

2018

TZO Mljet



PROGRAM RADA I FINANCIJSKI PLAN ZA 2018.

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 (OMPHT), 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 2018. 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 2018. godinu polazi se od:

1. ostvarenih rezultata i aktivnosti u prvih 9 mjeseci 2017. 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 2017. G.

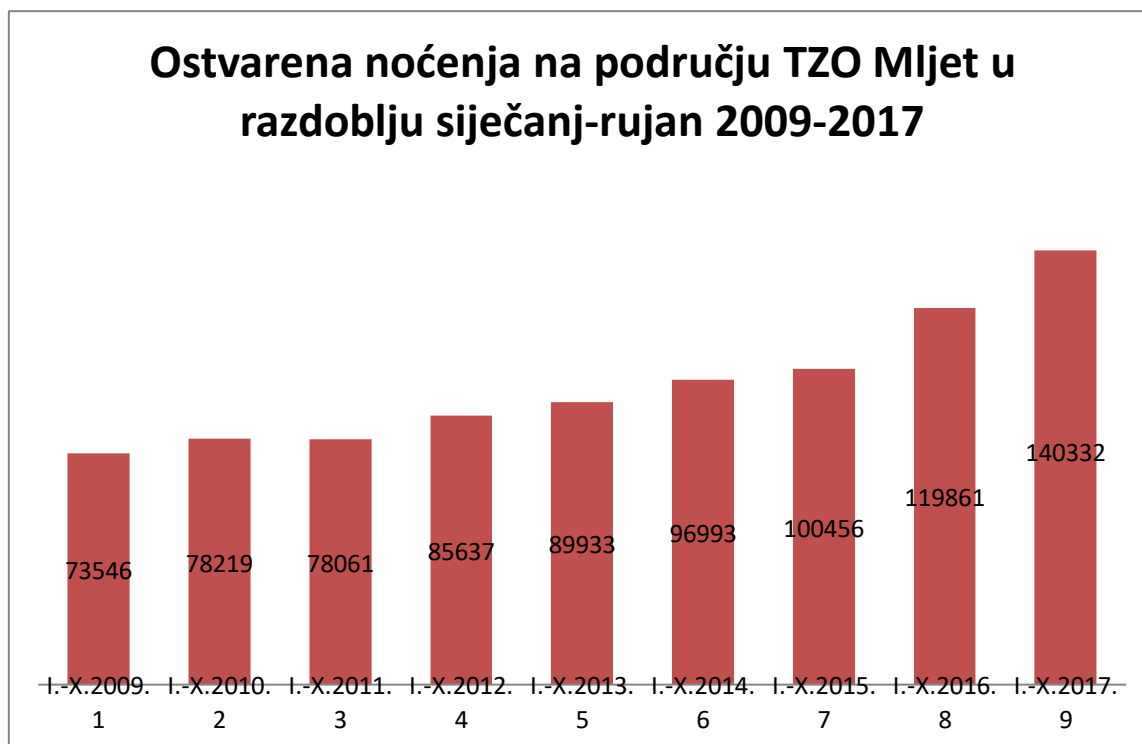
Planom Turističke zajednice općine Mljet za 2017. planirano je povećanje turističkog prometa od oko 20 % u odnosu na ostvarene rezultate u 2016., odnosno doseganje broja od oko 144.360 noćenja.

U razdoblju siječanj-rujan 2017. godine na području općine Mljet zabilježeno je **30.341 dolazaka i 140.332 noćenja**. **Domaći turisti** ostvarili su 3.957 dolazaka te 20.680 noćenja (14,73 % ukupnih noćenja), dok su **strani turisti** ostvarili 26.384 dolazaka te 119.652 noćenja (85,26 % ukupnih noćenja).

Ukupan broj dolazaka turista u razdoblju siječanj-rujan 2017. godine je za 20,06 % veći u odnosu na isto razdoblje prošle godine; **domaći dolasci su veći za 20,53 %**, a **dolasci stranih turista veći su za 19,99 %**.

Ukupan broj noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2017. godine u usporedbi s razdobljem siječanj-rujan 2016. godine je za 16,71% veći pri čemu su ostvarena noćenja **domaćih gostiju veća za 9,89%**, a **strana noćenja su veća za 17,97%**.

Od siječnja do rujna 2017. godine ostvareno je 15.244 noćenja više nego tijekom cijele 2016. godine te 36.536 noćenja više nego tijekom cijele 2015. godine.



Rezultati turističkog prometa po mjesecima i razdobljima 2017. godine

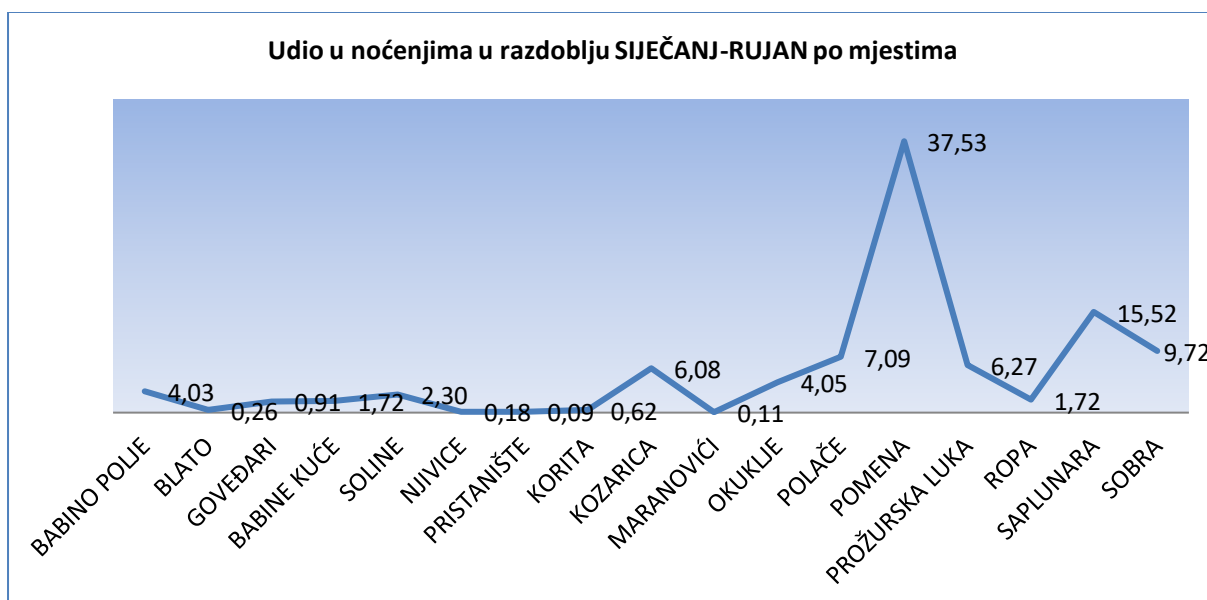
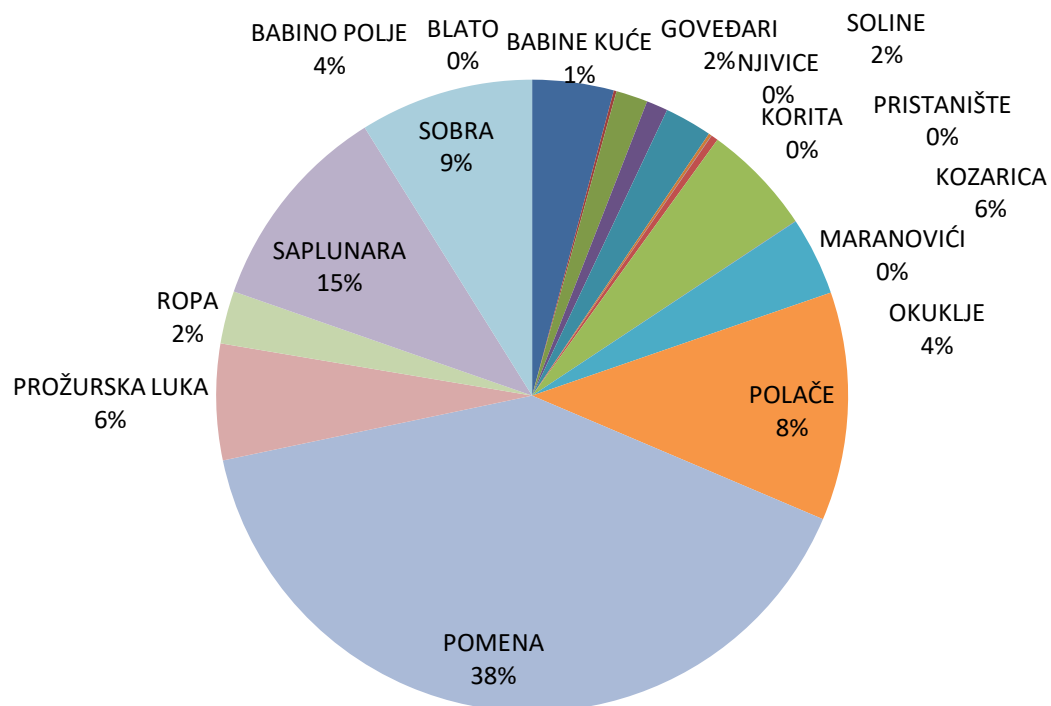
Mjesec/ razdoblje	Rast/Pad		Ukupno 2017.		Ukupno 2016.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja
u 2017. god.						
siječanj	357,14%	174,6%	25	220	7	126
veljača	257,14%	404,76%	36	340	14	84
siječanj-veljača	290,48%	266,67%	61	560	21	210
ožujak	62,82%	161,19%	49	353	78	219
siječanj-ožujak	111,11%	212,82%	110	913	99	429
travanj	252,7%	198,32%	1.170	3.066	463	1.546
siječanj-travanj	227,76%	201,47%	1.280	3.979	562	1.975
svibanj	118,70%	132,99%	1.898	6.559	1.599	4.932
siječanj-svibanj	147,06%	152,57%	3.178	10.538	2.161	6.907
lipanj	135,06%	128,86%	4.646	18.770	3.440	14.566
siječanj-lipanj	1139,69%	136,49%	7.824	29.308	5.601	21.473
srpanj	124,30%	122,86%	8.778	43.486	7.062	35.395
siječanj-srpanj	131,11%	128,01%	16.602	72.794	12.663	56.868
kolovoz	110,00%	112,45%	9.484	48.704	8.622	43.311
siječanj-kolovoz	122,56%	121,28%	26.086	121.498	21.285	100.179
rujan	108,80%	102,62%	4.255	18.834	3.911	18.353
siječanj-rujan	120,42%	118,39%	30.341	140.332	25.196	118.532

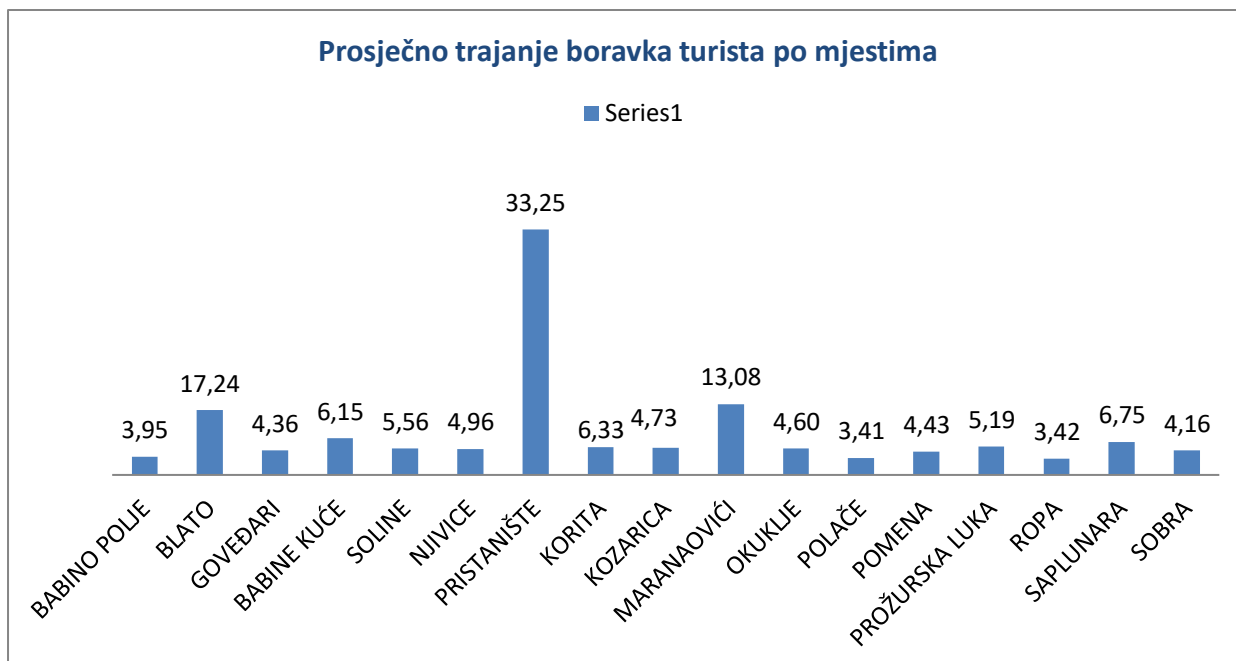
	Rast/Pad 2017/2016		Ukupno		Udio u ukupnom turist. prometu		2016.	
	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	Dolasci	Noćenja	dolasci	noćenja
PREDSEZONA <i>siječanj-svibanj</i>	147,06%	152,57%	3.178	10.538	10,47%	7,51%	2.161	6.907
SEZONA <i>lipanj-kolovoz</i>	119,77%	118,96%	22.908	110.960	75,50%	79,07%	19.124	93.272
RUJAN	108,80%	102,62%	4.255	18.834	14,02%	13,42%	3.911	18.353
siječanj -rujan 2017.	120,42%	118,39%	30.341	140.332	100	100	25.196	118.532

Po mjestima :

- Pomena je ostvarila najveći broj noćenja:
52.662 (porast od 12,64%), što iznosi 37,53% ukupnog udjela u noćenjima.
- Saplunara 21.782 noćenja (porast od 25,83%) što iznosi 15,52% udjela u ukupnim noćenjima
- Sobra 13.635 noćenja (porast od 27,76%), udjel 9,72%
- Polače 11.083 noćenja (porast od 15,42%), udjel 7,90%
- Prožurska Luka 8.795 noćenja (porast od 7,09%), udjel 6,27%
- Kozarica 8.526 noćenja (porast od 11,10%), udjel 6,08%
- Okuklje 5.678 noćenja (porast od 8,46%), udjel 4,05%
- Babino Polje 5.656 noćenja (porast od 51,88%), udjel 4,03%
- Soline 3.224 noćenja (porast od 0,88%), udjel 2,30%
- Ropa 2.418 noćenja (porast od 10,11%), udjel 1,72%
- Babine Kuće 2.408 noćenja (porast od 22,36%), udjel 1,72%
- Goveđari 2.686 noćenja (porast od 37,32%), udjel 1,91%
- Korita 874 noćenja (porast od 80,21%), udjel 0,62%
- Blato 362 noćenja (pad od 20,09%), udjel 0,26%
- Njivice 253 noćenja (porast od 31,77%), udjel 0,18%
- Pristaniše 133 noćenje (pad od 30,37%), udjel 0,09%
- Maranovići 157 noćenja (porast od 127,54%), udjel 0,11%

SIJEČANJ-RUJAN 2017.							2016.	
DOLASCI			NOĆENJA					
MJESTA	dolasci	UDIO %	INDEKS I x 17/16	noćenja	UDIO %	INDEKS I x 17/16	dolasci	noćenja
BABINO POLJE	1.433	4,72	136,22	5.656	4,03	151,88	1.052	3.724
BLATO	21	0,07	58,33	362	0,26	79,91	36	453
GOVEĐARI	583	1,92	142,2	2.686	1,91	137,32	410	1.956
BABINE KUĆE	416	1,37	150,18	2.408	1,72	122,36	277	1.968
SOLINE	593	1,95	96,74	3.224	2,30	100,88	613	3.169
NJIVICE	51	0,19	134,21	253	0,18	131,77	38	192
PRISTANIŠTE	4	0,02	100,00	133	0,09	69,63	4	191
KORITA	138	0,45	153,33	874	0,62	180,21	90	485
KOZARICA	1.802	5,94	124,97	8.526	6,08	111,10	1.442	7.674
MARANOVIĆI	12	0,04	240,00	157	0,11	227,54	5	69
OKUKLJE	1.234	4,07	121,82	5.678	4,05	108,46	1.013	5.235
POLAČE	3.250	10,71	110,13	11.083	7,90	115,42	2.951	9.602
POMENA	11.893	39,2	116,78	52.662	37,53	112,64	10.184	46.752
PROŽURSKA LUKA	1.695	5,59	113	8.795	6,27	107,09	1.500	8.213
ROPA	708	2,33	103,81	2.418	1,72	110,11	682	2.196
SAPLUNARA	3.228	10,64	118,68	21.782	15,52	125,83	2.720	17.310
SOBRA	3.280	10,81	146,10	13.635	9,72	127,76	2.245	10.672
UKUPNO	30.341	100	120,11	140.332	100	117,08	25.262	119.861





Po tržištima : Najveći broj inozemnih noćenja na području općine Mljet u razdoblju siječanj-rujan 2017. godine ostvarili su gosti iz Slovenije 12,65% (2,78% više), Ujedinjenog Kraljevstva 9,78% (53,72% više), Francuske 9,37% (42,72% više), Njemačke 8,42% (2,07% manje), Italije 5,33% (6,31% manje), Republike Češke 4,69% (21,84% više), Bosne i Hercegovine 4,45% (13,23% više), Poljske 3,46% (5,64% više), Austrije 2,98% (9,32% više), Srbije 2,53% (39,03% više), SAD 2,12% (66,55% više) i Nizozemske 1,69% (21,91% više).

SIJEČANJ-RUJAN 2017.						
Rast /Pad		Turistički promet				
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udio u noćenjima	
1	SLOVENIJA	97,14	102,78	2.208	17.745	12,65%
2	UJEDINJENA KRALJEVINA	140,38	153,72	3.577	13.724	9,78%
3	FRANCUSKA	145,48	142,72	4.894	13.143	9,37%
4	NJEMAČKA	101,99	97,93	2.001	11.811	8,42%
5	ITALIJA	93,98	93,69	1.671	7.478	5,33%
6	ČEŠKA	119,19	121,84	851	6.583	4,69%
Ukupni udio					50,24%	
Domaći gosti		120,53	109,89	3.957	20.680	14,74%

SIJEČANJ-RUJAN 2017.						
Rast /Pad		Turistički promet				
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja	udio u noćenjima	
	BOSNA I					
7	HERCEGOVINA	118,06	113,23	889	6.249	4,45%
8	POLJSKA	113,17	105,64	713	4.851	3,46%
9	AUSTRIJA	100,50	109,32	608	4.186	2,98%
10	SRBIJA	106,37	139,03	384	3.555	2,53%
11	SAD	151,32	166,55	1.147	2.978	2,12%
12	NIZOZEMSKA	133,88	121,91	648	2.365	1,69%
Ukupni udio					17,23	

Ukupni udio ino noćenja 12 TOP zemalja 67,47%

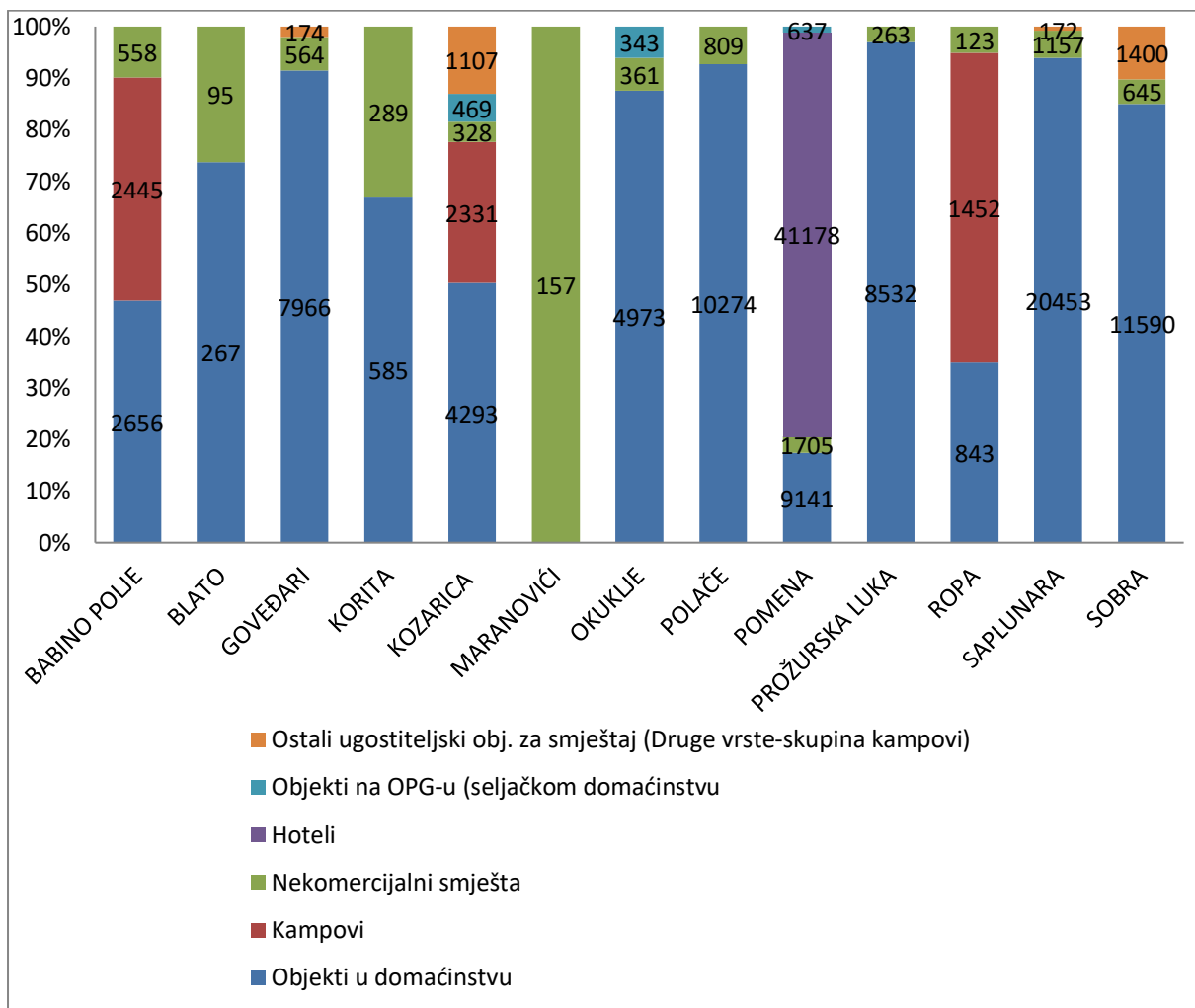
Po smještajnim kapacitetima: Najviše noćenja u razdoblju siječanj-rujan 2017., ostvareno je u privatnom smještaju 85.873 (22,51% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u hotelu 41.178 (7,82% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine), zatim u kampovima 6.228 (6,06% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine) i u ostalim objektima 7.053 (23,50% više u odnosu na isto razdoblje prošle godine).

Turistički promet po vrsti objekta SIJEČANJ – RUJAN 2017

<i>Vrsta objekta</i>	<i>Dolasci domaći</i>	<i>Dolasci strani</i>	<i>Dolasci ukupno</i>	<i>Noćenja domaći</i>	<i>Noćenja strani</i>	<i>Noćenja ukupno</i>
<i>Objekti u domaćinstvu</i>	1.705	16.078	17.783	9.101	73.921	83.022
<i>Hoteli</i>	1.595	7.530	9.125	8.218	32.960	41.178
<i>Nekomercijalni smještaj</i>	121	511	632	1.272	5.782	7.054
<i>Kampovi</i>	347	1.250	1.597	1.161	3.615	4.776
<i>Ostali ugostiteljski objekti za smještaj (Druge vrste - skupina kampovi)</i>	147	748	895	668	2.185	2.853
<i>Objekti na OPG-u (seljačkom domaćinstvu)</i>	42	267	309	260	1.189	1.449
Ukupno:	3.957	26.384	30.341	20.680	119.652	140.332

SIJEČANJ –RUJAN 2017. – noćenja po mjestima

VRSTA SMJEŠTAJA	UKUPNO	SAPLUNARA	KORITA	MARANOVIĆI	OKUKLJE	PROŽURSKA LUKA	SOBRA	BABINO POLJE	BLATO	KOZARICA	ROPA	POLAČE	GOVEĐARI	POMENA
Privatni smještaj	85.873	20.625	585		5.316	8.532	12.990	2.653	267	5.869	843	10.274	8.140	9.779
Hotel	41.178													41.178
Kampovi	6.228							2.445		2.331	1.452			
Ostalo	7.053	1.157	289	157	361	263	645	557	95	328	123	809	564	1.705
UKUPNO	140.332	21.782	874	157	5.678	8.795	13.635	5.656	362	8.526	2.418	11.083	8.704	52.662



IZVJEŠĆE O NAPLATI BORAVIŠNE PRISTOJBE ZA RAZDOBLJE DO 30.09.2017. GODINE

obveznici uplate	Ostvaren broj noćenja do 30.09.2017.	Ukupan iznos BP prema noćenjima do 30.09.2017.	Uplaćen iznos BP do 30.09.2017.	Neuplaćen iznos BP do 30.09.2017.	Dug po BP iz razdoblja prije 2017.	Uplaćen dug po BP iz razdoblja prije 2017.	Ostatak duga po BP iz razdoblja prije 2017.	Sveukupno uplaćena BP do 30.09.2017.	Ukupni dug po BP do 30.09.2017.
1	2	3	4	5(3-4)	6	7	8(6-7)	9(4+7)	10(5+8)
KOMERCIJALNO PAUŠAL	84.471	279.935,00	196.209,56	83.725,44	1.563,89	40,00	1.523,89	196.209,56	85.249,33
KOMERCIJALNO PO NOĆENJU	48.807	273.739,75	246.689,75	27.050,00	35,00	35,00	0,00	246.689,75	27.050,00
NEKOMERCIJALNO	7.054	13.400,50	6.082,40	7.318,10	3.539,79	22,89	3.516,90	6.082,40	10.835,00
UKUPNO	140.332	567.075,25	448.981,71	118.093,54	3.408,68	97,89	5.040,79	448.981,71	123.134,33

Ukupno je nenaplaćen bruto iznos od oko 123.134,33 kn zadužene boravišne pristojbe. Porezna uprava prati naplatu turističke članarine. Detaljni rezultati i analiza ostvarenoga bit će, sukladno propisima, izrađena do kraja veljače 2018.

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

Izvešća, 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 2017 .

- 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 2017. 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 2017. Godine

2. Ciljevi marketinške politike u turizmu za 2018. su:

- Povećanje turističkog prometa od oko 20 % odnosno dosezanje broja od oko 173.250 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 uvjerljivo najpopularnija destinacija slovenskih turista, a potom slijede Grčka, Italija i Francuska. Broj kratkih i dugih putovanja je podjednak, a za prijevoz najviše koriste automobil. Vrhunac prometa iz Slovenije odvija se u srpnju, iako Slovenci posjećuju Hrvatsku tijekom cijele godine. Osim povijesno-kulturne povezanosti, glavni razlog što Hrvatska kao turistička destinacija već godinama drži visoku poziciju je blizina, poznavanje jezika, tradicija, rodbinske veze, te sličan način života. Kao nedostatke ističu osjećaj manjeg angažmana domaćina u odnosu na ostale strane goste, te manja fleksibilnost hotelijera, akcijski popusti i bolji uvjeti. Slovenski gosti su većinom individualni gosti, a kao glavni razlog odlaska na putovanje naveli su provođenje slobodnog vremena (odmor, godišnji odmor, putovanje) te posjet rodbini i prijateljima.

Velika Britanija

Broj gostiju u Velikoj Britaniji, koji se odlučuju za odmor u Hrvatskoj već par godina bilježi uzlazni trend. U DNŽ su ostvarili 1.336.831 noćenja.

Na području općine Mljet je u prvih devet mjeseci ostvareno 13.724 noćenja, odnosno ostvarili su 9,78 % ukupno ostvarenih noćenja.

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.

Francuzi su poznati kao nacija koja puno putuje i to više puta tijekom godine. Spadaju u kategoriju vrlo znatizeljnih gostiju koji se u novoj destinaciji izuzetno zanimaju za kulturne znamenitosti. Francusko tržište pokazuje izrazit interes za kulturnim turizmom. Porast kratkih boravaka i city break putovanja pridonosi razvoju kulturnog turizma. Ovakva vrsta putovanja izuzetno je popularna te predstavlja kratki prekid i bijeg od svakodnevnog ritma. Veliki broj Francuza prakticira više city break putovanja godišnje u europske metropole, a u programima takvih putovanja redovito se nude posjete velikim svjetskim izložbama, koncertima, festivalima i sl.

Hrvatska se od kraja devedesetih na francuskom tržištu pozicionirala kao destinacija s prepoznatljivim i kvalitetnim imidžem te je postala nezaobilazna za široku publiku i organizatore putovanja. Za Francuze najveća prednost Hrvatske su njezine prirodne ljepote. Najbitnija im je ljepota pejzaža, očuvanost prirode, bogatstvo kulture i autentičnost (kontakt s lokalnim stanovništvom). Zamjeraju visoke cijene hotela u odnosu na usluge koje nude.

Za sada ne postoje objektivni razlozi da se pozitivan trend posjete francuskih turista ne nastavi i u sezoni 2018.

Na području općine Mljet je u prvih devet mjeseci ostvareno 13.143 noćenja francuskih turista, odnosno ostvarili su 9.37% ukupno ostvarenih noćenja na području općine Mljet.

U DNŽ ostvarili su 431.783 noćenja i nalaze se na 4. mjestu po ostvarenom prometu među stranim turistima.

Njemačka

Sukladno razvoju ekonomske situacije, za očekivati je da će potražnja za putovanjima kod Njemaca biti dobra. Na svjetskoj ljestvici potrošnje za putovanja, Njemačka se nalazi na 3. mjestu. Omiljene destinacije Njemaca ostale su uglavnom nepromijenjene. Trećina Njemaca još uvijek svoj odmor provodi u Njemačkoj. Najpoželjnija destinacija je i dalje Španjolska, a Hrvatska se nalazi oko 7. mjesta. Od prijevoznih sredstava Njemci i dalje najviše koriste auto iako svake godine raste broj korisnika zračnog prijevoza. Najpopularniji tip odmora za njemačke turiste je sunce i more, a uzlazni trend bilježi obiteljski odmor i razgledavanje. Stalan interes vlada za krstarenjem na moru, kulturnim odmorom i studijskim putovanjima i obilascima. Od aktivnosti najpopularniji su dnevni izleti, isprobavanje lokalnih specijaliteta i plivanje. Nijemci preferiraju hotelski smještaj, ali iz godine u godinu raste potražnja za apartmanima i kućama/vilama za odmor. Većina ih na odmoru u Hrvatskoj provede do dva tjedna, a mjeseci koje preferiraju su srpanj, kolovoz i rujna.

U općini Mljet je u prvih devet mjeseci ostvareno je 11.811 noćenja njemačkih turista, odnosno ostvarili su 8,42% ukupno ostvarenih noćenja.

U DNŽ Njemci su ostvarili ukupno 650.346 noćenja, te su na 2. mjestu po ostvarenom turističkom prometu među stranim posjetiteljima.

Za 2018. predviđa se pozitivan rezultatski trend na njemačkom tržištu.

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. Najveći broj talijanskih turista dolazi u kolovozu (oko 50%). Dominantno su gosti obiteljskog smještaja.

Pošto je sukladno gospodarskom oporavku, u 2017. godini narastao broj noćenja talijanskih turista, za očekivati je da se i u 2018. god. nastavi pozitivan trend.

U općini Mljet je u prvih devet mjeseci ostvareno je 7.478 noćenja talijanskih turista, odnosno ostvarili su 5,33 % ukupno ostvarenih noćenja.

U DNŽ ostvarili su 194,154 ukupno ostvarenih noćenja.

Češka

Najpopularnije destinacije za češke turiste su Slovačka, Hrvatska i Italija. Za Čehe na prvom mjestu su priroda i razne aktivnosti, a odlučuju se za nekoliko kraćih jeftinijih putovanja. Srednjovječna i starija populacija traži odmor i mir, dok mlađa populacija preferira adrenalinske doživljaje (ronjenje, jedrenje, biciklizam i sl.). Obitelji kao nedostatak ističu manjak ponude za djecu (nedostatak dječjih igrališta, vodenih atrakcija, programa, ...). Prednosti Hrvatske u odnosu na druge destinacije su percepcija Hrvatske kao tradicionalno omiljene destinacije, olakšana jezična komunikacija, razvijena mreža autocesta i sl. Čimbenik koji se negativno reflektira na dolazak čeških turista je sve manji broj hotela s tri zvjezdice, hoteli koji ih zamjenjuju koji imaju po četiri ili pet zvjezdica su ipak za češke turiste preskupi. Najveći broj čeških turista boravi u apartmanima, iza njih po brojnosti su hoteli, pa kampovi. Pošto je Hrvatska omiljena i najvažnija destinacija na češkom tržištu ne očekuju se neke bitne promjene u posjeti čeških turista u 2017. godini.

U prvih 9 mjeseci 2017. češki turisti po ostvarenom broju noćenja od 295.723 zauzimaju visoko 7. mjesto među stranim zemljama u turističkom prometu DNŽ.

Na području općine Mljet je u prvih devet mjeseci ostvareno 6.583 noćenja čeških turista., odnosno ostvarili su 4,69 % ukupno ostvarenih noćenja.

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 na 6 mjeseci (svibanj –studen), nužno je da svi sudionici u turizmu u našoj općini svoje aktivnosti i svoju ponudu turistima stave na raspolaganje s 01.05. i da rade minimalno do 31.10., što se odnosi i na ugostiteljsku ponudu, i na ponudu kulturnih događanja, a posebno na brodsku vezu s Dubrovnikom. U istom razdoblju nužno je definirati točno radno vrijeme, te poduzeti sve da turisti imaju pristup svim resursima za vrijeme trajanja sezone.

Nastavno na sve do sad navedeno u 2018. predviđamo da ćemo raspolagati s ukupnim iznosom od 422.000 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 2018. 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 2018. godini ostvariti 55.000 kn neto . Za 2018. godinu planiran je manji iznos jer se kao u 2107. prema prijedlogu novog zakona smanjila turistička članarina za 1 % .

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 natječe 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 50.000,00 kn

(b) PLANIRANJE RASHODA

ADMINISTRATIVNI RASHODI

Rashodi za radnike planirani su prema važećim ugovorima o radu, te prema planiranim potrebama za djelatnike TIC-a. U navedene troškove spadaju i najmovi ureda za rad, te ostale materijalne potrebe za funkcioniranje ureda.

U turističkom uredu zaposlena je direktorica ureda i jedna administratorica .

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: 317.000,00 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 sljedeće: 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: 20.000,00 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:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------|
| ➤ <i>Noć vina (više puta)</i> | <i>15.000,00 KN</i> |
| ➤ <i>Uskrs na Mljetu</i> | <i>5.000,00 KN</i> |
| ➤ <i>Eko akcije čišćenja podmorja</i> | <i>3.000,00 KN</i> |
| ➤ <i>Skriveni mljetski kantuni</i> | <i>15.000,00 KN</i> |
| ➤ <i>Eco Art Festival</i> | <i>8.000,00 KN</i> |
| ➤ <i>Koncerti</i> | <i>18.000,00 KN</i> |

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 2018.g. sljedeće internet oglašavanje:

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

Planirana sredstva: 17.000,00 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 2018. 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 2018. planira sufinancirati kampanje u udruženom oglašavanju sukladno odlukama i natječajima HTZ.

Planirana sredstva: 7.000,00 KN

Nositelj: TU

BROŠURE I OSTALI TISKANI MATERIJAL

U 2018.g. planiramo tisak sljedećih tiskanih materijala:

- Image brošura –Prezentira mogućnosti sporta, rekreacije, gastro ponudu, kulturno

povijesnu baštinu i ostale segmente naše ponude. Distribuirati 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

➤ Manifestacije - info letak sadržavat će sve važne informacije o manifestacijama i događanjima na području TZO Mljet. Također za svaku pojedinu manifestaciju tiskati će se letci i plakati ovisno o vrsti manifestacije.

Naklada od 2000 primjeraka

➤ Suveniri i promo materijali – roll up posteri, 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: 62.000,00 KN

Nositelj: direktorica TU

3.4. Smeđa signalizacija

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

Planirana sredstva: 11.000,00 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 2018. 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 : 20.000,00 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

POSEBNE PREZENTACIJE

U suradnji sa TZŽDN, a prema prijedlogu njihovih aktivnosti TZO Mljet osigurao bi informatora za neke zanimljive destinacije. Osim navedenoga, ukoliko bude moguće u Sloveniji ili nekom od bližih tržišta bi s JUNP napravili i samostalnu prezentaciju. Obzirom da kalendar svih prezentacija još nije konačno utvrđen ukoliko se potvrdi prezentacija u još nekoj od naših TOP10 zemalja, TZO Mljet bi prema financijskim mogućnostima sudjelovao.

Predviđena sredstva: 10.000,00 kn

Nositelj: TU

V INTERNI MARKETING

Ovom vrstom zadaća usmjerit ćemo aktivnosti u odredištu 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 : 15.000,00 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

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

U 2013. započeli smo s akcijom nagrađivanja najuređenijih vrtova, okućnica i/ili balkona na našem području. S istom akcijom nastavit ćemo i u 2018.

Planirana sredstva : 4.000,00 kn

Nositelj: direktorica TU

VI. MARKETINŠKA INFRASTRUKTURA

Marketinškom infrastrukturom podrazumijevamo 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. 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: 7.000,00 KN

Nositelj: Turističko vijeće i direktorica TU

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

U 2018. 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 2018. 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 MIjet