



Mljet

Mistična oaza ~ Mystic oasis

Mljet Tourist Board

PROGRAM RADA ZA 2022.

S FINANCIJSKIM PLANOM

ANDREA ANELIĆ, direktorica TZO
Mljet

Listopad 2021.

Turističke zajednice općine
Mljet

1. UVOD

Uvažavajući činjenicu kako je od 1. siječnja 2020. stupio na snagu novi zakonodavni okvir u sustavu turističkih zajednica, Hrvatska turistička zajednica je izradila novu metodologiju i standarde planiranja i izvješćivanja u sustavu turističkih zajednica temeljenu na novoj strukturi zadaća na svim razinama sustava.

Turističke zajednice svoje aktivnosti planiraju i iskazuju u godišnjem programu rada i financijskom planu koji prema odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19 i 42/20) obvezno sadrži sve pojedinačno utvrđene planirane zadatke i potrebna financijska sredstva za njihovo izvršenje.

Naime, u skladu sa zakonskim odredbama lokalne turističke zajednice koje pripadaju istoj regionalnoj turističkoj zajednici obvezne su se u postupku donošenja programa rada međusobno usklađivati i koordinirati s nadležnom regionalnom turističkom zajednicom dok su se regionalne turističke zajednice u postupku donošenja godišnjeg programa rada obvezne međusobno usklađivati i koordinirati s Hrvatskom turističkom zajednicom.

Cilj nove metodologije je unificiranost i konsolidacija planiranja i izvješćivanja o provedenim aktivnostima na svim razinama sustava kako bi se postigla transparentnost, jasan i precizan pregled u aktivnosti i uloga u razvoju, implementaciji i provedbi zadaća prema razinama ustroja turističkih zajednica.

Stoga, TZO Mljet izradila je program rada koji prati smjernice u skladu sa strateškim dokumentima „Strategija razvoja turizma Republike Hrvatske do 2020. godine“, kao krovnim razvojnim dokumentom hrvatskog turizma, Strategiju razvoja turizma DNŽ 2012. – 2022. kao regionalni dokument i Strategije razvoja Općine Mljet do 2020. godine.

Smatrajući važnim uskladiti programe rada na razini županije, TZO Mljet je koordinirala svoje aktivnosti sa geografski bliskim područjima poluotoka Pelješca i klasterom Dubrovnik . Sukladno zakonskim odredbama, prije usvajanja plana, isti će se koordinirati s regionalnom TZ.

U ovom dokumentu jednakovrijedno će se koristiti termini TZ i DMO.

Osnovne pretpostavke planiranja

Prilikom definiranja strategije i provedbenog plana turističke zajednice, polazište je u osnovnim ciljevima turističkih zajednica koji su definirani u članku 9. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19), pa je u skladu s navedenim rad turističkih zajednica usmjeren na tri glavna pravca djelovanja:

- A. razvoj i marketing destinacije** kroz koordiniranje ključnih aktivnosti turističkog razvoja(planiranje, razvoj turističkih proizvoda u destinaciji, financiranje, donošenje i provedba odluka), u skladu s dokumentima kojima se definira nacionalna strategija razvoja turizma.

- B. osiguravanje cjelovitije zastupljenosti specifičnih lokalnih/regionalnih interesa** kroz jačanje lokalne/regionalne inicijative i povezivanje dionika na lokalnom/regionalnom nivou radi stvaranja međunarodno konkurentnih turističkih proizvoda.
- C. poboljšanje uvjeta boravka turista u destinaciji** te razvijanje svijesti o važnosti i gospodarskim, društvenim i drugim učincima turizma, kao i potrebi i važnosti očuvanja i unaprjeđenja svih elemenata turističke resursne osnove određene destinacije, a osobito zaštite okoliša, kao i prirodne i kulturne baštine sukladno načelima održivog razvoja.

Zadace turističkih zajednica sadržane su u Zakonu o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (NN 52/19) prema razini ustroja turističkih zajednica prema sljedećoj strukturi:

- **LTZ** – lokalne turističke zajednice – članak 32. Zakona

Zadace lokalne turističke zajednice, kao lokalne destinacijske menadžment organizacije, su sljedeće:

1. **Razvoj proizvoda**
 - 1.1 sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije
 - 1.2 koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji
 - 1.3 razvojne aktivnosti vezane uz povezivanje elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
 - 1.4 razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
 - 1.5 razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije
 - 1.6 praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog ili privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
 - 1.7 upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji
 - 1.8 strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
 - 1.9 sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije
 - 1.10 upravljanje javnom turističkom infrastrukturom
 - 1.11 sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica.
2. **Informacije i istraživanja**
 - 2.1 izrada i distribucija informativnih materijala
 - 2.2 stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije i profilima društvenih mreža

- 2.3 osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima (ako postoje/ima potrebe za njima)
- 2.4 suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području turističke destinacije
- 2.5 planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i/ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave
- 2.6 operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava eVisitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su: jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude.

3. Distribucija

- 3.1. koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti
- 3.2. priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu
- 3.3. priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu
- 3.4. pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom
- 3.5. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Pored zadaća iz stavka 1. ovoga članka, lokalne turističke zajednice koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i sljedeće zadaće vezane uz marketing:

1. odnosi s javnošću
2. stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
3. definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih promotivnih materijala
4. uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, *online* i *offline* aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i slično
6. koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
7. obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom.

Lokalna turistička zajednica dužna je voditi računa da zadaće koje provodi budu usklađene sa strateškim marketinškim smjernicama i uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice.

Lokalna turistička zajednica može na temelju posebne odluke Turističkog vijeća Hrvatske turističke zajednice biti član međunarodnih turističkih organizacija i srodnih udruženja.

Godišnji program rada i financijski plan izrađeni su na temelju:

- ✓ fizičkih rezultata turističkog prometa za 2021. godine,
- ✓ uputa i smjernica za rad u turizmu u odnosu na COVID-19
- ✓ iskustava i aktivnosti započelih u 2021. godini i/ili ranijih godina,
- ✓ koordinacija i konzultacija sa privatnim i javnim sektorom,
- ✓ stanja na emitivnim tržištima i procjeni za 2022. godinu,
- ✓ stanja i strukture raspoloživih smještajnih kapaciteta,
- ✓ zaključaka sa sjednica tijela TZ

Program rada Turističke zajednice općine Mljet za 2022. godinu zadanim ciljevima i planiranim aktivnostima predstavlja kontinuitet i nastavak provedbe ranije preuzetih aktivnosti usmjerenih prema jačanju snage brenda mljetskog turizma, stvaranju prepoznatljivog imidža destinacije Mljet, osobito prepoznavanje Mljeta kao vrhunskog gastro odredišta uz dosad prepoznatu prirodnu baštinu i nacionalni park, podizanju marketinške vrijednosti destinacije, unapređenju i obogaćivanju turističkog proizvoda destinacije, razvoju sadržaja koji omogućavaju produljenje turističke sezone te povećanju ugostiteljskog i drugog turističkog prometa, posebice u PPS razdoblju.

2. UPRAVLJANJE DESTINACIJOM U UVJETIMA COVID-19 PANDEMIJE

2.1. *Pandemija COVID-19 treba racionalno vodstvo turističkih destinacija*

COVID-19 pandemija je privremeno vrijeme krize za globalni turizam. Ovo je vrijeme da i naša TZ pruži mirno, odmjereno vodstvo koje je potrebno našim posjetiteljima, mještanima i turističkoj industriji.

Nakon dvogodišnje pandemije svjesni smo značaja turizma za wellbeing svakog stanovnika.

Stoga za 2022. Covid-19 promatramo s prethodnim iskustvom:

- **Utjecaj pandemije na digitalizaciju turizma**
- **Pandemija u turizmu - prijetnja ili nova prilika?**
- **Uloga digitalizacije u vremenu COVID-19**
- **2020. i 2021. – Godine ubrzanja digitalizacije turizma**
- **Pandemija i novi formati digitalnog turizma u nastajanju**

Do okončanja pandemije, značajno je da javni servis TZ i dalje podržava i preporučuje da se svi pridržavaju preporuka službenika javnoga zdravstva.

2020. godina bit će poznata kao godina u kojoj je mobilnost svijeta stavljena u pauzu. Dok je početkom cijepjenja u 2021., a tijekom turističke sezone 2021. došlo do iznimnog povećanja broja posjetitelja u odnosu na 2020., a sami turistički rezultati povremeno su dosegali predpandemijske brojke.

Globalna pandemija uzrokovana koronavirusom dovela je svijet u iznimnu situaciju, transformirajući politiku, trgovinu i mnoge industrije, uključujući turizam, na načine koji se još uvijek oblikuju.

Novi odgovori turističke politike koji se odnose na COVID-10 već su provedeni u djelo. Pojavila se i digitalizacija je u tome odigrala temeljnu ulogu.

Trenutno postoje brojni eksperimenti koji uključuju digitalni turizam, a neki od njih donose promjene koje bi se mogle održati nakon što pandemija prođe. Početne indikacije su da trenutna kriza ubrzava digitalnu transformaciju turizma i destinacije u sektoru upravljanja.

Fokus se godine pomaknuo s implementacije digitalnih uređaja za turistička iskustva u odredište za korištenje takvih uređaja za povezivanje na daljinu s potencijalnim posjetiteljima.

U ovim godinama COVID-19 došlo je do značajnog porasta eksperimenata koji transformiraju odredište u digitalno/virtualno iskustvo.

Niz država je pokrenuo digitalizaciju u smislu obrazovanja, poput VisitFinland koji je pokrenuo besplatni online materijal za obuku o digitalizaciji turističkih poduzeća. U istoj zemlji organiziran je najveći online događaj do sada: live VR nastup rap dvojca koju je virtualno posjetilo 700.000 gledatelja.

Međutim, 2021. donijela je obrise povratka normalnom životu, te organiziranju uobičajenih turističkih događanja, dok je značajno zadržan element edukacije putem digitalnih platformi.

Dok za mnoge turističke tvrtke i destinacije, DMO, okretanje virtualnoj ponudi tijekom pandemije bilo je pomalo prisiljeno, online platforme za dijeljenje i gledanje videa od 360 stupnjeva sa sjajnih mjesta u svim kutovima svijeta (kao što je VirtualTraveller.com) oduvijek su bili snažan zagovornik virtualnih putovanja i njegove ekološke prednosti.

2021. pokazala je da virtualna stvarnost nije dovoljna da bi zadovoljila ljudsku potrebu za istraživanjem i upoznavanjem novih sredina, te nam stoga predstoji razdoblje značajnog zauzimanja novih tržišnih pozicija u novonastalim uvjetima.

Iako poremećaj COVID-19 teško pogađa turizam, čini se da je i dobro vrijeme za ponovni posjet turista, promišljati o tome koji su drugi oblici upravljanja destinacijom, a koji su mogućim inovativnim formatima koji će se stvoriti povezujući destinacije s posjetiteljima. Onda pandemija također može biti uokvireno kao pozitivno vrijeme za eksperimentiranje i inovacije, gdje novi poslovni modeli mogu se pojaviti, posebno u području digitalnog turizma.

Što se tiče 2022. ono što ostaje nepromijenjeno:

✓ **Utvrđiti službene izvore informacija**

Može se postupiti primjereno samo kad se raspolaže činjenicama. Treba utvrditi na kojim vijestima i vladinim izvorima bi informacije TZ trebale ovisiti, o činjeničnim novostima koje mogu informirati svih tijekom krznog razdoblja. Treba se osloniti na informacije vlade o trenutnim putnim rizicima, ograničenjima i preporukama.

✓ **Na prvo mjesto treba staviti zdravlje i sigurnost**

Zdravlje i sigurnost ljudi u odredištu uvijek su na prvom mjestu. Publika na društvenim mrežama sadrži i posjetitelje i stanovnike, pa treba imati na umu lokalne potrebe, posebno ako ovo područje dosegne fazu u kojoj je ograničeno putovanje.

✓ **Podržati vladine preporuke o događajima, okupljanjima i općim kretanjima stanovništva.** Neka poruke budu dosljedne unutar zajednice. Ako se mora prestati objavljivati, potrebno je razjasniti zašto je tome tako. Treba poticati smirenost i zdrav razum.

✓ **Biti u toku s vijestima**

Potrebno je paziti da sadržaj bude informativan o novostima i vijestima iz službenih državnih izvora. Treba plan za odgovore na određene vijesti koji bi pokrenuli promjenu u porukama.

Na primjer, treba odrediti u kojem trenutku prekinuti objave o planiranju putovanja i inspirativne objave i postavljati vijesti samo da biste putnike zaštitili. Odrediti granicu - na primjer, kada zrakoplovne tvrtke vjerojatno otkazu letove - resursi DMO-a možda će se bolje potrošiti ako se počne planirati oporavak, a ne upirati na dolaske kad isti nisu mogući.

- ✓ **Oprez:** dok nadolaze ažuriranja, treba voditi računa kako će sadržaj izgledati na feedu vijesti kad se na ciljanim tržištima stavi pored vijesti COVID-19. Neka su područja pod jačim ograničenjima od drugih.

2.2. Strateško planiranje odredišta kroz krizu COVID-19

Dobrodošli smo u doba prilagodljivosti. Dok se svijet pokušava usidriti usred krize COVID-19 i virusom izazvane realnosti nadolazećeg gospodarskog pada, pa rasta, destinacijske organizacije i ugostiteljska industrija morat će primijeniti novu perspektivu na destinaciju, razvoj i angažman zajednice.

Bez obzira gdje promatrate turizam u svijetu, naša ugostiteljska industrija bila je ozbiljno pogođena u prvom mjesecima reagiranja na virusnu bolest, pa sve do oporavka koji je započeo tek u ljeto 2021.

Ponovno pokretanje turističkog marketinga u svijetu koji je zauvijek promijenjen pandemijom COVID-19 zahtijeva i od našeg odredišta da ponovno razmisli kako doći do posjetitelja – onih koji se vraćaju i potencijalnih – na nove načine.

To će također značiti velike promjene za upravljanje destinacijom s obnovljenim fokusom na pružanje sigurnog i zdravog iskustva posjetitelja na svim dodirnim točkama posjetitelja.

Ali kako taktički pripremiti svoje pozicioniranje, slanje poruka i komunikacije na usklađen, ali okretan način? Kako organizirati destinaciju, zajednicu, turistička poduzeća i vladine čelnike kako bismo novim posjetiteljima pružili normalan doživljaj koji smanjuje rizik i još uvijek pruža visokokvalitetno turističko iskustvo?

Uz sve gore navedeno bitno je uočiti da se i zakonske promjene u sustavu TZ događaju istodobno sa krizom COVID-19, te su raspoloživi ljudski kapaciteti u turizmu angažirani na različitim elementima i interesnim točkama.

3. CILJEVI I AKTIVNOSTI U 2021.

Aktivnosti koje su planirane u Godišnjem programu rada i financijskom planu Turističke zajednice općine Mljet za 2022. godinu su:

- ✓ Postupanje u skladu sa nacionalnim epidemiološkim mjerama
- ✓ promoviranje turističke destinacije na emitivnim tržištima,
- ✓ sudjelovanje u definiranju ciljeva i politike razvoja turizma na nivou destinacije,
- ✓ koordinacija djelovanja subjekata koji su neposredno ili posredno uključeni u turistički promet, a radi zajedničke provedbe politike razvoja i obogaćivanja turističke ponude,
- ✓ pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji sa regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s HTZ- om,
- ✓ sudjelovanje u stvaranju uvjeta za efikasnu koordinaciju javnog i privatnog sektora,
- ✓ poticanje i sudjelovanje u uređenju destinacije, u cilju unaprjeđenja općih uvjeta boravaka turista,
- ✓ poticanje i organiziranje manifestacija koje pridonose obogaćivanju turističke ponude,
- ✓ nastavak akcija poticanja pred i posezone,
- ✓ poticanje novih i unaprjeđenje postojećih turističkih proizvoda,
- ✓ organiziranje i poticanje akcija u cilju očuvanja turističkog prostora, unaprjeđenja turističkog okruženja i zaštite okoliša, te prirodne i kulturne baštine,
- ✓ redovito prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi, smještajnim i ugostiteljskim kapacitetima, kulturnim, sportskim i drugim manifestacijama te drugih informacija potrebnih za boravak turista u destinaciji,
- ✓ obavljanje informativnih poslova u svezi s turističkom ponudom,
- ✓ stvaranje, održavanje i redovno kreiranje sadržaja na web stranicama destinacije i profilima društvenih mreža,
- ✓ prikupljanje i obrada podataka o turističkom prometu na području destinacije

Uvažavajući neizvjesnost 2022., kako turističke, tako i ekonomske godine, ali i razvoja i utjecaja na društvo, ovaj program rada sadržavat će elemente po kojima ćemo nastojati održati sve započete projekte i definirati njihov daljnji razvoj i profiliranje u budućnosti.

Naglasak u 2022. će biti na povratku turizmu kakvog smo poznavali s naglascima na nove elemente i način ponude, na podizanju kvalitete, vidljivosti i dostupnosti postojećih proizvoda i sadržaja.

Svako planiranje i predskazivanje (ne)uspješnosti turističke 2022. bilo bi i nezahvalno, a dijelom bi pokazivali i nesmotrenost i neprihvatanje realnosti današnjeg vremena.

Međutim, istodobno, kao DMO dužni smo učiniti sve da bez obzira na izvjesnost da će procijepljenost omogućiti daljnji razvoj turizma u smjeru koji smo poznavali prije pandemije.

U ovome dokumentu nećemo posebno isticati probleme sa kratkom sezonom, nedostatkom radne snage, podizanju razine znanja u destinaciji, već ćemo se fokusirati na brandiranje u skladu sa županijskom turističkom strategijom, te razvojem proizvoda. Posebno ćemo se osvrnuti na nužnost suradnje svih dionika, te povezivanje klusterskih destinacija u projekte, ali i povezivanje sa susjednim klasterima u daljnjem razvoju prepoznatljivih turističkih proizvoda.

Bitno je prepoznati dodijeljene nam zadaće kroz zakonski okvir, te usmjeriti aktivnosti TZ u razvoj suradnje svih dionika, te tijela javne vlasti, na način da se uvažava doprinos svih u prepoznatljivosti i pozicioniranju istoga.

Ciljevi u 2022. će se uskladiti sa županijskom strategijom te razvojem brenda „Mljet – otok park“.

- ✓ povećanje turističkog prometa u razdoblju predsezone i posezone,
- ✓ stabilizacija turističkog prometa,
- ✓ jačanje gastroponude uz jače pozicioniranje Mljeta kao destinacije nautičkog turizma, marketinško jačanje raznolikosti prirodnih fenomena i mističnih priča Mljeta
- ✓ diverzifikacija turističkih proizvoda,
- ✓ rast potrošnje po gostu,
- ✓ poboljšanje uvjeta boravka gostiju u destinaciji

U odnosu na razvoj situacije s COVID-19 sve usporedne vrijednosti bit će sa 2021. godinom, a u odnosu na iznenađujuće dobre rezultate u 2021l., očekivano je da se u 2022. ostvare uobičajeni, zakonom propisani prihodi.

Ključ uspjeha u 2022. biti sinergija i suradnja svih dionika u destinaciji, kao i suradnja sa bliskim klasterima, te pozitivne aktivnosti i prijedlozi svih dionika da bismo na pravi način kompenzirali realne očekivane nedostatke u jednoj od najizazovnijih godina za turističko planiranje, godina povratka na uobičajene turističke karte i povratak predsezone kao ključnog elementa svake turističke sezone.

Pozitivne strane izmjena zakona su u donekle obveznoj suradnja lokalnih turističkih zajednica, zajedničke promotivne aktivnosti, povezivanje događanja u destinaciji, te na ovaj način korištenje kadrovske resursa svih TZ u destinaciji što omogućuje delegiranje poslova unutar turističkih zajednica, ali i bolje upravljanje financijskim sredstvima radi podjele troškova za promotivne aktivnosti. Međutim, važno je projektne aktivnosti zadržati u primarnim (ključnim) atributima klastera Mljet.

Upravo ovo vrijeme uvjetovano COVID-19 trebalo bi nam biti poticaj da se okrenemo strateškom promišljanju razvoja, te odmaknemo od zadovoljavanja interesnih skupina koje nemaju definirane jasne razvojne projekte za destinaciju/klaster, pa konačno i regiju.

4. TURISTIČKI PROMET U 2021.

Prilikom evaluacije turističkog prometa, treba vrednovati činjenicu da Mljet samostalno ne ostvaruje preko 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje ni u godinama koje nisu bile podložne pandemiji.

Uvažavajući navedeno, u narednom razdoblju, koje podrazumijeva stabiliziranje svjetskog turističkog tržišta, prilikom planiranja predvidjeti način i mogućnosti projektnog udruživanja s TZ iz regije na način da ostvarimo najveće moguće benefite.

Pri tome naglašavamo aktivnosti koje su temeljem zakona dopuštene TZ koje ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja.

- ✓ **Definiranje brending sustava i brend arhitekture**
 - Odabir ikona, simbola, mitova, glazbe i sl. za koje se smatra da su suština regije kao turističke destinacije
- ✓ **Oglašavanje destinacijskog branda, turističke ponude i proizvoda:**
 - Izrada i provođenje Medija plana (izbor tržišta, proizvoda, definiranje kanala oglašavanja i zakup medijskog prostora, itd.)
 - Posebne tematske kampanje po turističkim proizvodima i prigodne kampanje
 - Offline i online oglašavanje te komunikacija na društvenim mrežama te ostalim kanalima komunikacije
- ✓ **Odnosi s javnošću (globalni i domaći PR):**
 - Globalni PR (PR aktivnosti na emitivnim tržištima, posebni PR projekti, Pressclipping i medijska analiza na inozemnom i domaćem tržištu, itd.)
 - Domaći PR (Praćenje i analiza medijskih i online objava, posebni PR projekti)
 - Studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ
- ✓ **Marketinške i poslovne suradnje:**
 - Udruženo oglašavanje u suradnji sa sustavom turističkih zajednica i predstavnicima turističke ponude na regionalnoj razini
 - Strateški projekti i marketinške suradnje (npr. s avioprijevoznicima, turoperatorima i sl.)

U odnosu na planirana financijska sredstva u 2021., TZO Mljet, ni udruženo s nekom TZ, ni pojedinačno ne mogu pristupiti navedenim aktivnostima. Stoga će se ovaj program rada zadržati na aktivnostima koje financijski možemo podnijeti, tako da na najbolji mogući način napravimo pripremu sezone i ostvarimo najbolje rezultate u odnosu na nametnuta nam ograničenja.

Nedvojbeno je da će i ovogodišnja krivulja pokazati da su vršni mjeseci preopterećeni u odnosu na razdoblje izvan srpnja i kolovoza.

4.1. PROCJENA FIZIČKOG OBUJMA TURISTIČKOG PROMETA ZA 2021. GODINU

Za razdoblje siječanj -listopad 2021. god.u turističkom prometu ostvareni su sljedeći rezultati:

131.322 noćenja i 26.429 dolazaka.

Navedeni podaci značajno utječu na očekivanja u narednoj godini, međutim u odnosu na prihvatne kapacitete na području općine Mljet potrebno je sa zadržkom očekivati rast turističkog prometa. Međutim, uvažavajući činjenicu da se u 2022. očekuje puštanje u promet pelješkog mosta, povećana procijepljenost, te dodatna booster cjepiva za COVID-19 s optimizmom očekujemo sezonu 2022

Smatramo da će turistička 2022. poslovati s elementima osobne zaštite turista, ali bez lockdown-a, zatvaranja granica i ostalih situacija iz prethodnih godina.

Uz ovaj optimizam, i zadržavanje opreza u smislu predviđanja turističkog prometa, očekujemo da u 2022. ostvarimo rast turističkog prometa, te stabilan povratak na predpandemijske turističke brojke, ali i ono što nam je iznimno važno prepoznavanje komparativnih prednosti Mljeta kao destinacije.

4.2. REZULTATI OSTVARENI U 2021. GODINI (siječanj – rujan)

Na području općine Mljet 2021. godine (siječanj –rujan) vidljiv je i očekivan pad turističkog prometa u odnosu na 2019. godine, ali i značajan rast u odnosu na 2020.

U 2021. godinu u razdoblju siječanj-rujan ostvareno je ukupno 131.322 noćenja i 26.429 dolazaka.

U tabeli usporedbe vidljiv je utjecaj pandemije na turistički promet u 2021. u odnosu na 2019.

2021		2019		2021/2019 dolasci	2021/2019 noćenja
dolasci	noćenja	dolasci	noćenja		
26,429	131,322	33,065	152,751	79.93%	85.97%

Tablica 1. Usporedba turističkog prometa 2021. i 2019. (prvih 9 mjeseci)

U naredne dvije tablice dat ćemo pregled noćenja i dolazaka po državama, odnosno po smještajnim kapacitetima.

Uvažavajući činjenicu izvanredne situacije, nećemo posebno isticati karakteristike ovogodišnjih turističkih rezultata iz razloga što je ukupan život, pa i ekonomija u 2021. iznenađenje za sve, te nije moguće na temelju pojedinačnih podataka donositi zaključke.

DRŽAVA (2021)	DOLASCI	NOĆENJA	UDIO U DOLASCIMA	UDIO NOĆENJA
Hrvatska	6,898	34,265	26.10%	26.09%
Slovenija	2,283	19,399	8.64%	14.77%
Francuska	5,675	15,966	21.47%	12.16%
Njemačka	1,520	9,080	5.75%	6.91%
Češka	827	6,023	3.13%	4.59%
Poljska	913	5,993	3.45%	4.56%
Srbija	600	5,234	2.27%	3.99%
Bosna i Hercegovina	746	5,091	2.82%	3.88%
Italija	717	4,023	2.71%	3.06%
Austrija	566	3,902	2.14%	2.97%
Mađarska	526	3,303	1.99%	2.52%
Ujedinjena Kraljevina	756	2,897	2.86%	2.21%
Slovačka	302	2,069	1.14%	1.58%
Nizozemska	605	1,968	2.29%	1.50%
SAD	595	1,594	2.25%	1.21%
Švicarska	352	1,477	1.33%	1.12%
Rusija	240	1,095	0.91%	0.83%
Belgija	356	1,079	1.35%	0.82%
Španjolska	513	1,065	1.94%	0.81%
Rumunjska	130	771	0.49%	0.59%
Ostale države	1,309	5,028	4.97%	3.83%
UKUPNO	26,429	131,322	100.00%	100.00%

Tablica 2. Dolasci i noćenja po zemljama 2021.

Vrste objekata	Dolasci - domaći	Dolasci - strani	Dolasci - ukupno	Noćenja - domaći	Noćenja - strani	Noćenja - ukupno	Udio u dolascima - ukupno	Udio u noćenjima - ukupno
Objekti u domaćinstvu	3,634	13,120	16,754	19,134	67,697	86,831	63.39%	66.12%
Kampovi - Skupina kampovi	226	406	632	1,028	1,427	2,455	2.39%	1.87%
Drugi objekti - skupina kampovi	109	269	378	642	1,414	2,056	1.43%	1.57%
Hoteli	2,637	5,192	7,829	10,939	21,307	32,246	29.62%	24.55%
Objekti na OPG-u	7	95	102	15	238	253	0.39%	0.19%
Nekomercijalni smještaj	285	449	734	2,507	4,974	7,481	2.78%	5.70%
UKUPNO	6,898	19,531	26,429	34,265	97,057	131,322	100.00%	100.00%

Tablica 3. Dolasci i noćenja po vrstama smještajnih objekata

Turističko mjesto	01.01. - 30.09.2021.		01.01. - 30.09.2020.		2021/2020 dolasci	2021/2020 noćenja
	dolasci	noćenja	dolasci	noćenja		
Saplunara	3,162	22,115	2,362	17,241	133.87%	128.27%
Korita	243	1,288	80	760	303.75%	169.47%
Maranovići	27	215	30	494	90.00%	43.52%
Okuklje	1,197	6,664	662	4,430	180.82%	150.43%
Prožurska Luka	1,289	7,559	874	6,472	147.48%	116.80%
Sobra	2,231	10,637	1,717	9,176	129.94%	115.92%
Babino Polje	966	5,692	763	5,357	126.61%	106.25%
Blato	36	664	23	387	156.52%	171.58%
Kozarica	1,418	7,783	1,055	6,386	134.41%	121.88%
Ropa	542	1,945	253	1,374	214.23%	141.56%
Polače	2,775	10,483	1,748	7,485	158.75%	140.05%
Goveđari	1,741	11,585	1,103	8,870	157.84%	130.61%
Prožura	125	506	85	417	147.06%	121.34%
Pomena	10,677	44,186	5,375	25,282	198.64%	174.77%

Tablica 4. Dolasci i noćenja po turističkim mjestima (prvih 9 mjeseci)

Uz turistički promet, bitno je obratiti pozornost na financijske rezultate 2019. U odnosu na 2019. zaduženje je manje za 20,50%, a uplata za 12,2%.

Turističko mjesto	Zaduženja	Uplata	Saldo
Saplunara	56,727.00 kn	50,153.93 kn	-6,573.07 kn
Korita	3,850.00 kn	4,316.34 kn	466.34 kn
Maranovići	525.00 kn	525.00 kn	0.00 kn
Okuklje	18,463.00 kn	18,927.48 kn	464.48 kn
Prožurska Luka	21,928.00 kn	14,753.01 kn	-7,174.99 kn
Prožura	2,450.00 kn	2,450.00 kn	0.00 kn
Sobra	44,022.80 kn	35,272.00 kn	-8,750.80 kn
Babino Polje	24,359.60 kn	21,343.89 kn	-3,015.71 kn
Blato	1,050.00 kn	1,400.00 kn	350.00 kn
Kozarica	31,777.40 kn	29,433.36 kn	-2,344.04 kn
Ropa	7,875.00 kn	6,731.66 kn	-1,143.34 kn
Polače	44,166.20 kn	45,138.89 kn	972.69 kn
Goveđari	35,523.60 kn	32,334.94 kn	-3,188.66 kn
Pomena	346,885.20 kn	327,757.33 kn	-19,127.87 kn
UKUPNO	639,602.80 kn	590,537.83 kn	-49,064.97 kn

Tablica 5. Naplata turističke pristojbe po mjestima 2021.

Objekt - vrsta naplate	Broj objekata	Broj smještajnih jedinica	Broj stalnih kreveta	Broj pomoćnih kreveta
komercijalni - paušalno	254	619	1,525	445
komercijalni - po noćenju	12	190	412	6
komercijalni po noćenju-kampovi	2	80	240	0
nekomercijalni	28	28	148	35
oslobođeni	135	136	675	112
UKUPNO	431	1,053	3,000	598

Tablica 6. vrsta naplate po ukupnom broju smještajnih objekata 2021.

Značajan utjecaj na financijske rezultate 2021. imala je odluka Vlade RH, odnosno MINTS-a da se u 2021. umanju iznos paušalnog iznosa turističke pristojbe za 50%, te da se ne naplati pristojba za pomoćne ležajeve. Na isti način je prepolovljena i obveza za paušal za članarinu TZ.

Za planiranje u 2022. uzeti su izvrsni rezultati 2021., te ne očekujemo takve otpise obveza u 2022.

5. POJEDINAČNO PLANIRANI ZADACI PREMA GRUPAMA

5.1. PRIHODI 1.225.572,76 kn

5.1.1. Izvorni prihodi 598.400,00 kn

- Turistička pristojba 545.000,00 kn

Izvorni prihodi turističkih zajednica su turistička pristojba i članarina turističkim zajednicama. Nastavno na ranije istaknuto, u 2022., očekujemo povećane prihode, osobito jer ne očekujemo da će Ministarstvo turizma i sporta prepoloviti obveze paušalnih parafiskalnih nameta.

Turističku pristojbu u 2021. raščlanjujemo na:

- Turistička pristojba u smještajnim objektima 500.000 kn
- Turistička pristojba nautičari 45.000 kn

Što čini ukupno planirani prihod od turističke pristojbe od 545.000,00 kn.

- Članarina 53.400,00 kn

U 2021. članarina se gospodarskim subjektima smanjila za 12%, te očekujemo nešto nižu nego u predpandemijskim godinama. Međutim, povećana je obveza za obveznike paušalnog plaćanja članarine.

5.1.2. Prihodi iz proračuna općine/grada/državnog 30.000,00 kn

Prihodi iz Općine Mljet 30.000,00 kn

Sukladno dosadašnjoj dobroj i uhodanoj praksi, Općina Mljet u svom proračunu osigurava sredstva za:

- Funkcioniranje turističkog ureda 10.000 kn
- Za događanja 20.000 kn

5.1.3. Prihodi od sustava turističkih zajednica 10.000,00 kn

- Sredstva iz Fonda za turistički nedovoljno razvijena područja i kontinent koje dodjeljuje HTZ, a potom i RTZ prema LTZ u skladu s Pravilnicima i Javnim pozivima;
- Sredstva iz Fonda za udružene turističke zajednice koje dodjeljuje HTZ u skladu s Pravilnikom i Javnim pozivom;
- Ostale potpore, donacije, participacije i sl. koje se provode na svim razinama sustava sukladno odlukama, sporazumima, natječajima i ostalim načinima pisano regulirane suradnje.

5.1.4. Prihodi iz EU fondova **159.947,29 kn**

Sukladno odredbama natječaja koji je organizirao FLAG u 2020., odobrena su nam sredstva u iznosu od 159.947,29 kn koja se namjenski trebaju utrošiti sukladno predloženom i prihvaćenom troškovniku za ribarsku večer.

Zbog nemogućnosti održavanja iste u 2020. zatražili smo provedbu programa u 2021.

5.1.5. Prihodi od gospodarske djelatnosti **12.000,00 kn**

Najam prostora za bankomat.

5.1.6. Preneseni prihodi iz prethodne godine **405.225,47 kn**

Iako je 2021. bila zahtjevna, pažnjom dobrog gospodara vodili smo računa da bismo u 2022. trebali i mogli prenijeti dostatna sredstva za početak pripreme sezone i osiguranje funkcioniranja administrativne strane turističke zajednice.

Također napominjemo da se ova sredstva smatraju i sredstvima rezerve za eventualno podmirenje troškova sudskog postupka koji je u tijeku na trgovačkom sudu.

Navedeno je usko vezano sa potpunom naplatom obveza od naših članova.

5.1.7. Ostali prihodi **10.000,00 kn**

Prihodi od javljanja na pojedine natječaje za neprofitne organizacije.

5.2. RASHODI

1.225.572,76 kn

5.2.1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE 85.000,00 kn

- Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih/akcijskih dokumenata

Predlaže se da se pristupi izradi strategije razvoja turizma otoka Mljeta, te akcijskog plana za isto.

Uvažavajući činjenicu da se troškovi izrade ovih dokumenata načelno viši, pretpostavka je da ćemo ih financirati kroz dvogodišnje ili trogodišnje razdoblje.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet, konzultantska tvrtka

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti

70.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Istraživanje i analiza tržišta

Benchmarking je sredstvo učenja od najboljih, što posebno vrijedi za destinacijski benchmarking. Treba naglasiti da turističku destinaciju određuje njezin poslovni model i ona ne konkurrira s destinacijama sličnih obilježja već s destinacijama koje imaju isti poslovni model. Zato je izuzetno važno procijeniti poslovni model određene destinacije kao i način na koji model funkcionira. Cilj je procjene određivanje smjera razvoja sustava destinacije u budućnosti, odnosno načina osiguravanja njegove održivosti na dugi rok.¹

Destinacijski benchmarking podrazumijeva kontinuirano mjerenje rezultata turističke destinacije, jake i slabe strane, i to kako u odnosu na vlastite rezultate, tako i u odnosu na rezultate nekih drugih destinacija u zemlji i inozemstvu, te u odnosu na nacionalne i međunarodne sustave mjerenja kvalitete, pri čemu se koriste primarni i sekundarni podaci s namjerom uspostavljanja prioriteta, određivanja ciljeva djelovanja i postizanja poboljšanja djelovanja da bi se ostvarila kompetitivna prednost.²

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti :

15.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2021.

- Mjerenje učinkovitosti promotivnih aktivnosti

Nije planirano.

¹ Cetinski V., Juričić B.: Benchmarking i kvaliteta u turizmu, Konferencija Novi trendovi u turizmu i uslužnoj djelatnosti, Opatija, 2004., str. 9

² Kozak M.: Destination benchmarking: Concepts, Practices and Operations, Wallingford, CABI Publishing, 2004., str. 16-19, 87

5.2.2. RAZVOJ TURISTIČKOG PROIZVODA 309.947,29 kn

- Identifikacija i vrednovanje resursa te strukturiranje turističkih proizvoda:

Izradom dokumenta razvoja turizama dobit ćemo načelne inpute o razvoju pojedinih turističkih proizvoda, pri čemu očekujemo naglasak uz nacionalni park na nautički turizam, outdoor aktivnosti... detaljna razrada napraviti će se nakon prvih radionica u vezi strategije.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 50.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: prosinac 2022.

- Sustavi označavanja kvalitete turističkog proizvoda

U suradnji s regionalnom TZ pristupiti ćemo izradi dokumenata za označavanje kvalitete na području Mljeta. Smatramo bitnim ujednačiti standarde na razini županije da bismo jednostavnije istaknuli prepoznatljivost područja na emitivnim tržištima.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

- Podrška razvoju turističkih događanja 219.947,29 kn

- Ribarske večeri – sufinanciranje FLAG
 - ✓ Prema prijavljenom programu na natječaju

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 159.947,29 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

- Suorganizacija:

- ✓ Ostalih događanja - Organizacija kulturno zabavnih večeri tijekom 2022.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet i partneri

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 30.000,00 kn

Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

- Turistička infrastruktura

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet i Općina Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 30.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

- **Podrška turističkoj industriji** 0,00 kn

Nije planirano.

5.2.3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE 159.708,00 kn

- **Sajmovi, posebne prezentacije i poslovne radionice**
Sukladno zakonu nije planirano.

- **Suradnja s organizatorima putovanja**
Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara, predstavnika organizatora putovanja i agenata u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom i HTZ-om

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet, TZ DNŽ, HTZ

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 10.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

- **Kreiranje promotivnog materijala**
Prema potrebi.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 30.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: srpanj 2022.

- **Internetske stranice:**
Upravljanje sadržajem i održavanje web mjesta www.Mljet.hr, pri čemu ćemo voditi računa ako zaživi projekt HTZ i aktiviranje poddomene www.visitmljet.croatia

Ukoliko poddomena postane osnovni alat za Internet prezentaciju, web mjesto mljet.hr, te društvene mreže uskladit će se na način da usmjeravanju posjetitelje na stranicu sa boljom posjećenošću.

Također, prema toj dinamici odredit će se obuhvat troškova za izradu sadržaja na poddomeni, odnosno za modernizaciju aktualne domene.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 19.708,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

- **Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka:**
Otkup sadržaja, fotografija i ostalih podataka, te priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 20.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

- **Turističko-informativne aktivnosti:**
Upravljanje TIC-evima (funkcioniranje Turističko-informativnog centra uključujući plaće turističkih informatora).

Nužno održavanje turističke signalizacije samostalno i u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 80.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

5.2.4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT 65.000,00 kn

- **Turistički informacijski sustavi i aplikacije/eVisitor**
Priprema materijala, prijevodi, i sve ostalo za aplikativna rješenja višeg ustroja TZ.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti : 5.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.

- **Upravljanje kvalitetom u destinaciji**
Edukacije za članove TZ.

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti 20.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

- **poticanje na uređenje destinacije:**
- ✓ sajam cvijeća
 - ✓ izbor najljepše okućnice
 - ✓ čišćenje podmorja

Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet

Iznos potreban za realizaciju aktivnosti 40.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: listopad 2022.

5.2.5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJAMA	
- Međunarodne strukovne i sl. organizacije	0,00 kn
Nije planirano.	
- Domaće strukovne i sl. organizacije	0,00 kn
Nije planirano.	
5.2.6. ADMINISTRATIVNI RASHODI	200.000,00 kn
- Plaće	
Plaće zaposlenika lokalne turističke zajednice osim plaća informatora u turističko-informativnim centrima	
Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet	
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	140.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.	
- Materijalni troškovi:	
Troškovi funkcioniranja ureda turističke zajednice (režijski troškovi, zakup prostora, uredska oprema i materijal, održavanje prostora, troškovi platnog prometa, odvjetnički i javnobilježnički troškovi, troškovi poštarine, stručno usavršavanje zaposlenika i sl.)	
Nositelji aktivnosti i partneri: TZO Mljet	
Iznos potreban za realizaciju aktivnosti	60.000,00 kn
Rokovi realizacije aktivnosti: 2022.	
- Tijela turističke zajednice	
Nije predviđeno.	
5.2.7. REZERVA	405.917,47 kn
Rezerva 5% za potrebe osiguranja likvidnosti u izvanrednim okolnostima te financiranja neplaniranih aktivnosti (Odlukom Turističkog vijeća moguća je alokacija sredstava rezerve na ostale pojedinačno planirane aktivnosti ili nove aktivnosti).	61.278,64 kn
Uz navedeno u ovoj stavci se nalazi i iznos za prijenos u 2022., odnosno za podmirenje mogućih sudskih troškova, te do završetka sudskog spora nije ih moguće trošiti na drugi način.	
Ukupan iznos tih sredstava	344.638,83 kn
5.2.8. POKRIVANJE MANJKA PRIHODA IZ PRETHODNE GODINE	
Nije predviđen manjak u 2021.	

Na temelju članka 21. Statuta Turističke zajednice općine Mljet Skupština Turističke zajednice općine Mljet sjednici održanoj dana 22.11.2021. godine donosi

ODLUKU O IZVRŠENJU PROGRAMA RADA S FINACIJSKIM PLANOM TZO MLJET ZA 2022.

Članak 1.

Za izvršenje financijskog plana za 2022. godinu zadužuju se Turističko vijeće i direktorica TZO Mljet sukladno odredbama o nositeljima pojedinih aktivnosti. 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 2022. koje će biti donesene na sjednicama Turističkog vijeća.

Članak 2.

Ova odluka stupa na snagu danom donošenja.

