



**PROGRAM RADA
TURISTIČKE ORGANIZACIJE PODGORICE
ZA 2022. GODINU**

*Podgorica
januar, 2022. godine*

SADRŽAJ

I UVOD	3
II TURISTIČKI PROMET U 2021. GODINI	4
III FINANSIJSKI POKAZATELJI U 2021. GODINI	7
IV JAČANJE KAPACITETA TURISTIČKE PRIVREDE I KREIRANJE KVALITETNE OSNOVE ZA PLANIRANJE AKTIVNOSTI	9
V EU PROJEKTI	10
VI PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA KROZ EFIKASNO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM	10
1. Manifestacije	10
2. Drugi projekti/manifestacije/aktivnosti	14
VII PODSTICANJE OPORAVKA TURISTIČKOG PROMETA S AKCENTOM NA PRIORITETNA EMITIVNA TRŽIŠTA	15
1. Sajamski nastupi	16
2. Studijske posjete i promotivni izleti	16
3. Saradnja sa stranim organizacijama i asocijacijama	17
4. Marketing aktivnosti	18
VIII PROBLEMI, NEDOSTACI I IZAZOVI	21
1. Suzbijanje sive ekonomije	21
IX FINANSIJSKI PLAN	22
1. Prihodi	22
2. Rashodi	23

I UVOD

Aktivnosti Turističke organizacije Podgorice bile su znatno izmjenjene u 2020. i 2021. godini, a usljed krize izazvane pandemijom virusa Covid-19.

Marketing aktivnosti Turističke organizacije Podgorice u 2021. godini bile su prilagođene epidemijskoj situaciji, gdje je akcenat stavljen na promociju putem onlajn kanala komunikacije, imajući u vidu činjenicu da je većina sajamskih i manifestacionih aktivnosti održano onlajn. Shodno temi godišnje kampanje NTOCG „U društvu prirode“ promovisali smo prirodne resurse i potencijale Podgorice (rijeke, jezera, planinarske, pješačke, biciklističke staze...) u cilju afirmisanja aktivnih vidova turizma. Osim toga, a kako je i dalje aktuelna tematska kampanja koja ima za cilj promociju gastronomske ponude, domaćih proizvoda i tradicionalne hrane, pod sloganom „Dobro. Bolje. Domaće“ organizovali smo manifestacije poput „Tradicija ukusa“ i „Kafa za merak“.

Prikazivanjem prirodnog bogatstva i ljepota Podgorice, tokom godina pandemije, imali smo za cilj s jedne strane animirati domaće turiste i sugrađane na aktivnost u prirodi, u nekim nedovoljno istraženim i manje poznatim mjestima, te inspirisati potencijalne strane turiste za dolazak u Podgoricu.

Imajući u vidu činjenicu da Podgorica nema izraženu sezonalnost, te da je većina hotela u gradu u funkciji, a nadajući se i povoljnijoj epidemijskoj situaciji u narednom periodu i uspostavljanju avio prometa u punom kapacitetu, očekujemo poboljšanje turističkog prometa, a samim tim i svih turističkih pokazatelja u 2022. godini. U skladu s tim, Program rada Turističke organizacije Podgorice za 2022. godinu temeljiće se na sprovođenju promotivnih, manifestacionih, edukativnih, sajamskih i drugih aktivnosti, prateći epidemijsku situaciju, a sve u skladu sa finansijskim planom.

Na kraju, naše djelovanje biće u pravcu unapređenja ukupnog turističkog proizvoda, osmišljavanjem novih sadržaja, aktivnosti u gradu i dobroj saradnji sa svim subjektima u turizmu.

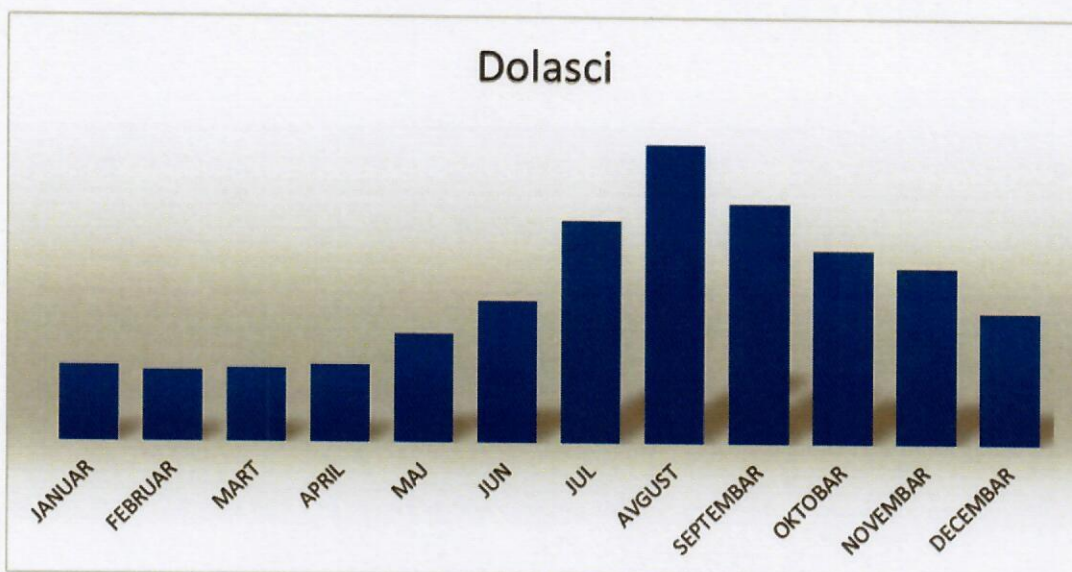
II TURISTIČKI PROMET U 2021. GODINI

Prema zvaničnim podacima MONSTAT-a, u 2021. godini, Glavni grad posjetilo je **95.723 turista**, što je za 247% **više** u odnosu na isti period prošle godine, a ostvareno je **196.612 noćenja**, ili za 224% **više** u odnosu na uporedni period 2020. godine.

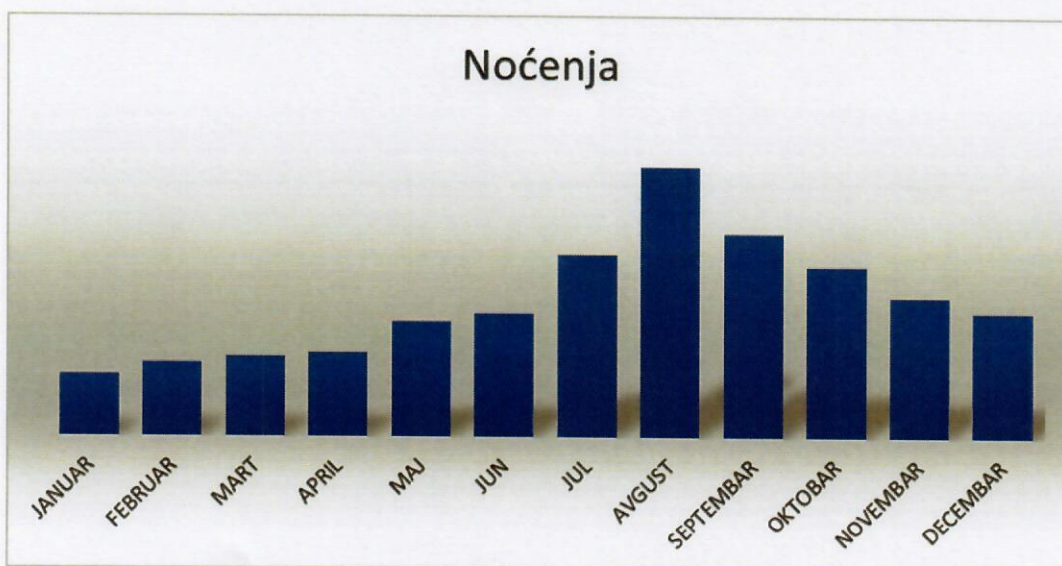
Dolasci turista i ostvarenih noćenja u Podgorici				
Vrsta smještaja	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Index dolasci	Index ostvarena noćenja
KOLEKTIVNI SMJEŠTAJ (hoteli i slični smještajni kapaciteti)	91.737	183.162	242	230
PRIVATNI SMJEŠTAJ	3.986	13.450	412	425
UKUPNO	95.723	196.612	247	224

Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u Podgorici po mjesecima				
Period	Dolasci Turista	Ostvarena Noćenja	Index Dolasci	Index Noćenja
Januar	3.860	6.935	43	44
Februar	3.621	8.395	41	49
Mart	3.763	9.049	114	142
April	3.953	9.472	9412	9980
Maj	5.470	12.934	3825	2018
Jun	7.177	13.918	548	514
Jul	11.250	20.488	524	559
Avgust	15.057	30.258	396	508
Septembar	12.138	22.876	390	276
Oktobar	9.809	19.187	330	248
Novembar	8.959	15.683	389	294
Decembar	6.680	13.967	345	291
UKUPNO	91.737	183.162	242	230

*Podaci u tabeli odnose se na kolektivni smještaj



Dijagram 1: Grafički prikaz dolazaka turista u 2021. godini po mjesecima, u Podgorici



Dijagram 2: Grafički prikaz ostvarenih noćenja turista u 2021. godini po mjesecima, u Podgorici

U ukupnom broju turista, u 2021. godini najveći broj bio je iz zemalja Regiona (Srbije, Hrvatske, BiH) kao i iz Albanije, Njemačke, Francuske, Italije, Turske, Ruske Federacije, i udaljenijih područja poput Japana, Australije, SAD.

Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u Podgorici							
Naziv zemlje pripadnosti	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Prosječna dužina boravka	Struktura %		Indeks-i	
				Turisti	Noćenja	turisti	Noćenja
Evropa	66422	122926	1,85	83,13%	78,54%	242	224
Albanija	4459	5328	1,19	6,71%	4,33%	100	93
Austrija	1374	2384	1,74	2,07%	1,94%	456	372
Belgija	968	1325	1,37	1,46%	1,08%	787	473
Bjelogorusija	222	461	2,08	0,33%	0,38%	200	235
Bosna i Hercegovina	3834	7332	1,91	5,77%	5,96%	194	179
Bugarska	432	804	1,86	0,65%	0,65%	153	121
Češka	494	1100	2,23	0,74%	0,89%	343	378
Danska	407	940	2,31	0,61%	0,76%	380	470
Estonija	120	182	1,52	0,18%	0,15%	300	222
Finska	186	397	2,13	0,28%	0,32%	266	298
Francuska	2277	4062	1,78	3,43%	3,30%	266	266
Grčka	531	1322	2,49	0,80%	1,08%	140	206
Holandija	1312	2044	1,56	1,98%	1,66%	683	603
Hrvatska	3977	6349	1,60	5,99%	5,16%	244	213
Irska	417	821	1,97	0,63%	0,67%	350	377
Island	49	295	6,02	0,07%	0,24%	350	1475
Italija	2072	4407	2,13	3,12%	3,59%	296	296
Kipar	188	377	2,01	0,28%	0,31%	261	269
Kosovo	1249	5716	4,58	1,88%	4,65%	273	672
Letonija	281	465	1,65	0,42%	0,38%	639	296
Litvanija	746	946	1,27	1,12%	0,77%	1381	901
Luksemburg	168	350	2,08	0,25%	0,28%	263	361
Mađarska	1029	1724	1,68	1,55%	1,40%	312	297
Malta	777	966	1,24	1,17%	0,79%	1992	1271
Makedonija	1593	3463	2,17	2,40%	2,82%	253	212
Norveška	401	1002	2,50	0,60%	0,82%	853	1152
Njemačka	3382	6221	1,84	5,09%	5,06%	303	256
Poljska	1991	3259	1,64	3,00%	2,65%	670	554
Portugalija	611	825	1,35	0,92%	0,67%	1018	693
Rumunija	1268	2708	2,14	1,91%	2,20%	619	465
Rusija	3287	5534	1,68	4,95%	4,50%	274	224
Slovačka	318	945	2,97	0,48%	0,77%	286	265
Slovenija	1426	2752	1,93	2,15%	2,24%	198	186
Srbija	14254	26287	1,84	21,46%	21,38%	213	194
Španija	1196	2123	1,78	1,80%	1,73%	401	348

Švajcarska i Lihtenštajn	817	1128	1,38	1,23%	0,92%	380	290
Švedska	632	1093	1,73	0,95%	0,89%	193	212
Turska	4106	8991	2,19	6,18%	7,31%	205	140
Ukrajina	1556	2860	1,84	2,34%	2,33%	522	486
Ujedinjeno Kraljevstvo	1603	2878	1,80	2,41%	2,34%	260	226
Ostale evropske zemlje	412	760	1,84	0,62%	0,62%	463	258
Vanevropske zemlje	13484	33592	2,49	20,30%	27,33%	433	460
Južna Afrika	164	299	1,82	0,25%	0,24%	410	440
Ostale afričke zemlje	532	1073	2,02	0,80%	0,87%	605	845
Kanada	557	897	1,61	0,84%	0,73%	457	316
SAD	3005	6600	2,20	4,52%	5,37%	343	264
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	95	211	2,22	0,14%	0,17%	413	586
Argentina	28	60	2,14	0,04%	0,05%	233	115
Brazil	228	569	2,50	0,34%	0,46%	312	445
Čile	36	116	3,22	0,05%	0,09%	900	2900
Ostale zemlje J. i Sr. Amerike	361	816	2,26	0,54%	0,66%	481	742
Kina	289	599	2,07	0,44%	0,49%	34	30
Japan	74	149	2,01	0,11%	0,12%	54	58
Republika Koreja (Južna Koreja)	130	302	2,32	0,20%	0,25%	351	256
Izrael	3897	11350	2,91	5,87%	9,23%	3168	4332
Indija	190	402	2,12	0,29%	0,33%	422	462
Azerbejdžan	226	621	2,75	0,34%	0,51%	283	554
Ujedinjeni Arapski Emirati	261	862	3,30	0,39%	0,70%	414	498
Ostale azijske zemlje	3085	8221	2,66	4,64%	6,69%	814	1017
Australija	156	224	1,44	0,23%	0,18%	260	166
Novi Zeland	70	99	1,41	0,11%	0,08%	1750	1980
Ostale zemlje Okeanije	100	122	1,22	0,15%	0,10%	833	642

*Podaci u tabeli odnose se na kolektivni smještaj

III FINANSIJSKI POKAZATELJI U 2021. GODINI

Planirani prihodi Turističke organizacije Podgorice zasnivaju se prvenstveno na prihodu po osnovu naplaćene boravišne takse, članskog doprinosa, sponzorstava, sredstava iz budžeta Glavnog grada, u skladu sa posebnim programima, i iz drugih izvora, kojih, napominjemo, u prethodnoj godini nije bilo.

Od boravišne takse u 2021. godini prihodovano je **191.128,22 eura**, odnosno **59% više** u odnosu na realizaciju u istom periodu 2020. godini (**119.900,37 eura**).

Od članskog doprinosa u 2021. godini prihodovano je **223.417,93 eura**, odnosno **86% više** u odnosu na prihod ostvaren u posmatranom periodu 2020. godine (**120.065,34 eura**).

NAMJENSKI PRIHODI						
Period	Prihodi od boravišne takse	Index	Prihodi od članskog doprinosa	Index	Ukupni namjenski prihodi	Index
Januar	7.563,92	30	5.941,66	147	13.505,58	46
Februar	9.934,24	60	7.083,64	201	17.017,88	84
Mart	16.597,44	143	4.533,59	219	21.131,03	155
April	19.311,58	1378	6.567,39	683	25.878,97	1095
Maj	10.313,42	3326	9.531,12	239	19.844,54	461
Jun	15.985,10	373	40.734,90	266	56.720,00	289
Jul	13.575,04	240	18.664,43	56	32.239,47	83
Avgust	20.220,20	184	33.698,81	284	53.919,01	235
Septembar	19.318,54	129	22.804,60	239	42.123,14	172
Oktoabar	22.234,15	195	42.544,85	365	64.779,00	281
Novembar	19.054,42	190	10.029,84	74	29.084,26	123
Decembar	17.020,17	234	21.283,10	206	38.303,27	218
UKUPNO	191.128,22	159	223.417,93	186	414.546,15	173

Kompanije koje su platile najviše boravišne takse u 2021. godini, u Podgorici su:

- DOO Hotel Crna Gora (hotel „Hilton“),
- DOO TCP Hotel OPCO (hotel „CUE“),
- DOO Savana Continental Property Menagment & Lodging (hotel „Ramada“),
- DOO Čelebić city (hotel „Voco“),

- DOO Šolcom (hotel „Union“ „Evropa“ „New Star“),
- DOO HTP Aurel (hotel „Aurel“),
- DOO Sas company (boutique hotel „Boscovich“),
- DOO Zenobia Montenegro (hotel „Podgorica“),
- DOO Ideal-Visitor (hotel „Ideal“),
- DOO Perla (hotel „Perla“).

IV JAČANJE KAPACITETA TURISTIČKE PRIVREDE I KREIRANJE KVALITETNE OSNOVE ZA PLANIRANJE AKTIVNOSTI

Turistička organizacija Podgorice ima kontinuiranu saradnju sa predstavnicima turističke privrede, hotelijerima, ugostiteljima, agencijama i drugim turističkim poslenicima, kao i gradskim službama i relevantnim institucijama. Trend dobre saradnje biće nastavljen i u 2022. godini.

- Imajući u vidu značaj podsticanja domaćeg turističkog prometa, i u 2022. godini biće fokus na osmišljavanju i sprovođenju zajedničkih aktivnosti sa turističkom privredom, s ciljem afirmacije domaćih turističkih kapaciteta.
Rok realizacije: kontinuirano
Indikator: 5 manifestacija/projekata u saradnju sa turističkom privredom grada
- Kontinuirano saradujemo s predstavnicima turističke privrede (ugostiteljima, hotelijerima, agencijama, trgovinama...), sa svima koji na posredan ili neposredan način kreiraju turističku ponudu grada, kroz besplatnu promociju sadržaja i ponude, u okviru dostupnih kanala komunikacije i promotivnog materijala, a iniciramo saradnju i kroz brojne akcije, aktivnosti i manifestacije koje planiramo u narednoj godini.
Rok realizacije: kontinuirano
Indikator: objave na društvenim mrežama TOP-a uz označavanje turističke privrede grada, 5 sastanaka sa predstavnicima turističke privrede
- Saradnja sa podgoričkim suvenirnicama u dijelu promocije istih putem društvenih mreža i veb sajta i na taj način doprinos njihovoj boljoj vidljivosti.
Rok realizacije: kontinuirano
Indikator: objave na društvenim mrežama TOP-a
- Turistička organizacija Podgorice će nastaviti saradnju s institucijama kulture grada, u cilju usaglašenosti programa dešavanja i bolje promocije događaja, kao i

saradnju s drugim lokalnim turističkim organizacijama, a nedavno je potpisan i Memorandum o saradnji sa Muzičkim centrom Crne Gore.

Rok realizacije: kontinuirano

Indikator: zajedničke manifestacije

V EU PROJEKTI

Turistička organizacija Podgorice je prepoznata kao značajan partner prilikom apliciranja za EU projekte, pa je i u 2021. godini ostvarila partnerstvo na projektu Emblematic Plus, koji je finansiran iz sredstava Regionalne saradnje Interreg MED. Projekat se odnosi na valorizaciju Komova i obuhvata izradu eko itinerera za Regionalni park Komovi, kao i izradu promotivnog štampanog i video materijala. Implementacija projekta započeta je u junu mjesecu 2021. godine i trajaće 13 mjeseci.

Rok realizacije: III kvartal

Indikator: izrada promotivnog materijala za Regionalni park Komovi

VI PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA KROZ EFIKASNO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

1. Manifestacije

Realizovane manifestacije u 2021. godini

Turistička organizacija Podgorice u 2021. godini nije realizovala sve planirane manifestacije iz epidemijskih razloga, te zbog ograničenosti broja posjetilaca na otvorenom i u zatvorenim prostorima.

Realizovane manifestacije: **Joga u prirodi, Slikamo Podgoricu, Ajmo na Moraču, Tradicija ukusa, Kafa za merak, Koncert starogradske muzike, Trgom nasmijanih lica, Tematski bal pod maskama, Podgorički pazar, Podgorička noć.**

Dodjela nagrada najboljima u okviru manifestacije „Birammo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu“ za 2021. godinu biće organizovana u januaru 2022. godine.

Takođe, Turistička organizacija Podgorice je finansijski, logistički i organizaciono podržala i brojne druge manifestacije i događaje: Kviz „**Ja upoznah Crnu Goru**“ (februar), „**Shopping day**“ (jun), „**Odakle zovem**“ - festival kratke priče (jun), „**Veliki je**

dan piknik“ (jul), Humanitarni sajam „**Dobar dan školo**“ (septembar), „**Međunarodni dan čišćenja obala**“ (septembar) „**Montenegro Fashion week**“ (novembar).

Planirane manifestacije u 2022. godini

U organizaciji Turističke organizacije Podgorice, shodno Programu rada za 2022. godinu, predviđeno je organizovanje gastro manifestacija, s ciljem prezentacije tradicionalnih proizvoda podgoričkog regiona i tematskih manifestacija, s ciljem afirmacije određenih lokaliteta u gradu. Sve Programom planirane aktivnosti i manifestacije biće organizovane shodno zdravstvenim prilikama u zemlji:

Tradicija ukusa – Plan je da se ova manifestacija organizuje svakog mjeseca na različitim lokacijama u gradu, prateći ostale aktivnosti Turističke organizacije Podgorice, a sa ciljem promocije bogate gastro ponude grada.

Rok realizacije: kontinuirano

Indikator: minimum 5 manifestacija i promocija gastro ponude grada

Cvijeće cvijeću (mart) – U Njegoševom parku, u susret proljeću, biće organizovano dijeljenje sadnica i baštinskog cvijeća, čime ćemo ujedno obilježiti i 8. mart – Dan žena.

Rok realizacije: I kvartal

Indikator: podijeljeno minimum 50 sadnica cvijeća

Svi plešemo (april) – Na Rimskom i Argentinskom trgu, u saradnji sa plesnim klubovima, biće organizovano plesno veče.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: angažovanje i animiranje minimum dvije plesne škole iz Podgorice

Slikamo Podgoricu (maj) – U Podgoričkom parku, u saradnji sa likovnim umjetnicima, biće organizovana likovna sekcija za sve zainteresovane, a za najbolja tri rada biće obezbijeđene i nagrade.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: likovna sekcija za djecu, nagrade za najbolja tri rada

Podgorica BEER CRAFT Fest (maj) – u saradnji sa crnogorskim proizvođačima craft piva u planu je da tokom mjeseca maja organizujemo višednevni festival piva uz prigodan kulturni i muzički program.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: angažovanje crnogorskih proizvođača craft piva

Dan krapa (jun) – Na Plavnici organizujemo tradicionalnu manifestaciju, u saradnji sa Opštinom u okviru Glavnog grada Golubovci, uz bogat muzički program, a u cilju promocije basena Skadarskog jezera kroz očuvanje i njegovanje kulturne baštine i zaštite autohtone vrste - krapa.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: vožnja čunom i degustacija krapa uz angažovanje lokalnog stanovništva

Joga u prirodi (jun) – U podgoričkim parkovima, u saradnji sa udruženjima i instruktorima joge, biće obilježen Svjetski dan joge i promovisani zdravi stilovi života.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: organizovanje na minimum 3 lokacije u gradu uz angažovanje instruktora joge iz Podgorice i Regiona

Ljeto i moda (jul) – Kod univerzitetskog parka, u saradnji s podgoričkim vlasnicima butika, promocija svjetskih modnih brendova i grada kao šoping destinacije.

Rok realizacije: III kvartal

Indikator: animiranje privrede i promocija Podgorice kao šoping destinacije

Ajmo na Moraču (avgust) - u saradnji sa Sekretarijatom za kulturu i sport Glavnog grada organizujemo manifestaciju nekoliko godina zaredom, u cilju promocije rijeke Morače, kao prirodno očuvanog potencijala Glavnog grada i vraćanja sugrađana na njihove plaže, uz bogate sportsko-rekreativne sadržaje (vožnja kajaka, odbojka, šlaufijada, pikado, šah, corn-hol, nogotenis) i muzičko-zabavni program.

Rok realizacije: III kvartal

Indikator: angažovanje podgoričkih izvođača u muzičkom dijelu programa, organizovanje aktivnosti za djecu, besplatna vožnja kajakom

Tematski bal pod maskama (septembar) – plan je da se u skladu sa temom svake godine organizuje na različitoj lokaciji. Tematski bal pod maskama organizovan je u septembru 2021. godine na arheološkom lokalitetu Duklja, a maske su pratile antički period.

Rok realizacije: III kvartal

Indikator: turistička promocija nove lokacije

Kafa za merak (oktobar) - Na Trgu vojvode Bećir-bega Osmanagića biće promovisana i posluživana kuvana kafa i ratluk, u cilju predstavljanja autentičnog gostoprimstva

lokalnih, podgoričkih domaćinstava. S druge strane, u centru grada i Bokeškoj ulici biće promovisane druge vrste kafa.

Rok realizacije: IV kvartal

Indikator: organizovanje na dvije lokacije u gradu uz angažovanje lokalnih privrednika

Vikend divljeg šipka (novembar) – U saradnji sa lokalnim proizvođačima i mještanima biće organizovana berba divljeg šipka, uz predstavljanje postupka dobijanja krajnjeg proizvoda, jedinstvenog i tradicionalnog soka od šipka, sve obogaćeno muzičkim programom.

Rok realizacije: IV kvartal

Indikator: angažovanje lokalnih proizvođača i izvođača u muzičkom dijelu programa

Veče koštanja i vina (decembar) – Na Trgu nezavisnosti, biće organizovana manifestacija, u saradnji s lokalnim proizvođačima i vlasnicima vinarija, gdje će posjetioци moći da konzumiraju pečene koštanje i kuvano vino, u cilju dodatne promocije gastro i eno ponude podgoričkog regiona, uz muzički program.

Rok realizacije: IV kvartal

Indikator: muzički program, degustacija koštanja i vina

Biramo najbolje u turizmu i ugostiteljstvu (decembar) - Više od tri decenije nagrađujemo pojedince i kolektive koji su svojim radom doprinijeli obogaćivanju turističke ponude Glavnog grada, te podstičemo i ostale da unapređuju, kako svoje poslovanje, tako i lične i profesionalne vještine.

Rok realizacije: IV kvartal

Indikator: plakete za kolektive i pojedince koji doprinose unapređenju turističke ponude grada

Podgorička noć (decembar) – U čast proslave Dana oslobođenja grada, organizujemo tradicionalnu manifestaciju kulturno – zabavnog karaktera, gdje se kroz cijelovečernji program predstavlja duh stare Podgorice, uz tipičnu podgoričku kuhinju, muziku i humor.

Rok realizacije: IV kvartal

Indikator: animiranje većeg broja ugostiteljskih objekata u gradu, muzički program, tradicionalni podgorički specijaliteti

Podgorički pazar (decembar-januar) – Predstavlja novi koncept proslave novogodišnjih i božićnih praznika u Podgorici. Posjetioци mogu uživati u višednevnom, bogatom i raznovrsnom programu prilagođenom svim generacijama.

Rok realizacije: IV kvartal

Indikator: animiranje lokalnih privrednika, muzički i dječji program

2. Drugi projekti/manifestacije/aktivnosti

Sa ciljem podsticanja diverzifikacije, inovacije i unapređenja kvaliteta turističkog proizvoda Turistička organizacija Podgorice kreirala je tri kulturno - istorijske rute: *Ljubavnom stazom do kulturnog identiteta Podgorice, Kulturnim stazama Podgorice do slavnog Meduna, Osvrt na prošlost preko brda Gorice*, sa ciljem bolje promocije kulturne baštine i lokaliteta na teritoriji Glavnog grada.

Rok realizacije: realizovano, izrada i distribucija: kontinuirano

Indikator: novi turistički proizvod za dalju distribuciju i prezentaciju turistima

Turistička organizacija Podgorice je uz podršku Crnogorskog elektrodistributivnog sistema doprinijela misiji uljepšavanja i urbanizovanja Glavnog grada. Umjetničkim intervencijama na CEDIS-ovim trafostanicama kod Ruskog mosta, u Bokeškoj ulici, na stazi kod pješačkog mosta "Gazela" i na Bulevaru Ivana Crnojevića, umjetnici su svojim radom poklonili građanima izložbu na otvorenom. Ideja je da se i ubuduće realizuju ove i slične aktivnosti i gradu podari moderna i urbana scena nalik na one koje možemo vidjeti u svjetskim metropolama.

Rok realizacije: kontinuirano

Indikator: street art na ulicama Podgorice, ljepši vizuelni identitet grada

Turistička organizacija Podgorice kontinuirano podstiče, koordinira, organizuje i finansijski podržava tradicionalne i ostale kulturne, umjetničke, sportske i druge manifestacije i događaje, kao i projekte koji doprinose obogaćivanju turističke ponude grada i poboljšanju turističkog prometa.

- U dijelu obezbjeđivanja promotivnog materijala Turistička organizacija Podgorice je u 2021. godini pružila podršku:
 - Odbojkaškom klubu „Budućnost“ za učešće na Prvomajskom odbojkaškom turniru gradova u Beogradu;
 - Košarkaškom savezu Crne Gore u organizaciji 2. ABA lige;
 - KIC-u „Budo Tomović“ za učešće na festivalu Festival Sharjah Heritage Days;
 - Folklornom ansamblu „Crna Gora“ za učešće na Olimpijadi folkloru u Rusiji.

- Turistička organizacija Podgorice je finansijski podržala realizaciju sljedećih projekata i aktivnosti:
 - Kratkometražni igrani film pod nazivom „Naročita svojstva”, koji sadrži kadrove prirodnih ljepota i kulturnih obilježja Glavnog grada Podgorice.
 - Putopisni, motociklistički TV serijal pod nazivom “Bajkerova mapa – mapiranje Crne Gore”
 - Dokumentarni film o uzgoju divljeg šipka u Crnoj Gori, sa uporednim prikazom prirodnih ljepota, kulturnih i turističkih potencijala na teritoriji Podgorice, koja je i prirodno stanište ove biljke.
 - Časopis „Nacionalna geografija Crne Gore”, koji sadrži članke o prirodnim ljepotama i kulturno-istorijskim spomenicima koji se nalaze na teritoriji Glavnog grada.
 - Kulturno umjetničko društvo KIC-a „Budo Tomović“ za odlazak na Svjetski festival folklor „Children`s Day Festival“ u Egiptu.
 - Podrška košarkaškom klubu „Milenijum“.

Shodno Zakonu o boravišnoj taksi, a na osnovu raspisanih javnih poziva i ponuđenih projekata, TOP će u 2022. godini sponzorirati i pomagati realizaciju:

- a) projekata koji doprinose poboljšanju uslova boravka turista i podizanju nivoa kvaliteta turističke ponude (10% procijenjenog prihoda TOP po osnovu naplate boravišne takse);
- b) projekata valorizacije kulturne baštine, (10% procijenjenog prihoda TOP po osnovu naplate boravišne takse).

Odluku o nagrađenim projektima donosi tročlana stručna komisija.

VII PODSTICANJE OPORAVKA TURISTIČKOG PROMETA S AKCENTOM NA PRIORITETNA EMITIVNA TRŽIŠTA

Djelatnost Turističke organizacije Podgorice je usmjerena ka pozicioniranju turističkog proizvoda Glavnog grada na domaćem i inostranim tržištima, te turističkoj valorizaciji prednosti podgoričkog regiona, kao što su geografski položaj, kulturni, prirodni i istorijski identitet.

Zbog specifičnih uslova uzrokovanih pandemijom, promotivne aktivnosti u 2021. godini usmjerili smo ka stvaranju inspiracije i uvjerenja kod potencijalnih turista o aktivnostima

u prirodi koje su dostupne, uključujući promociju aktivnih formi odmora (planinarske i biciklističke rute), kulturnih staza u centru grada i ruralnim područjima, malih sela, zaseoka i avanturističkih aktivnosti na otvorenom.

1. Sajamski nastupi

Većina sajмова u toku 2021. godine je u cilju spriječavanja širenja pandemije, održano online. Turistička organizacija Podgorice je u saradnji sa NTOCG i lokalnim turističkim organizacijama, uzela učešće u značajnijim sajamskim nastupima: **Online sajam ITB Berlin** (9-12. mart), **Sajam MITT Moskva** (17-19. mart) – na štandu NTO CG bio je prisutan promotivni materijal TO Podgorice, **Konferencija kulture i turizma u organizaciji Provincije Sichuan** (29. april) – onlajn, **Sajam Klik Ekspo Tirana** (decembar).

Regionalna ROAD SHOW kampanja NTO CG u cilju promocije ljetnje turističke sezone – Turistička organizacija Podgorice se predstavila u Beogradu, Novom Sadu i Tirani, dok je bila nosilac promotivnog nastupa u Banja Luci.

Kako je usljed aktuelne epidemijske situacije neizvjesno koji će sajmovi i na koji način biti organizovani tokom 2022. godine, odluke o sajamskim nastupima donosićemo u skladu s finansijskom situacijom i planom NTOCG, na tržištima interesantnim za promociju turističke ponude Glavnog grada Podgorice. Takođe, na isti način ćemo planirati i učešće u ROAD SHOW kampanji, a u cilju promocije ljetnje turističke sezone i novogodišnjih praznika.

2. Studijske posjete i promotivni izleti

Turistička organizacija Podgorice kontinuirano dostavlja promotivni materijal i organizuje izlete do svih atraktivnih turističkih lokaliteta za turističku privredu (hotelijere, agencije, vodiče), u cilju boljeg upoznavanja ponude, kako bi turistički poslenici mogli dodatno animirati svoje goste i na taj način uticati na produženje boravka turista u gradu.

Tokom 2021. godine ugostili smo sljedeće studijske grupe:

- Studijska posjeta turoperatora iz Kazakstana (jun);
- Studijska posjeta blogera iz Srbije (avgust);
- Studijska grupa novinara iz Slovenije (oktobar);
- Studijska grupa novinara iz Francuske (oktobar);
- Studijska posjeta turoperatora iz Slovenije (decembar).

Takođe, u protekloj godini organizovali smo i sljedeće promotivne izlete:

- Promotivna ruta „Ljubavnom stazom do kulturnog identiteta Podgorice“ (septembar) – organizovana tura za predstavnike medija;
- Promotivna ruta „Ljubavnom stazom do kulturnog identiteta Podgorice“ (oktobar) – organizovana za sugrađane;
- Promotivna ruta „Ljubavnom stazom do kulturnog identiteta Podgorice“ (oktobar) – organizovana tura za učenike JU ŠSVSO „Sergije Stanić“;
- Promotivna ruta „Osvrt na prošlost preko brda Gorica“ (oktobar) – organizovana ruta za predstavnike turističke privrede.

U 2022. godini planiran je nastavak saradnje sa NTOCG, kada je riječ o studijskim posjetama predstavnika agencija, tur-operatora, novinara Crnoj Gori, kao i organizovanja promotivnih izleta za druge turističke poslenike grada i školsku populaciju, a sve u cilju predstavljanja ljepota i potencijala Podgorice.

Turistička organizacija Podgorice će, u skladu s aktuelnom zdravstvenom situacijom, te očekivanim trendovima daljeg razvoja turizma, u 2022. godini raditi na promociji ruralnih područja, pješačkih, biciklističkih, rekreativnih, planinarskih staza i formi aktivnog odmora. Akcenat u promociji biće više na individualna putovanja.

3. Saradnja sa stranim organizacijama i asocijacijama

Turistička organizacija Podgorice je članica asocijacije **European Cities Marketing** – ECM www.europeancitiesmarketing.com - Evropsko udruženje turističkih gradova, od 2017. godine. U pitanju je renomirana asocijacija kongresnih destinacija, koja broji ukupno 120 gradova, iz 39 zemalja Evrope. TOP je kao članica ECM uzela učešće u godišnjoj konferenciji, gdje je prezentovana Podgorica kao kongresna destinacija sa svim svojim turističkim potencijalima. Slogan asocijacije “Meet, Share, Grow”, ukazuje na svrhu rada članova u međusobnoj razmjeni znanja i iskustva, koji mogu pomoći u upravljanju destinacijom i razvijanju novih proizvoda, koristeći iskustva drugih destinacija.

Turistička organizacija Podgorice je članica **Network of European Regions for Sustainable and Competative Tourism** - NECSTouR (www.necstour.eu) - Mreža evropskih turističkih regija u kojima se razvija održiv i konkurentan turizam. Slijede se preporuke Evropske komisije kroz „Program za održivi i konkurentni evropski turizam”, sa ciljem razvijanja i jačanja okvira za koordinaciju regionalnih razvojnih programa i istraživanja posvećenih održivom i konkurentnom turizmu.

Turistička organizacija Podgorice je u 2021. godini uzela učešće na godišnjoj tematskoj konferenciji NECSTouR-a pod nazivom "Building a better recovery towards the tourism of tomorrow"/Izgradnja boljeg oporavka za turizam sutrašnjice". Događaj je održan on-site, u regiji Tirol, u Austriji.

4. Marketing aktivnosti

U cilju oporavka turističkog prometa, Turistička organizacija Podgorice će pored prioritetnih emitivnih tržišta u skladu sa smjericama NTO, marketinške aktivnosti tokom 2022. godine usmjeriti na tržište regiona, održavanjem kontinuirane saradnje sa turističkim organizacijama glavnih gradova zemalja Regiona i drugim tržištima, za koja analizom utvrdimo mogućnosti za privlačenje većeg broja turista (uspostavljanje novih letova, uspostavljanje bilateralnih sporazuma, utvrđivanje sličnosti dva grada i druge specifičnosti).

- Foto i video promocija

Tokom 2021. godine Turistička organizacija Podgorice je uradila novu foto arhivu, s fokusom na nove sadržaje u gradu, spomenike, rekreativne sadržaje, panoramske fotografije i drugo. Zatim, urađena su četiri promotivna filma: „Podgorica iz drugog ugla“, film o prirodnim ljepotama glavnog grada, u trajanju od 2 minuta i 44 sekunde, promotivni film o vinskoj i gastro ponudi podgoričkog regiona, u trajanju od 2 minuta i 17 sekundi, kao i promotivni film o arheološkom lokalitetu „Antička Duklja“, u trajanju od 4 minuta i 28 sekundi. Fotografije i filmovi su prezentovani putem društvenih mreža, medija i na veb stranici i YouTube kanalu Turističke organizacije Podgorice.

- Digitalni marketing

U Turističkoj organizaciji Podgorice period tokom 2021. godine koristili smo uglavnom za promociju destinacije putem onlajn kanala komunikacije, pa je svakodnevnim objavama na Facebook i Instagram nalozima predstavljala sve atrakcije, lokalitete i aktuelnosti iz grada. Shodno aktuelnoj kampanji NTO Crne Gore „U društvu prirode“, akcenat je stavljen na prirodne atrakcije, kojim Podgorica obiluje (rijeke, jezera, panoramske, pješačke, biciklističke staze i drugo), a iste su dostupne kako stranim i domaćim gostima, tako i našim sugrađanima.

Sve veća popularnost društvenih medija rezultira time da gotovo svi društvene mreže koriste za prenošenje impresija drugim korisnicima. Povezanost tehnologije i putovanja jača je nego ikad jer korisnici upravo putem ovih medija promovišu i destinaciju dijeljenjem slika, zapisa, pozitivnih i negativnih iskustava. Investiranje u oglašavanje uz pomoć novih medija i društvenih mreža postaje obavezna stavka u planiranju budžeta, jer je upravo komunikacija s mogućim klijentima izuzetno značajna. Uzimajući sve to u obzir, značajne aktivnosti Turističke organizacije Podgorice u narednoj godini biće usmjerene na investiranje u online komunikacije i oglašavanje putem društvenih mreža.

U 2021. godini izrađen je novi sajt Turističke organizacije Podgorice, u cilju bolje promocije sadržaja i aktivnosti na domaćem i inostranom tržištu.

U protekloj godini Turistička organizacija Podgorice je na **Instagramu** objavila preko **1000** novih fotografija, a preko osam hiljada pratilaca nalog [podgorica.travel](https://www.instagram.com/podgorica.travel) čini trećim najpraćenijim među nalogima lokalnih turističkih organizacija.

U 2022. godini planirana je intenzivnija promocija za ciljane tržišta (domaće i tržište Regiona, kao i tržišta Turske, Njemačke, Italije, Engleske, Francuske, UAE), sponzorisanjem objava i naloga.

Na Facebook-u, imamo blizu pet hiljada pratilaca, a u prosjeku objave pogleda između 10 i 15 hiljada pratilaca. Nalog se vodi više kao informativni servis o gradskim aktuelnostima i događajima u organizaciji Turističke organizacije Podgorice.

Cilj za 2022. godinu je da poboljšamo prisustvo na društvenim mrežama koje su definitivno postale jedno od najjačih sredstava promocije, komunikacije i informisanja, u periodu pandemije. Aktivnosti TOP biće usmjerene na povećanju vidljivosti i aktivnosti na relevantnim digitalnim kanalima, animiranje potencijalnih gostiju da istražuju sadržaje i u konačnom njihov dolazak u destinaciju.

Nastavljamo s ažuriranjem sadržaja na zvaničnom sajtu Turističke organizacije Podgorice www.podgorica.travel, o manifestacijama, festivalima, izložbama, predstavama i drugim gradskim dešavanjima i aktuelnostima, ali i novim fotografijama. Takođe, na interaktivnim panelima ažuriraće se informacije o uslugama, turističkim atrakcijama, tematskim turama, itinererima, resursima, servisnim informacijama i dr.

- **Promotivni materijal**

Imajući u vidu da značaj prezentovanja turističke ponude putem brošura i kataloga ne gubi na značaju i pored sve većeg uticaja onlajn kanala komunikacije, tokom 2021. godine Turistička organizacija Podgorice je uradila reprint postojećeg promotivnog materijala na crnogorskom i engleskom jeziku. Pored navedenog, urađena je nova foto arhiva, u cilju bolje promocije ljepota grada putem prezentacije fotografija. Izrađene su i brošure za tri kulturno – istorijske rute: Ljubavnom stazom do kulturnog identiteta Podgorice, Kulturnim stazama Podgorice do slavnog Meduna i Osvrt na prošlost stazama preko brda Gorice.

Početkom 2022. godine planirana je izrada novog logotipa Turističke organizacije Podgorice, što bi podrazumijevalo kompletnu izmjenu promotivnih kataloga i drugog štampanog, video materijala (mape, brošure, info table, video spot...).

Turistička organizacija Podgorice je u 2021. godini, na teritoriji opštine Budva i ispred aerodroma „Podgorica“ postavila bilborde s fotografijama najposjećenijih lokacija u gradu. Takođe, postavljen je city light „Umjetnički kvart“ kod JU Muzeji i galerije Podgorice, kao i info tabla na Sastavcima, a sve u cilju mapiranja najznačajnijih kulturnih lokacija u centru grada.

- **Rad info punktova**

Tokom cijele godine Turistička organizacija Podgorice ima organizovan rad na dva mjesta u centru grada, gdje se pored redovnih administrativnih poslova pružaju sve vrste turističkih, servisnih i drugih informacija posjetiocima. Pored navedenog, svakog radnog dana i subotom, radi se **prijava boravka turista**, po sistemu RB 90.

Usljed povećanog prometa tokom ljetnje turističke sezone, na najfrekventnijim lokacijama u gradu, Turistička organizacija Podgorice otvara dodatne info punktove (na autobuskoj-željezničkoj stanici, aerodromu „Podgorica“) a uz rad postojeća dva info punkta u centru grada, turisti mogu na više lokacija dobiti sve neophodne turističke, servisne i druge informacije.

- **PR i medijsko oglašavanje**

Period tokom 2021. godine koristili smo za promociju kako putem onlajn kanala komunikacije, tako i putem regionalnih i inostranih magazina, te ovaj vid promocije smatramo izuzetno značajnim i ubuduće ćemo ga unapređivati.

U prilog tome govori i činjenica da kontinuirano organizujemo studijske posjete i osmišljavamo programe za brojne novinare, urednike, dopisnike i istraživače sprecijalizovanih magazina i televizijskih kuća.

Imamo kontinuiranu saradnju sa kongresnim magazinom MTLG. Riječ je o specijalizovanom magazinu za promociju i praćenje kongresnih destinacija. Podgorica je za 2021. godinu, od strane Internacionalne Asocijacije za ocjenu kongresnih destinacija, na skali od 1 – 5 dobila ocjenu 3,89, što je svrstava u srednje razvijene kongresne destinacije – do 1.200 kongresa godišnje.

Podgorica je tokom 2021. godine promovisana na portalima ALEA, My guide Montenegro, u časopisu The National geography of Montenegro, internacionalnom magazinu Rhythms Monthly kao i u brojnim drugim domaćim i regionalnim časopisima.

Turistička organizacija Podgorice u 2022. godini planira nastavak promocije potencijala Glavnog grada Podgorice u inostranim onlajn i štampanim magazinima.

Kontinuirano ćemo raditi na promociji svih aktivnosti u domaćim štampanim i elektronskim medijima kroz intervju, saopštenja, izjave i gostovanja, a u cilju što bolje promocije određenih događaja i manifestacija u organizaciji TO Podgorice, uz animiranje lokalnih medija, Turistička organizacija Podgorice će dodatno angažovati i privatnu TV agenciju.

VIII PROBLEMI, NEDOSTACI I IZAZOVI

Suzbijanje sive ekonomije

Turistička organizacija Podgorice će i u 2022. godini nastaviti intenzivnu saradnju sa nadležnim gradskim službama u cilju suzbijanja sive ekonomije (nelegalni izdavaoci privatnog smještaja), kao i sa **Ministarstvom unutrašnjih poslova** – odsjek za strance, u cilju razmjene neophodnih informacija prilikom prijave boravka turista.

U saradnji sa **Sekretarijatom za podršku biznis zajednici**, u planu je pokretanje marketing kampanje u cilju legalizacije privatnog smještaja i predstavljanja jednostavnih procedura u tom pravcu.

Rok realizacije: II kvartal

Indikator: kreiranje jednostavnih procedura u cilju legalizacije privatnog smještaja

U 2021. godini Turistička organizacija Podgorice intenzivirala je saradnju sa **Upravom lokalnih javnih prihoda**, a u vezi sa evidencijom obveznika plaćanja članskog doprinosa i efikasnije naplate jednog od najznačajnijih prihoda Turističke organizacije.

IX FINANSIJSKI PLAN

Finansijski plan Turističke organizacije Glavnog grada Podgorica prati aktivnosti definisane Programom rada za 2022. godinu. Planirani prihodi se zasnivaju po osnovu boravišne takse (80% naplaćenog iznosa), članskog doprinosa (60% naplaćenog iznosa), donacija, sredstava iz budžeta Glavnog grada u skladu sa posebnim programima i drugih izvora.

Prilikom izrade Finansijskog plana analizirali su se ostvareni prihodi tokom jedanaest mjeseci 2021. godine, kao i rashodi po vrstama, po evidenciji knjigovodstva TO Podgorice.

U nastavku slijedi procjena prihoda i rashoda za 2022. godinu.

I PRIHODI

PRIHODI		Plan za 2022. godinu	Plan za 2021. godinu	Indeks	Struktura
1.	Budžetska sredstva (sredstva koja opredijeli opština)	30.000,00	30.000,00	100	5,57
2.	Projektovana sopstvena sredstva i drugi izvori prihoda	508.500,00	372.780,00	136	
2.1.	Prihodi od boravišne takse	237.000,00	200.400,00	118	44,01
2.2.	Prihodi od izletničke takse	/	/	/	/
2.3.	Prihodi od članskog doprinosa	214.000,00	119.880,00	179	39,74
2.4.	Prihodi od poslovanja	1.000,00	1.500,00	67	0,19
2.5.	Prihodi od donacija	20.000,00	23.000,00	87	3,71
2.6.	Sredstva EU IPA	34.850,00	28.000,00	124	6,47
2.7.	Prihodi po osnovu porodijskih odsustava	1.650,00	/	/	0,31
UKUPNI PRIHODI		538.500,00	402.780,00	134	100

II RASHODI

RASHODI		Plan za 2022 godinu(€)	Plan za 2021godinu (€)	Indeks
1.	Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca (1 lice na mandatu – direktor, 9 radnika na neodređeno vrijeme i 3 radnika na određeno vrijeme)	180.000,00	175.000,00	103
2.	Ostala lična primanja	12.000,00	30.000,00	40
2.1.	Ugovori o djelu (5-10)	10.000,00	30.000,00	33
2.2.	Pomoći, nagrade i usavršavanje zaposlenih	2.000,00	/	/
3.	Rashodi za materijal	11.800,00	8.100,00	146
3.1.	Rashodi za energiju	1.600,00	1.700,00	94
3.2.	Rashodi za gorivo	1.200,00	500,00	240
3.3.	Rashodi za održavanje prostorija (materijal za higijenu itd)	1.000,00	700,00	143
3.4.	Rashodi za kancelarijski materijal	2.000,00	2.000,00	100
3.5.	Rashodi za osnovna sredstva (tehnička i kancelarijska oprema, štandovi, uniforme...)	6.000,00	3.200,00	187
4.	Rashodi za usluge	73.450,00	46.080,00	159
4.1.	Službena putovanja (dnevnice, prevoz i smještaj)	45.000,00	20.000,00	225
4.2.	Usluge reprezentacije i poklona	3.500,00	2.500,00	140
4.3.	Rashodi za telefoniju	3.700,00	6.000,00	62
4.4.	Rashodi za poštanske usluge i DHL	100,00	/	/
4.5.	Troškovi komunalnih usluga i vode	250,00	500,00	50
4.6.	Troškovi godišnjeg parkinga za službeno vozilo	2.000,00	/	/
4.7.	Osiguranje zaposlenih	300,00	/	/
4.8.	Troškovi članstva u stranim asocijacijama	3.000,00	3.000,00	100
4.9.	Troškovi platnog prometa i bankarskih usluga u zemlji i inostranstvu	1.700,00	900	189
4.10.	Troškovi transportnih usluga (taxi, autobus...)	400,00	/	/
4.11.	Troškovi intelektualnih usluga fizičkih ili pravnih lica	1.500,00	6.380,00	24
4.12.	Advokatske usluge	3.500,00	5.000,00	70
4.13.	Troškovi održavanja sajta, RB90 sistema, mail-ova, interaktivnih panela...	6.500,00	/	/
4.14.	Troškovi održavnja osnovnih sredstava	2.000,00	1.800,00	111
5.	Rashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti	231.800,00	143.600,00	161
5.1.	Promotivne kampanje	52.000,00	43.000,00	121

5.1.1.	Marketinška kampanja (digitalno oglašavanje, mediji, bilbordi, društvene mreže, promo filmovi, rute...)	13.000,00	25.000,00	52
5.1.2.	Studijske posjete novinara i učešće u slične projekte	7.000,00	5.000,00	140
5.1.3.	Sajamski nastupi, press konferencije, roadshow sa NTO i LTO	25.000,00	10.000,00	250
5.1.4.	Info punktovi (2 info punkta)	7.000,00	3.000,00	233
5.2.	Štampanje propagandnog materijala (print i dizajn)	19.900,00	24.500,00	81
5.2.1.	Štampa kataloga, mapa, flajera, ruta...	15.000,00	20.000,00	75
5.2.2.	Štampa sa logom majica, kačketa, čaša...	4.900,00	4.500,00	109
5.3.	Organizacija manifestacija	97.000,00	35.000,00	277
5.3.1.	Manifestacije u organizaciji TO Podgorica	60.000,00	35.000,00	171
5.3.2.	Novogodišnji program	25.000,00	/	/
5.3.3.	Podrška drugim manifestacijama	10.000,00	/	/
5.3.4.	Sponzorstva drugih projekata na nivou Glavnog grada	2.000,00	/	/
5.4.	Razvoj turističkog proizvoda	62.900,00	23.980,00	262
5.4.1.	Projekti u turizmu 10% valorizacije kulturne baštine	23.700,00	11.990,00	167
5.4.2.	Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude 10%	23.700,00	11.990,00	167
5.4.3.	Brendiranje Glavnog grada (kontejneri, ormarici...)	4.500,00	/	/
5.4.4.	Razvoj drugih vrsta proizvoda	11.000,00	/	/
6	Ostali rashodi	27.500,00	17.120,00	160
6.1.	Apliciranje i učešće u projektima EU IPA	12.500,00	15.000,00	83
6.2.	Opštinski projekti	/	2.120,00	/
6.3.	Sponzorstva, donacije...	10.000,00	/	/
6.4.	Ostali nepredviđeni troškovi (materijalni i nematerijalni)	5.000,00	/	/
UKUPNI RASHODI		536.550,00	402.780,00	133

U Turističkoj organizaciji Podgorice angažovano je jedno lice na mandatu (direktor stručne službe), devet izvršilaca na neodređeno, tri izvršioca na određeno vrijeme i tri izvršioca na ugovor o djelu (javne nabavke, higijeničarka, referent za opšte poslove). Tokom sezone u zavisnosti od situacije i potrebe biće angažovani i dodatni izvršioci, kao i izvršioci koji će zadovoljiti potrebe funkcionisanja dva info punkta.

Rashodi za materijal u iznosu od 11.800,00 eura obuhvataju: rashode za energiju, rashode za gorivo, rashode za održavanje prostorija (materijal za higijenu itd.), rashode za kancelarijski materijal, rashode za osnovna sredstva (tehnička i kancelarijska oprema, štandovi, uniforme...)

Rashodi za usluge u iznosu od 73.450,00 eura obuhvataju: službena putovanja (dnevnicе, prevoz i smještaj), rashode za reprezentaciju i poklone, rashode za telefoniju, rashode za poštanske usluge i DHL, troškove komunalnih usluga i vode, troškove godišnjeg parkinga za službeno vozilo, osiguranje zaposlenih, troškove članstva u stranim asocijacijama, troškove platnog prometa, bankarskih usluga u zemlji i inostranstvu, troškove transportnih usluga, troškove intelektualnih usluga fizičkih i pravnih lica, advokatske usluge, troškove održavanja sajta, RB90 sistema, mail-ova, interaktivnih panela i troškove održavanja osnovnih sredstava.

RRashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti u iznosu od 231.800,00 eura obuhvataju:

- **promotivne kampanje** u iznosu 52.000,00 eura u koje spadaju: marketinška kampanja, studijske posjete novinara i učešće u slične projekte, sajamski nastupi, press konferencije, roadshow sa NTO i LTO, info punktovi;
- **štampanje propagandnog materijala** u iznosu 19.900,00 eura u koje spadaju: štampa kataloga, mapa, flajera, ruta, štampa sa logom majica, kačketa, čaša;
- **organizacije manifestacija** u iznosu 97.000,00 eura u koje spadaju: manifestacije u organizaciji TO Podgorica, novogodišnji program, podrška drugim manifestacijama, sponzorstva u drugim projektima na teritoriji Glavnog grada;
- **razvoj turističkog proizvoda** u iznosu 62.900,00 eura u koje spadaju: projekti u turizmu 10% valorizacije kulturne baštine, projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude 10%, brendiranje Glavnog grada (kontejneri, ormarici...), razvoj drugih vrsta proizvoda;

Ostali rashodi u iznosu 27.500,00 eura u obuhvataju: apliciranje i učešće u projektima EU IPA, sponzorstva, donacije i ostali nepredviđeni troškovi (materijalni i nematerijalni).

Shodno postavljenom Finansijskom planu Turistička organizacija Glavnog grada Podgorica planira ostvariti pozitivan poslovni rezultat u iznosu od 1.950,00 eura, koji će biti iskorišćen za finansiranje aktivnosti u prvim mjesecima 2023. godine, kada se ne ostvaraju značajni prihodi po osnovu izvora finansiranja. Prioritet će imati fiksni troškovi, razvoj proizvoda i promotivne aktivnosti. Manifestacije u organizaciji TO Podgorica i podrška drugim manifestacijama realizovaće se, i zavisice, prije svega od epidemiološke situacije, kao i od priliva sredstava.

Ukoliko dođe do većeg odstupanja od planskih veličina, kako na strani prihoda, tako i na strani rashoda, uradiće se rebalans Finansijskog plana.

Broj: 9/22

IZVRŠNI ODBOR