384	642	2,895	718	3,279	116	589	482	2,580	598	3,169	103.47
POLAČE	169	774	1,727	5,951	1,896	6,725	274	1,031	1,741	6,518	2,015	7,549	89.08
ROPA	47	137	551	1,730	598	1,867	40	127	673	2,047	713	2,174	85.88
BLATO	4	36	32	301	36	337			14	139	14	139	242.45
KOZARICA	188	1,121	919	4,494	1,107	5,615	141	691	846	4,015	987	4,706	119.32
BABINO POLJE	64	210	1,074	3,518	1,138	3,728	47	189	1,101	2,994	1,148	3,183	117.12
SOBRA	187	1,029	1,688	7,178	1,875	8,207	150	931	1,413	6,468	1,563	7,399	110.92
PROŽURA	117	818	1,256	6,570	1,373	7,388	90	728	1,036	6,377	1,126	7,105	103.98
OKUKLJE	45	275	697	3,494	742	3,769	35	223	464	2,608	499	2,831	133.13
SAPLUNARA	126	827	1,737	12,381	1,863	13,208	108	767	1,591	11,134	1,699	11,901	110.98
MARANOVIĆ I			4	44	4	44			3	38	3	38	115.79
UKUPNO	2,404	12,657	18,196	87,795	20,600	100,452	2,822	12,588	16,980	84,402	19,802	96,990	103.57

Tabl.4 IZVJEŠĆE O NAPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA RAZDOBLJE DO 30.09.2015. GODINE ZA TZO MLJET

obveznici uplate	Ostvareni broj noćenja do 30.09.2015.	Ukupan iznos BP prema noćenjima do 30.09.2015.	Uplaćen iznos Bp do kraja 09 mj 2015.	Neuplaćen iznos BP do 30.09.2015.	Dug po BP iz razdoblja prije 2015	Uplaćen dug po BP iz razdoblja prije 2015	Ostatak duga po BP iz razdoblja prije 2015.	Sveukupno uplaćena BP do 30.09.2015.	Ukupan dug po BP do 30.09.2015.
1	2	3	4	5 (3-4)	6	7	8 (6-7)	9 (4+7)	10 (5+8)
privatni iznajmljivači-paušal	41238	164.075,00	148.719,97	15.355,03	11.325,94	5.984,29	5.341,65	154.704,26	20.696,68
privatni iznajmljivači- noćenje	3826	14.283,00	11.224,50	3.058,50	525,00	525,00	0,00	11.749,50	3.058,50
seljačko domaćinstvo	1098	6.002,50	1.900,00	4.102,50			0,00	1.900,00	4.102,50
hotel	35842	215.823,95	192.248,50	23.575,45			0,00	192.248,50	23.575,45
poduzeće	1225	5.268,00	5.013,50	254,50			0,00	5.013,50	254,50
obrt	655	2.924,00	2.716,50	207,50			0,00	2.716,50	207,50
kamp	5917	25.902,00	25.944,00	-42,00			0,00	25.944,00	-42,00
vez	738			0,00			0,00	0,00	0,00
ostalo	9912	36.761,00	29.951,50	6.809,50	2.250,50	1.007,50	1.243,00	30.959,00	8.052,50
				0,00			0,00	0,00	
UKUPNO	100451	471.039,45	417.718,47	53.320,98	14.101,44	7.516,79	6.584,65	425.235,26	59.905,63

Ukupno je nenaplaćen bruto iznos od oko 53.320,98 kn zadužene boravišne pristojbe.

Porezna uprava prati naplatu turističke članarine.

Detaljni rezultati i analiza ostvarenoga bit će, sukladno propisima, izrađena do kraja veljače 2015.

(a) PLANIRANJE PRIHODA

Svi prihodi u programu rada su izneseni u neto iznosima.

BORAVIŠNA PRISTOJBA

Boravišna pristojba plaća se temeljem čl.65. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o boravišnoj pristojbi. Ukupno se planira u 2016. godini ostvariti 310.000,00kn neto (od toga 30% treba uplatiti Općini)

- Raspodjela brutto sredstava od boravišne pristojbe:
 - od ukupno uplaćenih sredstava boravišne pristojbe izdvaja se 1% na račun Hrvatskog crvenog križa
 - 2,5% na poseban račun Hrvatske turističke zajednice i koristi se namjenski za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima;
- Preostala sredstva dostavljaju se korisnicima prema sljedećem rasporedu:
 - 65% sredstava turističkoj zajednici općine Mljet (od čega 30% sredstava turistička zajednica doznaju Općini Mljet)
 - 10% sredstava Turističkoj zajednici Dubrovačko- neretvanske županije i
 - 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

✚ TURISTIČKA ČLANARINA

Turistička članarina plaća se temeljem čl.65. Zakona o turističkim zajednicama, a u skladu sa Zakonom o članarinama u turističkim zajednicama. Ukupno se planira u 2015. godini ostvariti kn 44.000 kn neto . Za 2016. godinu planirano je manji iznos jer se prema prijedlogu novog zakona smanjuje turistička članarina za 15 posto i preraspodjelom članarine obveznika koji ima svoje poslovnice u četiri različite županije izvan svog sjedišta.

- Raspodjela brutto sredstava od turističke članarine:
 - od ukupno uplaćenih sredstava članarine izdvaja se 3% na račun Porezne uprave i
 - 7,5% na poseban račun Hrvatske turističke zajednice i koristi se namjenski za potpore turističkim zajednicama na turistički nerazvijenim područjima;
- Preostala sredstva dostavljaju se korisnicima prema sljedećem rasporedu :
 - 65% sredstava turističkoj zajednici općine Mljet
 - 10% sredstava Turističkoj zajednici Dubrovačko-neretvanske županije županije i
 - 25% sredstava Hrvatskoj turističkoj zajednici.

✚ PRIHODI IZ PRORAČUNA OPĆINE MLJET

- Za programske aktivnosti
- Za funkcioniranje turističkog ureda

Općina Mljet će i dalje sufinancirati projekte TZO Mljet, sukladno proračunu općine Mljet. Sredstva namjenjena potpore u organizaciji manifestacija i ostalih zajedničkih projekata, biti će uplaćena TZ ili direkto uplaćena organizatorima. Također, sukladno zakonskim obvezama, napraviti će se raspored trošenja sredstava od transfera.

✚ PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI

TZO Mljet tiska propagadni materijal za svoje potrebe. Dio materijala dajemo gospodarskim subjektima i privatnim iznajmljivačima na području općine. Količine tiskanog materijala dostatne su za potrebe TZO Mljet, međutim nisu dostatne za zamjenu promotivnog materijala tvrtki koje ne tiskaju svoje materijale.

Očekujemo doznaku sredstava od nautičkog turizma, a planiramo se i dalje aktivno javljati na sve natječaje za sufinanciranje turističkih proizvoda.

✚ OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI

Odnose se na prihode od kamata, te prihode od dotacija i donacija.

Planiraju se da će se realizirati i prihodi od ostalih izvora u iznosu od 30.000,00 kn

(b) PLANIRANJE RASHODA

• ADMINISTRATIVNI RASHODI

- ✚ Rashodi za radnike planirani su prema važećim ugovorima o radu, te prema planiranim potrebama za djelatnike TIC-a. Važeću sistematizaciju radnih mjesta potrebno je izmjeniti u skladu s trendovima u sustavu TZ, te će isto predložiti direktorica TU u 2016. U navedene troškove spadaju i najmovi ureda za rad, te ostale materijalne potrebe za funkcioniranje ureda.
- ✚ U turističkom uredu zaposlena je direktorica ureda i dvije administratorice u uredima u Sobri i Polačama.
- ✚ Turistički ured organizira izvršenje programa rada, te ispunjavanje zakonskih obveza. Detaljni troškovnik turističkog ureda dio je financijskog plana, a temelji se na planiranju na temelju pravilnika o radu TU, te ostalih nužnih troškova za funkcioniranje ureda.

Rashodi za TIC planirani su prema potrebama TIC-a.

Planirana sredstva: 354.000,00 kn
Nositelj : direktorica TZ sukladno statutu TZOM

• DIZAJN VRIJEDNOSTI

Poticanje i sudjelovanje u uređenju općine / (osim izgradnje komunalne infrastrukture) - Projekt Volim Hrvatsku

Sukladno čl. 26. Stavak 2. alineja 1. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, Turističke zajednice dogovaraju s općinom zajedničko korištenje sredstava boravišne pristojbe koje se doznaju općini za poboljšanje uvjeta boravka turista.

Fokus u uređenju mjesta prebacit će se na sredstva koja Turistička zajednica doznaju općini, a za koja će naknadno biti dostavljen plan trošenja, a prema obvezama općine na rokove donošenja općinskog proračuna.

Također Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma u čl. 32. stavak 7. navodi pod zadaćama TZ slijedeće: poticanje i sudjelovanje u uređenju općine ili grada u cilju unaprjeđenje uvjeta boravka turista, osim izgradnje komunalne infrastrukture. Nastavno na gore navedeni članak, TZO Mljet nije više u mogućnosti sufinancirati radove koji se prema Zakonu o komunalnom gospodarstvu definiraju kao komunalna infrastruktura.

Polovicom travnja u sklopu akcije „Volim Hrvatsku“ nastaviti ćemo organizirati u sajam cvijeća i razmjenu sadnica u Babinom Polju kao i natječaj za najbolje uređenu okućnicu. Tijekom cijele godine, a intenzivnije prije turističke sezone u suradnji s Općinom Mljet i komunalnim poduzećem provoditi će se aktivnosti uređenje zelenih površina i plaža. Provoditi će se i čišćenje uvala te će se u suradnji s Općinom Mljet provoditi aktivnosti u cilju ljepšeg uređenja zelenih površina i ulaze u sva turistička mjesta .

Projekt Volim Hrvatsku će se provoditi akcijama čišćenja sa mjesnim odborima, školom, udrugama i svim subjektima povezanim s turizmom kako bi se razvijala svijest o važnosti čistoće okoliša i bolje uređenosti mjesta.

Kontinuirano tijekom godine poticati veću svijest stanovništva o važnosti čistoće i očuvanja okoliša ne samo u vrijeme turističke sezone već cijele godine u cilju kvalitetnijeg života i razvoja turizma

Planirana sredstva 41.000,00 kn

Nositelj aktivnosti: direktorica TU u suradnji sa Općinom Mljet i komunalnim poduzećem

2.1 .MANIFESTACIJE (kulturne, zabavne, sportske, ekološke)

"Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma" kao jednu od zadaća turističkih zajednica ističe poticanje, koordinaciju i organizaciju kulturnih, umjetničkih, gospodarskih, sportskih i drugih priredbi koje pridonose obogaćivanju turističke ponude mjesta. Aktivnosti su usmjerene prema samostalnom organiziranju, ali i sudjelovanju u raznim dijelovima organizacije, kao što supromocija manifestacije, izrada i distribucija plakata i ostalog promotivnog materijala, uključivanje volontera, udruga i klubova, savjetovanje te pomoć svake druge vrste.

Na nivou destinacije planira se okupljanje svih manifestacija pod "zajednički krov", odnosno brend i vizualni identitet, koji će na uspješniji način komunicirati poruku koju želimo prenijeti publici, odnosno našim gostima, a to je poruka "na Mljetu se uvijek nešto događa ". Posebnu pozornost treba posvetiti organizaciji manifestacija. Potrebno je unaprijediti provedbu postojećih manifestacija te poticati nove posebno one izvan glavne sezone. U provedbi programa događanja potrebno je u suradnji sa udrugama, izvođačima manifestacija i Općinom i JUNP Mljet definirati uvjete i načine provedbe pojedinih manifestacija .

Obavezno je predvidjeti sredstva za slijedeća događanja:

- Noć vina (više puta) 10.500,00 KN
- Ribarske fešte (više puta) 4.000,00 KN
- Eko akcije čišćenja podmorja 3.000,00 KN
- Velika Gospa 3.000,00 KN
- Skriveni mljetski kantuni 11.500,00 KN

• **Potpore manifestacijama**

Turistička zajednica općine Mljet će raspisati Javni poziv za prijavu projekata za financijsku potporu te će se u okviru mogućih sredstava rasporediti sredstva prema Javnom pozivu i po programima manifestacija.

Jedan manji dio sredstava ostavit će se u rezervi za kvalitetne programe koji će se možda pojaviti naknadno, a sve prema odluci Turističkoga vijeća.

Uvjeti za dodjelu sredstava

- ✚ definiran organizator,
- ✚ poslana molba prije održavanja događanja,
- ✚ poslano izvješće najkasnije 15 dana nakon održanog događanja,
- ✚ plaćanje se vrši na žiro račun organizatora

Planirana sredstva 5.000,00 kn

Nositelj: TU odobrava sredstva po zaprimljenoj zamolbi

Za ostale aktivnosti, nakon podnošenja molbi, odlučivat će Turističko vijeće, te su za isto predviđena sredstva pod stavkom: ostalo.

III .KOMUNIKACIJSKE VRIJEDNOSTI

3.1. ONLINE KOMUNIKACIJE

Oglašavanje na internetu postalo je nezaobilazan dio svake marketinške kampanje. U doba internetizacije postalo je jasno kako je došlo vrijeme za mijenjanje zastarjelih strategija u oglašavanju i za okretanje mediju sadašnjosti - internetu.

TZO Mljet planira u 2016.g. sljedeće internet oglašavanje:

- Google AdWords oglašavanje
- Facebook oglašavanje
- Reklamiranje na ostalim Web portalima i Internet stranicama

Planirana sredstva :5.000,00KN

Nositelj: direktorica TU

3.2. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

U 2013. godini objavili smo novu web stranicu TZO Mljet . Internetska stranica vrlo je, dinamična i informativna te se redovito ažurirana, čemu posvećujemo veliku pažnju. I dalje planiramo redovito raditi i ažurirati društvene mreže, posebno Instagram, Facebook Twitter i Pinterest .U 2016. se planira daljnje obogaćivanje web stranice i pozicioniranje weba TZOM na tražilicama.

Planirana sredstva: 5.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

3.3 Offline komunikacije

✚ OGLAŠAVANJE U PROMOTIVNIM KAMPANJAMA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA
TZO Mjet u 2016. planira sufinancirati kampanje u udruženom oglašavanju sukladno odlukama i natječajima HTZ.

Planirana sredstva: 3.000,00 KN

Nositelj: TU

- ✚ Brošure i ostali tiskani materiala

U 2016.g. planiramo tisak sljedećih tiskanih materijala:

- ✚ Image brošura –Prezentira mogućnosti sporta, rekreacije, gastro ponudu, kulturno-povijesnu baštinu i ostale segmente naše ponude. Distribuirat će se na sajmovima, putem ureda HTZ i informativnih punktova u inozemstvu, na organiziranim

prezentacijama i ostalim promidžbenim manifestacijama u inozemstvu, te na informativnom punktu unutar Turističkog ureda. Naklada od 5.000 primjeraka

- ✚ Vodič za smještaj - brošura prezentira mogućnosti smještaja u mjestu: privatni smještaj, smještaj u hotelima i kampovima. Svaki pojedini objekt prikazat će se fotografijom i kontakt podacima. Distribuirat će se na sajmovima, putem ureda HTZ i informativnih punktova u inozemstvu, na organiziranim prezentacijama i ostalim promidžbenim manifestacijama u inozemstvu, te na informativnom punktu unutar Turističkog ureda. Naklada od 5.000 primjeraka.
- ✚ Manifestacije - info letak sadržavat će sve važne informacije o manifestacijama i događanjima na području TZO Mljet. Također za svaku pojedinu manifestaciju tiskat će se letci i plakati ovisno o vrsti manifestacije. Naklada od 2000.
- ✚ Suveniri i promo materijali – koji će se koristiti za poklone raznim poslovnim partnerima, sudionicima raznih događanja i natjecanja te za prezentaciju samoga otoka. Izrada prema potrebi
- ✚ Info table – prema dogovoru s Turističkim vijećem o postavljanju istih

Planirana sredstva: 58.000,00 KN
Nositelj: direktorica TU

3.4. Smeđa signalizacija

Postavljanje urbane turističke signalizacije na području otoka prema izrađenim projektima za mjesta na otoku.

Planirana sredstva: 10.000,00 kn
Nositelj: direktorica TU

• DISTRIBUCIJA I PRODAJA VRIJEDNOSTI

- ✚ SAJMOVI (u skladu sa zakonskim propisima i propisanim pravilima za sustav TZ)

Sajmovi su mjesto susreta ponude i potražnje te tako predstavljaju veoma bitan kanal distribucije i najizravnijeg komuniciranja s turističkim potrošačima . U 2016. TZO Mljet će aktivno sudjelovati na pojedinim sajmovima i road show prezentacijama u organizaciji Turističke zajednice Dubrovačko neretvanske županije, a materijali TZO Mljet će kao i do sada biti prisutni na svim sajmovima na kojima nastupa HTZ i TZŽDN .

Planirana sredstva :15.000,00 KN
Nositelj: direktorica TU

✚ STUDIJSKA PUTOVANJA NOVINARA, AGENATA, OPINION MAKERA

Studijska putovanja novinara donose pozitivan učinak za destinaciju. Izvješća novinara imaju afirmativan karakter, te se doživljavaju kao neovisan, objektivan izvor informiranja. TZO Mljet će prema planu i najavi pilot projekta Hrvatska 365 , HTZ i TZŽ ugostiti zainteresirane novinare na svom području i participirati u troškovima sukladno dogovoru. Planirana sredstva : 10.000,00 kn
Nositelj: direktorica TU

V INTERNI MARKETING

Ovom vrstom zadaća usmjerit ćemo aktivnosti u odredištu većem razumjevanju i dobivanju podrške od svih uključenih u turističke aktivnosti:

- (a) izvješća o radu
- (b) ključne izazove u turizmu
- (c) planove, strategije, aktivnosti za slijedeću godinu
- (d) edukacije
- (e) nagrade, priznanja i sustav nagrađivanja

5.1. Edukacija

Sudjelovat ćemo na svim seminarima organiziranim za poboljšanje rada stručnih službi TZ. Obzirom da je operativnim planom HTZ predviđeno povećanje sredstava za edukaciju, isto smo predvidjeli i u našem planu jer su edukacije za sustav TZ nužne za redovno praćenje svih zakonskih izmjena i uvođenje novih metodologija rada.

Planirana sredstva : 10.000,00 kn
Nositelj: direktorica TU

5.3. Izvješća , Planovi

Ovdje se planiraju troškovi izrade i umnožavanja godišnjih izvještaja Turističke zajednice (Turističkom vijeću, Nadzornom odboru, Skupštini, , TZ DNŽ, HTZ-u).

Planirana sredstva : 0,00 kn
Nositelj: direktorica TU

5.4. NAGRADE I PRIZNANJA (PROJEKT VOLIM HRVATSKU I OSTALO)

U 2014. započeli smo s akcijom nagrađivanja najuređenijih vrtova, okućnica i/ili balkona na našem području. S istom akcijom nastaviti ćemo i u 2016.

Planirana sredstva : 2.000,00 kn
Nositelj: direktorica TU

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinškom infrastrukturom podrazumjevamo aktivnosti usmjerene na podržavanje i donošenje odluka i izvođenje marketinških aktivnosti, te provedbu marketinških planova kroz:

6.5. BANKA FOTOGRAFIJA I PRIPREMA U IZDAVAŠTVU

Za potrebe promocije je potrebno kontinuirano raditi na proširenju fototeke, koja će se koristiti za izradu tiskanih i digitalnih promotivnih materijala. Bit će sklopljen ugovor s fotografima, koji će na poziv fotografirati manifestacije, razne koncerte i nastupe izvođača te druge motive potrebne za izradu promotivnih materijala
Priprema u izdavaštvu je stručan i intelektualan posao za koje trebamo vanjske suradnike.

Planirana sredstva: 2.000,00 KN

Nositelj: Turističko vijeće i direktorica TU

6.6. JEDINSTVENI TURISTIČKI INFORMACIJSKI SUSTAV

- program za rad u turističkim zajednicama, trošak održavanja
- program za web prijavu turist

Planirana sredstva: 9.000,00

Nositelj: direktorica TU

Mljet
Mistična oaza ~ Mystic oasis

VII. OSTALO (planovi razvoja turizma, strateški marketing planovi i ostalo)

U 2016. ne planiramo sufinanciranje izvan zadaća TZ.

• TRANSFER SREDSTAVA BORAVIŠNE PRISTOJBE OPĆINI MLJET (30%)

U rasporedu boravišne pristojbe po zakonskoj stopi, izvršit ćemo transfer sredstava na račun općine Mljet..

Planirana sredstva: 93.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

X. PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU

Ostvareni višak prihoda utrošit će se na redovno poslovanje 2016. godine.

Na rebalans plana se ide ukoliko su odstupanja prihodovne, odnosno rashodovne strane veća, odnosno manja od 5%.

✚ TURISTIČKI URED

Turistički ured je stručna služba TZO Mljet koja, sukladno Statutu, realizira Program rada i druge odluke tijela TZO Mljet.

TIJELA TURISTIČKE ZAJEDNICE OPĆINE MLJET

✚ SKUPŠTINA

Skupština TZO zasjeda 2 puta godišnje i raspravlja o ključnim dokumentima, programu rada i financijskom planu i o njihovom izvršenju, te o drugim važnim pitanjima iz djelokruga sustava turističkih zajednica. Program rada i finacijski plan, kao i Izvješće o radu dostavlja Turističkom vijeću TZ DNŽ.

✚ TURISTIČKO VIJEĆE

Turističko vijeće zasjeda po potrebi, a najmanje 4 puta godišnje. Na sjednice Turističkog vijeća uz članove mogu biti pozvani i gosti ukoliko svojom stručnošću ili položajem mogu značajno doprinijeti rješavanju pojedinih pitanja iz predloženog dnevnog reda pojedine sjednice.

✚ NADZORNI ODBOR

Nadzorni odbor se sastaje 2 puta godišnje. Raspravlja o izvršenju Programa rada i financijskog plana za godinu. Ovisno o potrebi Nadzorni odbor se može sastati i više puta tijekom godine. Predsjednik NO podnosi pisano izvješće Skupštini TZO Mljet, te Turističkom vijeću TZ DNŽ, o obavljenom godišnjem nadzoru.

- ČLANOVI TZO MLJET PREDSTAVNICI U TIJELIMA TZ DNŽ I U OSTALIM INSTITUCIJAMA U KOJIMA PREDSTAVLJAJU TZO MLJET

Članovi TZO Mljet koji predstavljaju TZO Mljet u tijelima TZ DNŽ i u ostalim institucijama u kojima predstavljaju TZO Mljet obvezni su sve materijale koje dobiju od tijela TZ DNŽ i ostalih institucija dostaviti, prije održavanja sjednica za koje su primili materijale, predsjedniku TZO Mljet i direktorici TU TZO Mljet, te dogovoriti eventualne primjedbe na materijale, a koje se tiču TZO Mljet.

✚ GODIŠNJE IZVJEŠĆE

Godišnje izvješće o izvršenju zadaća, analizu i ocjenu ostvarenja programa i financijskog plana na kraju godine izraditi će direktorica ureda. Prijedlog će utvrditi Turističko vijeće, te ga dati Skupštini na usvajanje.

Godišnje izvješće treba sadržavati:

- ✚ podatke o ostvarivanju postavljenih ciljeva
- ✚ praćenje postavke plana
- ✚ sadrži usporedbu planiranog i ostvarenog
- ✚ sadrži usporedbe planiranih i utrošenih sredstava za pojedine zadaće, područja zadaća i projekte
- ✚ sadržava informacije o djelotvornosti ukupnog trošenja sredstava u odnosu na postavljene ciljeve

- ✚ financijsko izvješće – sadrži usporedbu planiranih i utrošenih sredstava sa analizom odstupanja

Također, predsjednik Nadzornog odbora će podnijeti Skupštini pisano izvješće o obavljenom nadzoru, te Turističkom vijeću TZ DNŽ.

Program rada sastavila :

Andrea Anelić mag.oec.
Direktorica TU TZO Mljet

Đivo Market dipl.ing.
Predsjednik TZO Mljet



Na temelju članka 20. Statuta Turističke zajednice općine Mljet Skupština Turističke zajednice općine Mljet na sjednici održanoj dana 17.12.2015. donosi

ODLUKU

O IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA TZO MLJET ZA 2016.

Članak 1.

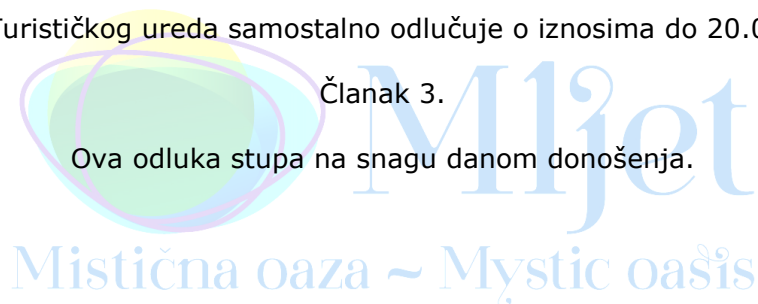
Za izvršenje financijskog plana za 2016. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica Turističkog ureda.
Skupština ovlašćuje Turističko vijeće da može tijekom godine, u okviru ukupne svote, vršiti preraspodjelu i prenamjenu pojedinih stavki Financijskog plana u skladu s izmjenama i dopunama Programa rada za 2016. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

Članak 2.

Direktor Turističkog ureda samostalno odlučuje o iznosima do 20.000,00 kn.

Članak 3.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.



Predsjednik TZO Mljet
Đivo Markot dipl.ing.
Babino Polje,
