

2017

TZO Mljet



PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2017.

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

UVOD

Turizam je jedna od najmasovnijih, najdinamičnijih i najsloženijih društveno-ekonomskih pojava suvremenog doba. Predmetom ozbiljnih znanstvenih istraživanja postao je tek polovicom 20. stoljeća kada je počeo njegov izuzetno dinamičan rast i razvoj.

Danas je turizam izuzetno važan segment Republike Hrvatske, njezinih županija, regija, gradova i općina budući više od bilo koje gospodarske aktivnosti zadire u sve pore gospodarstva područja na kojem se razvija i utječe na ukupno sociokulturno okruženje.

U cilju daljnjeg unapređenja turizma Republike Hrvatske Hrvatska Turistička zajednica (HTZ) donosi Operativni marketing plan turizma Hrvatske za 2013.godinu (OMPTH), koji kao podloga za izradu Godišnjeg programa rada HTZ predstavlja tranzicijski dokument kojim su definirane određene promjene u obujmu i strukturi ukupnih aktivnosti. Iz predloženih promjena proizlazi nužnost usklađivanja standarda planiranja za niže razine sustava sa čime je usuglašen i Godišnji program rada TZO Mljet.

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.

Ono čime bi se u značajnoj mjeri unaprijedio turizam Općine Mljet je donošenje STRATEGIJE RAZVOJA TURIZMA OPĆINE MLJET čiju izradu i sačinjene smjernice smo mnogo puta isticali, a i ovim programom rada apelirati ćemo isto. Cilj strategije jest da na koncizan i jezgrovit način, odredi i objasni model primjerene turističke valorizacije Općine Mljet.

Turistička zajednica općine Mljet u 2017. 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 program rada i financijskog plana se temelji na naputcima Hrvatske turističke zajednice Ur.br: 5829/05-4/12 od 7. rujna 2012.

U izradi prijedloga Programa rada za 2017. godinu polazi se od:

1. ostvarenih rezultata i aktivnosti u prvih 9 mjeseci 2016. g.,
2. stanja na emitivnim tržištima i procjeni tog stanja u 2017. godini (podaci HTZ)
3. stanja, strukture i ocjene raspoloživih smještajnih kapaciteta
4. aktivnostima i projektima započetima ranijih godina

REZULTATI FIZIČKOG TURISTIČKOG PROMETA U RAZDOBLJU SIJEČANJ – RUJAN 2016. G.

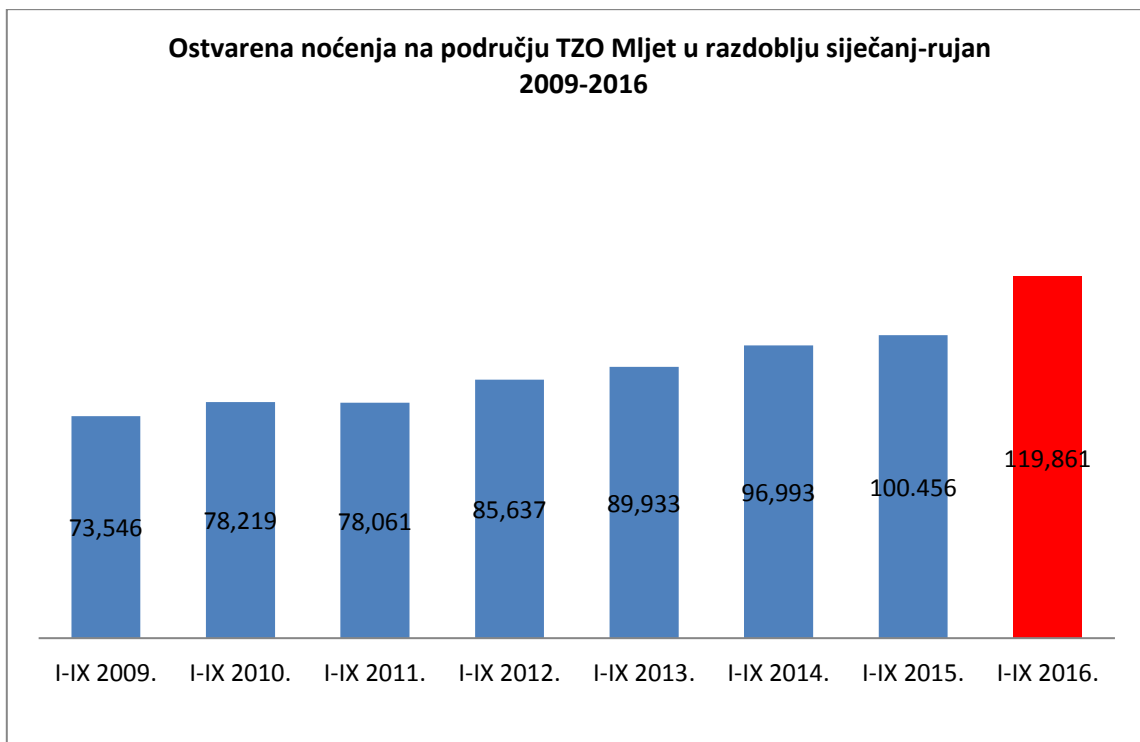
Planom Turističke zajednice općine Mljet za 2016. planirano je povećanje turističkog prometa od oko 10 % u odnosu na ostvarene rezultate u 2015., odnosno doseganje broja od oko 113.000 noćenja.

U razdoblju siječanj-rujan 2016. godine na području općine Mljet zabilježeno je **25.262 dolazaka i 119.861 noćenja**. Domaći turisti ostvarili su 3.282 dolazaka te 18.807 noćenja (15,69 % ukupnih noćenja), dok su strani turisti ostvarili 21.980 dolazaka te 101.054 noćenja (84,31 % ukupnih noćenja).

Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-rujan 2016. godine je za 22,61 % veći u odnosu na isto razdoblje prošle godine; domaći dolasci su veći za 36,52 %, a dolasci stranih turista veći su za 20,80 %.

Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2016. godine u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2015. godine je za 19,31% veći pri čemu su ostvarena noćenja domaćih gostiju veća za 48,59%, a strana noćenja su veća za 15,10%.

Od siječnja do rujna 2016. godine ostvareno 16.065 noćenja više nego tijekom cijele 2015. godine te 20.713 noćenja više nego tijekom cijele 2014. godine .



Rezultati turističkog prometa po mjesecima i razdobljima 2016. godine

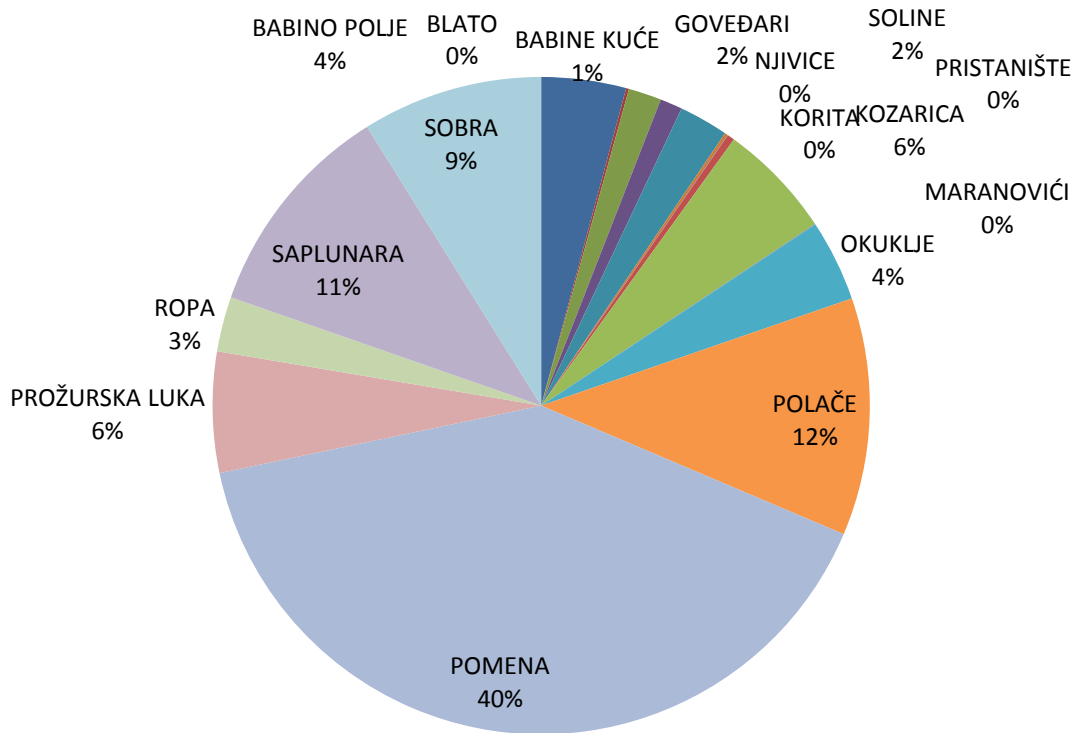
Mjesec/ razdoblje	Rast/Pad		Ukupno 2016.		Ukupno 2015.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
u 2016. god.						
siječanj	225%	280,77%	9	146	4	52
veljača	127,27%	140%	14	84	11	60
siječanj-veljača	153,33%	205,36%	23	230	15	112
ožujak	390%	284,42%	78	219	20	77
siječanj-ožujak	288,57%	237,57%	101	449	35	189
travanj	159,20%	198,40%	476	1.615	299	814
siječanj-travanj	172,75%	205,78%	577	2.064	334	1.003
svibanj	125,51%	118,06%	1.604	5.172	1.278	4.381
siječanj-svibanj	135,30%	134,67%	2.181	7.236	1.612	5.373
lipanj	122,46%	114,16%	3.446	14.736	2.814	12.908
siječanj-lipanj	127,14%	120,20%	5.627	21.972	4.426	18.279
srpanj	122,82%	118,43%	7.094	35.756	5.776	30.192
siječanj-srpanj	124,26%	119,13%	12.721	57.728	10.237	48.458
kolovoz	115,43%	115,22%	8.633	43.633	7.479	37.868
siječanj-kolovoz	120,07%	117,47%	21.354	101.361	17.784	86.284
rujan	140,58%	130,32%	3.908	18.500	2.777	14.193
siječanj-rujan	122,61%	119,31%	25.262	119.861	20.600	100.456

	Rast/Pad 2016/2015		Ukupno		Udio u ukupnom turist. prometu		2015.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	dolasci	noćenja
PREDSEZONA <i>siječanj-svibanj</i>	135,30%	134,67%	2.181	7.236	8,63%	6,04%	1.612	5.373
SEZONA <i>lipanj -kolovoz</i>	118,56%	116,33%	19.173	94.125	75,91%	78,53%	16.172	80.913
RUJAN	140,58%	130,32%	3.908	18.500	15,46%	15,43%	2.777	14.193
siječanj -rujan 2016.	122,61%	119,31%	25.262	119.861	100	100	20.600	100.456

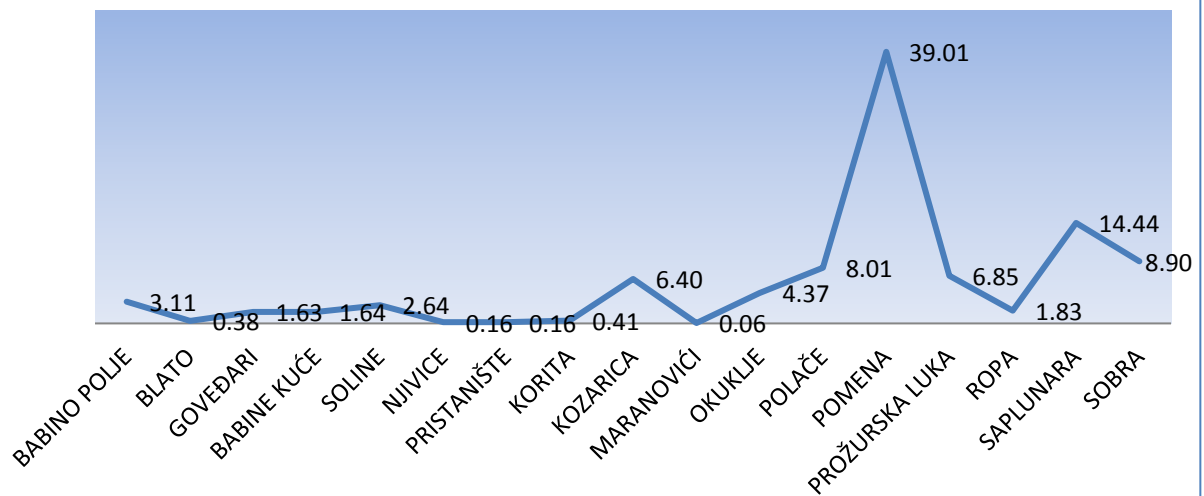
Po mjestima :

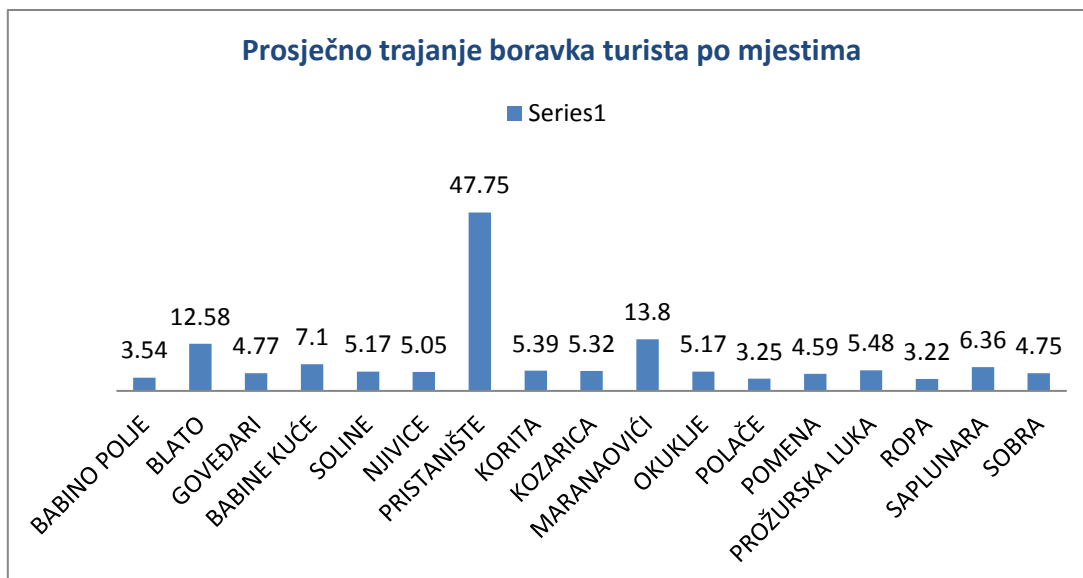
- Pomena je ostvarila najveći broj noćenja:
46.752 (porast od 10,05%), što iznosi 39,01% ukupnog udjela u noćenjima.
- Saplunara 17.310 noćenja (porast od 31,04%) što iznosi 14,44% udjela u ukupnim noćenjima
- Sobra 10.672 noćenja (porast od 30,04%), udjel 8,90%
- Polače 9.062 noćenja (porast od 42,78%), udjel 8,01%
- Prožurska Luka 8.213 noćenja (porast od 11,17%), udjel 6,85%
- Kozarica 7.674 noćenja (porast od 36,67%), udjel 6,40%
- Okuklje 5.235 noćenja (porast od 38,70%), udjel 4,37%
- Babino Polje 3.724 noćenja (pad od 0,11%), udjel 3,11%
- Soline 3.169 noćenja (pad od 3,35%), udjel 2,64%
- Ropa 2.196 noćenja (porast od 17,62%), udjel 1,83%
- Babine Kuće 1.968 noćenja (porast od 3,42%), udjel 1,64%
- Goveđari 1.956 noćenja (porast od 38,53%), udjel 1,63%
- Korita 485 noćenja (porast od 782,26%), udjel 0,41%
- Blato 453 noćenja (porast od 34,42%), udjel 0,38%
- Njivice 192 noćenja (pad od 5,88%), udjel 0,16%
- Pristaniše 191 noćenje (pad od 13,96%), udjel 0,16%
- Maranovići 69 noćenja (porast od 56,82%), udjel 0,06%

SIJEČANJ-RUJAN 2016.							2015.	
DOLASCI			NOĆENJA					
MJESTA	dolasci	UDIO %	INDEKS I x 16/15	noćenja	UDIO %	INDEKS I x 16/15	dolasci	noćenja
BABINO POLJE	1.052	4,17	92,44	3.724	3,11	99,89	1.138	3.728
BLATO	36	0,14	100,00	453	0,38	134,42	36	337
GOVEĐARI	410	1,62	127,33	1.956	1,63	138,53	322	1.412
BABINE KUĆE	277	1,10	115,90	1.968	1,64	103,42	239	1.903
SOLINE	613	2,43	85,38	3.169	2,64	96,65	718	3.279
NJIVICE	38	0,15	146,15	192	0,16	94,12	26	204
PRISTANIŠTE	4	0,02	50,00	191	0,16	86,04	8	222
KORITA	90	0,36	782,26	485	0,41	782,26	7	62
KOZARICA	1.442	5,71	130,26	7.674	6,40	136,67	1.107	5.615
MARANOVIĆI	5	0,01	125,00	69	0,06	156,82	4	44
OKUKLJE	1.013	4,00	136,25	5.235	4,37	138,70	742	3.773
POLAČE	2.951	11,68	155,64	9.602	8,01	142,78	1.896	6.725
POMENA	10.184	40,32	117,76	46.752	39,01	110,05	8.648	42.482
PROŽURSKA LUKA	1.500	5,94	109,25	8.213	6,85	111,17	1.373	7.388
ROPA	682	2,70	114,05	2.196	1,83	117,62	598	1.867
SAPLUNARA	2.720	10,76	145,89	17.310	14,44	131,04	1.863	13.208
SOBRA	2.245	8,89	119,73	10.672	8,90	130,04	1.875	8.207
UKUPNO	25.262	100	122,61	119.861	100	119,31	20.600	100.456



Udio u noćenjima u razdoblju SIJEČANJ-RUJAN po mjestima





Po tržištima : Najveći broj inozemnih noćenja na području općine Mljet u razdoblju siječanj-rujan 2016. godine ostvarili su gosti iz Slovenije 14,08% (4,52% više), Njemačke 10,06% (2,36% više), Francuske 7,68% (35,25% više), Ujedinjenog Kraljevstva 7,45% (33,24% više), Italije 6,68% (12,52% manje), Bosne i Hercegovine 4,6% (8,77% više), Republike Češke 4,51% (11,13% više), Poljske 3,83% (25,29% više), Austrije 3,19% (65,97% više), Mađarske 2,19% (47,67% više), Srbije 2,13% (9,27% više) i Nizozemske 1,62% (35% više).

SIJEČANJ-RUJAN 2016.						
		Rast /Pad		Turistički promet		
		dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udio u noćenjima
1	SLOVENIJA	+105,48	+104,52	2.272	16.881	14,08%
2	NJEMAČKA	+101,34	+102,36	1.962	12.061	10,06%
3	FRANCUSKA	+140,66	+135,25	3.364	9.209	7,68%
4	UJEDINJENA KRALJEVINA	+132,54	+133,24	2.546	8.926	7,45%
5	ITALIJA	-98,89	-87,48	1.780	8.004	6,68%
6	BOSNA I HERCEGOVINA	-96,05	+108,77	753	5.518	4,6%
Ukupni udio						50,55%
Domaći gosti		136,52	148,59	3.282	18.807	15,69%

SIJEČANJ-RUJAN 2016.

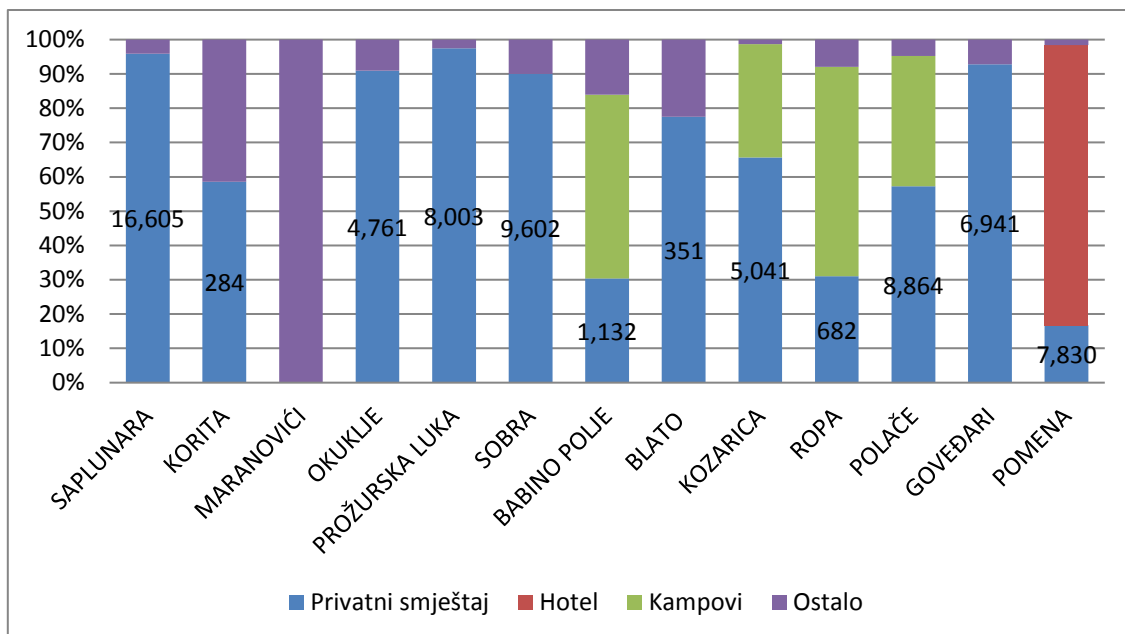
	Rast /Pad	Turistički promet			
		dolasci	noćenja	dolasci	noćenja
7 ČEŠKA	+110,18	+111,13	714	5.403	4,51%
8 POLJSKA	+105,18	+125,29	630	4.592	3,83%
9 AUSTRIJA	+149,01	+165,97	605	3.829	3,19%
10 MAĐARSKA	+141	+147,67	423	2.627	2,19%
11 SRBIJA	+133,7	+109,27	361	2.557	2,13%
12 NIZOZEMSKA	+130,11	+135	484	1.940	1,62%
Ukupni udio					17,47

Ukupni udio ino noćenja 12 TOP zemalja
68,02%

Po smještajnim kapacitetima: Najviše noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2016., ostvareno je u privatnom smještaju 70.096 (40,92% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u hotelu 38.190 (6,55% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u kampovima 5872 (0,77% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine) i u ostalim objektima 5.711 (36,23% manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine).

SIJEČANJ –RUJAN 2016. - noćenja

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO	SAPLUNARA	KORITA	MARANNOVIĆI	OKUKLJE	PROŽURSKA LUKA	SOBRA	BABINO POLJE	BLATO	KOZARICA	ROPA	POLAČE	GOVEĐARI	POMENA
Privatni smještaj	70.096	16.605	284		4.761	8.003	9.602	1.132	351	5.041	682	8.864	6.941	7.830
Hotel	38.190													38.190
Kampovi	5.872							1.994		2.535	1.343	5.872		
Ostalo	5.711	705	201	69	474	210	1.070	598	102	98	175	740	535	734
UKUPNO	119.869	17.310	485	69	5.235	8.213	10.672	3.724	453	7.674	2.200	15.476	7.476	46.754



IZVJEŠĆE O NAPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA RAZDOBLJE DO 30.09.2016. GODINE

obveznici uplate	Ostvareni broj noćenja do 30.09.2016.	Ukupan iznos BP prema noćenjima do 30.9.2016.	Uplaćen iznos Bp do kraja 9. mj 2016.	Neuplaćen iznos BP do 30.9.2016.	Dug po BP iz razdoblja prije 2016	Uplaćen dug po BP iz razdoblja prije 2016	Ostatak duga po BP iz razdoblja prije 2016.	Sveukupno uplaćena BP do 30.9.2016.	Ukupan dug po BP do .2016.
1	2	3	4	5 (3-4)	6	7	8 (6-7)	9 (4+7)	10 (5+8)
KOMERCIJALNO PAUŠAL	66425	247.595,52	219.743,02	27.852,50	8.120,84	6.870,95	1.249,89	226.613,97	29.102,39
KOMERCIJALNO PO NOĆENJU	47733	264.259,25	231.848,25	32.411,00			0,00	231.848,25	32.411,00
NEKOMERCIJALNO	5711	8.534,65	6.086,75	2.447,90	2.114,00	560,00	1.554,00	6.646,75	4.001,90
				0,00			0,00	0,00	0,00
				0,00			0,00	0,00	0,00
UKUPNO	119869	520.389,42	457.678,02	62.711,40	10.234,84	7.430,95	2.803,89	465.108,97	65.515,29

Ukupno je nenaplaćen bruto iznos od oko 62.711,00 kn zadužene boravišne pristojbe.

Porezna uprava prati naplatu turističke članarine.

Detaljni rezultati i analiza ostvarenoga bit će, sukladno propisima, izrađena do kraja veljače 2016.

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 dijelova:

✚ 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

Transfer boravišne pristojbe Općini Mljet (30%)

1.CILJEVI MARKETINŠKE POLITIKE U 2016 .

- 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 2016. 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 2016. Godine

2. Ciljevi marketinške politike u turizmu za 2017. su:

- Povećanje turističkog prometa od oko 20 % odnosno dosezanje broja od oko 144.360 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
- 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, instagram, pinterest...)
- 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

3. INFORMACIJE O TIJEKU SEZONE I STANJU NA EMITIVNIM TRŽIŠTIMA

Slovenija

Hrvatska je u prvih 8 mjeseci ove godine ugostila čak 13 milijuna turista s preko 75 milijuna noćenja. Već znamo da su Nijemci naši najbolji gosti. Ostaju najduže, pa je broj noćenja Nijemaca u 2016. godini prešao 14 milijuna, dok su drugi naši susjedi, Slovenci, s 8,4 milijuna ostvarenih noćenja.

Analize tvrde, Slovenci odmor planiraju tek nešto kraće od Nijemaca, 8,1 dana naspram njemačkih 8,6. No prema brošuri HTZ-a "*Ključne odlike turističkog prometa na značajnijim emitivnim tržištima*", Slovenci vole i duge i kratke odmore. 49 % Slovenaca će kod nas ostati tek 1 do 3 dana, dok će 51 % planirati dulji odmor i za takav odmor smještaj početi tražiti 70-ak dana ranije.

Od 2.249.720 putovanja Slovenaca izvan granica svoje domovine, čak 65 % slovenskih turista putuje u Hrvatsku. Slijede Italija i Austrija sa značajno manjim udjelom iako su i one susjedne zemlje. Mediteranske destinacije poput Francuske, Španjolske i Grčke, malo su privlačne Slovencima te u ukupnim slovenskim putovanjima sudjeluju tek s 2, odnosno, 1 %.

Njemačka

Sukladno razvoju ekonomske situacije, za očekivati je da će potražnja za putovanjima kod Nijemaca biti dobra. Na svjetskoj ljestvici potrošnje za putovanja, Njemačka se nalazi na 3. mjestu. Omiljene destinacije Nijemaca ostale su uglavnom nepromijenjene. Trećina Nijemaca još uvijek svoj odmor provodi u Njemačkoj. Najpoželjnija destinacija je i dalje Španjolska, a Hrvatska se nalazi oko 8 mjesta. Od prijevoznih sredstava Nijemci i dalje najviše koriste auto iako svake godine raste broj korisnika zračnog prijevoza.

Francuska

Unatoč snažnom domaćem turizmu, Francuska je šesto svjetsko emitivno tržište i treće europsko. Francuski turisti su također poznati da u prosjeku troše više od ostalih nacionalnosti. Nekad omiljene destinacije za odmor na sjeveru Afrike, turisti iz Francuske su bili primorani zamijeniti nekim europskim destinacijama, gdje su najveći porast francuskih turista u zadnje vrijeme zabilježili Španjolska i Italija. Samim time i u Hrvatskoj je zabilježen porast noćenja turista s francuskog tržišta. Za sada ne postoje objektivni razlozi da se pozitivan trend posjete francuskih turista ne nastavi i u sezoni 2017.

Velika Britanija

Rezultati iz prošlih godina ali i dosadašnjeg dijela ove turističke godine pokazuju da je stanje na britanskom tržištu za Hrvatsku vrlo stabilno. Situacija oko „Brexit“ nije u 2016. utjecala na dolazak britanskih turista i ne očekuje se da utječe ni u sezoni 2017. Broj gostiju u Velikoj Britaniji, koji se odlučuju za odmor u Hrvatskoj već par godina bilježi uzlazni trend.

Italija

Hrvatska je na petom mjestu po posjećenosti talijanskih turista što se tiče dugih odmora. Čak 96 % talijanskih turista dolaze u Hrvatsku vlastitim prijevozom. Za najvažnije razloge dolaska na odmor u Hrvatsku, talijanski turisti navode blizinu, čistoća mora, ekološka očuvanost, prekrasna obala za nautičare i sl. Talijanski gosti najviše noćenja ostvaruju u kampovima i privatnom smještaju. Pošto je sukladno gospodarskom oporavku, u 2016. godini narastao broj noćenja talijanskih turista, za očekivati je da se i u 2017. god. nastavi pozitivan trend.

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 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 2017. predviđamo da ćemo raspolagati s ukupnim iznosom od 407.000 kn 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 mijenjati. 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 značajne 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 nalogu 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.

Svojim planom u narednom jednogodišnjem razdoblju i dalje ćemo raditi na razvijanju svijesti o važnosti turizma, održivom razvoju uz zaštitu i unapređenje okoliša, racionalnom korištenju raspoloživih prirodnih resursa, isticanju gostoljubivosti lokalnog stanovništva, poticanju svijesti o potrebi očuvanja autohtonih vrijednosti, sustavnom unapređenju asortimana i kvaliteti ukupne turističke ponude, te sukladno čl.32 Zakona o Turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN br. 152/08) izvršavati slijedeće zadaće:

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 okružja 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.

(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 2017. godini ostvariti 320.000,00kn neto (od toga 30% treba uplatiti Općini)

Raspodjela bruto 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 2017. godini ostvariti kn 40.000 kn neto . Za 2017. godinu planirano je manji iznos jer se kao u 2106. prema prijedlogu novog zakona smanjila turistička članarina za 15 posto i preraspodjelom članarine obveznika koji ima svoje poslovnice u četiri različite županije izvan svog sjedišta.

Raspodjela bruto 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 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 namijenjena potpori u organizaciji manifestacija i ostalih zajedničkih projekata, biti će uplaćena TZ ili direktno uplaćena organizatorima. Također, sukladno zakonskim obvezama, napraviti će se raspored trošenja sredstava od transfera.

PRIHODI OD DRUGIH AKTIVNOSTI

TZO Mljet tiska propagandni materijal za svoje potrebe. Dio materijala šaljem na skladište HTZ za potrebe sajмова i predstavništava, dio 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 natječajе za sufinanciranje turističkih proizvoda.

OSTALI NESPOMENUTI PRIHODI

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

Planiramo 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 izmijeniti u skladu s trendovima u sustavu TZ, te će isto predložiti direktorica TU u 2017. 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: 370.000,00 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 56.000,00 kn

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

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 su promocija 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 sljedeća događanja:

- Noć vina (više puta) 12.000,00 KN
- Svako mjesto svoju festu ima (više puta) 7.000,00 KN
- Eko akcije čišćenja podmorja 2.000,00 KN
- Skriveni mljetski kantuni 15.000,00 KN
- Eco Art Festival 10.000,00

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 3.000,00 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 2017.g. sljedeće internet oglašavanje:

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

Planirana sredstva: 5.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

3.2. Internet stranice i upravljanje internet stranicama

U 2013. godini objavili smo novu web stranicu TZO Mljet . Internetska stranica 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 2017. 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 Mljet u 2017. planira sufinancirati kampanje u udruženom oglašavanju sukladno odlukama i natječajima HTZ.

Planirana sredstva: 5.000,00 KN

Nositelj: TU

BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL

U 2017.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 19.000 primjeraka

➤ Vodič za smještaj - brošura prezentira mogućnosti smještaja u mjestu: privatn 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 primjeraka

➤ Suveniri i promo materijali – roll up poster, vrećice, vrećice lavande, prigodni letci i suveniri, kuharske pregače i ostali materijal po potrebi koji će se koristiti za poklone

raznim poslovnim partnerima, sudionicima raznih događanja i natjecanja te 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 2017. 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 : 7.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

V INTERNI MARKETING

Ovom vrstom zadaća usmjerit ćemo aktivnosti u određitu većem razumijevanju 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

Sudjelovati 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 : 12.000,00 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 2017.

Planirana sredstva : 2.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinškom infrastrukturom podrazumijevamo aktivnosti usmjerene na održavanje 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. Biti 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

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

U 2017. 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: 96.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

X. PRIJENOS VIŠKA U IDUĆU GODINU

Ostvareni višak prihoda utrošit će se na redovno poslovanje 2017. 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 financijski 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.

Đivo Market dipl.ing.
Predsjednik TZO Mljet

Temeljem članka 20. Statuta Turističke zajednice općine Mljet Skupština Turističke zajednice općine Mljet na sjednici održanoj dana 12.12.2016. donosi

ODLUKU

O IZVRŠENJU FINACIJSKOG PLANA TZO MLJET ZA 2017.

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2017. 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 2017. 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 Market dipl.ing.
Babino Polje,12.12.16.