

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

**ПРОГРАМ РАДА СА ФИНАНСИЈСКИМ ПЛАНОМ
ЗА 2022. ГОДИНУ**

Београд, децембар 2021. године

САДРЖАЈ

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ
2. ОСНОВНИ ПОДАЦИ
 - 2.1. Основни подаци
 - 2.2. Оснивање
 - 2.3. Делатност
 - 2.4. Органи управљања и унутрашња организација
 - 2.5. Ресурси
3. ВИЗИЈА, МИСИЈА И СТРАТЕГИЈА
4. ПРОГРАМ РАДА
 - 4.1. Планиране активности у 2022. години
 - 4.2. Истраживање туристичког тржишта Србије
 - 4.3. Пројект брендирања туризма Србије
 - 4.4. Едукација у циљу опоравка туристичке привреде у пост ковид периоду
5. ПЛАНИРАНЕ ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ТРЖИШТИМА У 2022. ГОДИНИ
 - 5.1. Сајмови
 - 5.2. Издавачка делатност
 - 5.3. Студијске посете новинара, блогера и организатора путовања
 - 5.4. Оглашавање
 - 5.5. Продукција
 - 5.6. Сајт Туристичке организације Србије
 - 5.7. Ангажовање маркетиншких агенција
 - 5.8. Информисање и односи са јавношћу
 - 5.9. Оглашавање у иностранству
 - 5.10. Остале маркетиншке активности
6. АГЕНЦИЈЕ ЗА ОДНОСЕ С ЈАВНОШЋУ У ИНОСТРАНСТВУ
7. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА, СПРОВОЂЕЊЕ ЗАЈЕДНИЧКИХ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА У ЗЕМЉИ И ИНОСТРАНСТВУ
 - 7.1. Координација активности локалних туристичких организација
 - 7.2. Сарадња са органима, организацијама, јавним предузећима и удружењима на домаћем тржишту из области туризма, као и ван области туризма, а које имају утицај на укупну туристичку понуду
 - 7.3. Едукација
 - 7.4. Заједничке активности
 - 7.5. Координација активности ЕДЕН мреже Србије
8. КОНГРЕСНИ БИРО
 - 8.1. Резултати и прогнозе опоравка Конгресне индустрије
 - 8.2. Активности на домаћем тржишту
 - 8.3. Активности на међународном тржишту
 - 8.4. Подршка у процесу истицања кандидатура за организацију међународних скупова у Србији
 - 8.5. Чланство у међународним организацијама

9. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА
10. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ПОСЛОВАЊА
11. ПРЕНОС СРЕДСТАВА У НАРЕДНУ ГОДИНУ
12. НАБАВКА ОСНОВНИХ СРЕДСТАВА
13. ПОЛИТИКА ЦЕНА
14. ПРИХОДИ
15. РАСХОДИ

ПРИЛОЗИ:

- Пројекција Биланса успеха за 2022. годину
- Пројекција Биланса стања за 2022. годину

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

Основ за израду Програма рада представљају послови Туристичке организације Србије (у даљем тексту: ТОС), који су утврђени Законом о туризму („Службени гласник РС“, број 17/2019).

2. ОСНОВНИ ПОДАЦИ

2.1. ОСНОВНИ ПОДАЦИ ТОС ДАТИ СУ У ПРЕГЛЕДУ КОЈИ СЛЕДИ

ПУН НАЗИВ	ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ
АДРЕСА	Чика Љубина 8
СКРАЋЕНИ НАЗИВ	ТОС
ОПШТИНА	Стари град
МЕСТО И ПОШТАНСКИ БРОЈ	Београд 11000
МАТИЧНИ БРОЈ	17062867
ПИБ	101824761
ШИФРА ДЕЛАТНОСТИ	5811
БРОЈ РАЧУНА И НАЗИВ БАНКЕ	840-194723-93 Управа за трезор и 205-11989-11 Комерцијална банка
ОБВЕЗНИК У СИСТЕМУ ПДВ	ДА

2.2. ОСНИВАЊЕ

Законом о туризму из 1994. године основан је ТОС, као званични институционални носилац промоције туризма Републике Србије на домаћем и иностраном тржишту.

ТОС има статус правног лица, послује у складу са прописима којима се уређују јавне службе и уписан је у регистар код Привредног суда.

2.3. ДЕЛАТНОСТ

ТОС обавља послове промоције туризма, координације активности туристичких организација, привредних и других субјеката у туризму, на територији Републике Србије, као и друге послове из члана 34. Закона о туризму.

2.4. ОРГАНИ УПРАВЉАЊА И УНУТРАШЊА ОРГАНИЗАЦИЈА

Органи управљања, надзора и руковођења су:

- Управни одбор
- Надзорни одбор
- Директор

Управни одбор има пет чланова и врши следеће послове:

- доноси Статут ТОС,
- доноси Пословник о свом раду,
- усваја годишњи програм рада са финансијским планом,
- усваја годишњи извештај о пословању и завршни рачун,

- доноси одлуку о оснивању представништава у иностранству и информативних центара у земљи;
- доноси Правилник о раду;
- обавља и друге послове утврђене Законом и Статутом.

Надзорни одбор има три члана и врши следеће послове:

- надзор над пословањем,
- прегледа извештај о пословању и завршни рачун и утврђује да ли су сачињени у складу са прописима,
- доноси Пословник о свом раду,
- врши и друге послове у складу са Законом и Статутом.

Директор

- представља и заступа ТОС,
- организује и руководи радом ТОС-а,
- доноси Правилник о организацији и систематизацији послова,
- предлаже акте које доноси Управни одбор,
- извршава одлуке Управног одбора и предузима мере за њихово спровођење,
- стара се о законитости рада,
- одговара за коришћење и располагање имовином и
- врши друге послове утврђене Законом и Статутом.

Чланове Управног и Надзорног одбора и директора именује и разрешава Влада на предлог министарства.

Организациона структуру ТОС-а чине директор и 4 сектора:

- Директор;
- Сектор за стратешке послове;
Служба промоције туристичке понуде,
Служба развоја туристичке понуде,
Служба за маркетинг,
- Сектор за корпоративну подршку;
Служба финансија и рачуноводства,
Служба за послове јавних набавки, правне и кадровске послове,
- Сектор за интерну подршку;
Служба за организацију информативног центра и конференцијских сала,
Служба интерне логистике
- Сектор – Конгресни биро Србије;

2.5. РЕСУРСИ

2.5.1. Основна средства

Основна средства ТОС-а чине: компјутерска и телекомуникациона опрема, канцеларијски намештај, рекламни филмови и два путничка аутомобила.

2.5.2. Запослени

ТОС у своје ресурсе убраја и све запослене раднике.

2.5.3. Финансијска средства

У складу са чланом 32. Закона о туризму, средства за рад ТОС обезбеђују се из:

- прихода остварених обављањем делатности и из других сопствених прихода;
- средстава буџета Републике Србије;
- донација;
- других извора, у складу са Законом.

Средства из буџета за рад ТОС, у износу од 400 милиона динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2022. годину („Службени гласник РС“, број 110/2021), раздео 32 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, програм 1507 – уређење и развој у области туризма, функционална класификација 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама.

3. ВИЗИЈА, МИСИЈА И СТРАТЕГИЈА ОРГАНИЗАЦИЈЕ

Визија ТОС-а је да:

- Србија постане респектабилна и препознатљива туристичка дестинација;
- као промотивна организација, ефикасно и успешно обавља законом утврђене послове;
- увођењем нових промотивних алата и спровођењем креативних маркетиншких активности, послове промоције обавља на добробит земље.

Мисија ТОС-а је:

- јачање имиџа Србије као земље у целини и као туристичке дестинације;
- позиционирање Србије као туристичке дестинације на међународном тржишту; подршка остварењу основних циљева повећања туристичког промета и прихода од туризма.

Стратегија ТОС-а:

- организација и реализација туристичких промотивних активности у земљи и иностранству на креативан и иновативан начин;
- подршка развоју туристичких производа;
- реализација туристичке информативне делатности;
- локалним туристичким организацијама и туристичкој привреди у циљу јачања њиховог капацитета.

4. ПРОГРАМ РАДА

4.1. ПЛАНИРАНЕ АКТИВНОСТИ У 2022. ГОДИНИ

План рада ТОС-а, у делу који се односи на промоцију туристичке понуде за 2022.годину, биће под утицајем непознаница, неизвесних ситуација везаних за путовања, због праћења и поступања у складу са мерама, које ће се спроводити у датим тренуцима због пандемије вируса КОВИД-19. Имајући у виду све околности које могу утицати на туристичко пословање и промотивне активности у области туризма, како у позитивном тако и у негативном смислу, потребно је у 2022. години, омогућити максималну флексибилност и могућност брзог прилагођавања у оквиру планираних ставки и буџета.

Према истраживањима Светске туристичке организације, на крају 2021. године око 20% земаља је потпуно затворено за међународне туристе, док 98% држава има нека ограничења за међународне путнике. Ублажавање или укидање ограничења путовања кључно је за опоравак туризма. Тренд држава које инсистирају на ограничењима рачунају да ће им то помоћи да врате поверење у путовања и да заштите туристе и запослене у туризму. Скоро половина држава или 85 туристичких дестинација ублажило је мере за путовања вакцинисаним туристима. Охрабрује податак да расте потражња и поверење путника, а то је подстакла пре свега вакцинација. У Европи је ЕУ дигитални ковид сертификат помогао слободном кретању унутар њених граница.

Истраживања о понашању туриста након пандемије указују на то да ће много више туриста размишљати о одмору у својој земљи или у земљама региона. То представља прилику за даље повећање броја туриста из региона. Ово је такође усклађено и са Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије, који је узео у обзир и најновија кретања у области туризма.

Чак и након пандемије КОВИД-19, велика је вероватноћа да ће се сва циљна тржишта суочити са смањењем броја долазака и ноћења, а највећи пад у посећености очекује се код оних веома удаљених тржишта, као и код оних на која највише утичу ограничења везана за путовања, као што су непостојање директних авио веза или недовољно добра повезаност, ограничења везана за превентивне здравствене процедуре приликом уласка у земљу и повратка у земљу порекла, и слично.

У глобалном смислу, туристи ће, у 2022. години, много више путовати регионално ка ближим дестинацијама, које су лако доступне превозним средствима, као што су аутомобил, или аутобус, а мање ка далеким дестинацијама, авионом. Такође, с тим у вези, претпоставља се да ће се већина туриста одлучити за индивидуално организована путовања уместо групних, било да та путовања организују сами, или уз помоћ агенција (резервација смештаја и активности нпр.).

Пандемија утиче на забринутост туриста у вези са здрављем, хигијеном и безбедношћу, што је повећало интересовање за већ познатим дестинацијама у близини и за сертификацијом угоститељских објеката којима се туристима гарантује поштовање превентивних здравствених процедура.

Организатори путовања ће се окретати ка најпрофитабилнијим дестинацијама у 2022/23. години, што ће их натерати да се консолидују и фокусирају на већ познате дестинације, чиме се у великој мери ограничава увођење нових дестинација и туристичких производа.

КОВИД-19 је оставио изузетно негативне последице на индустрију крстарења, и не зна се колико ће она уопште бити одржива у будућности. Овом сектору ће вероватно бити

потребан веома дуг период да се опорави, што ће имати утицаја на међународне посетиоце у Подунављу.

Изузетно велики раст броја састанака на даљину и виртуелних догађаја створио је бројне изазове којима конгресни и пословни туризам мора да се прилагоди. У 2021. години су одложени или отказани многи велики догађаји који се поново планирају у будућности. Иако је тешко предвидети облик будуће индустрије манифестација, доћи ће до преусмеравања на мање догађаје са повећаном удаљеношћу међу посетиоцима, с мерама друштвеног дистанцирања у смислу физичког простора и повећаним опцијама за виртуелно присуство.

Имајући у виду стратешке правце дате у Стратегијском маркетинг плану туризма Републике Србије, а нарочито неке од наведених трендова, раније промотивне и маркетиншке активности и статистичке податке о ранијем и тренутним кретањима посетилаца са главних и најперспективнијих тржишта за туризам Србије, као и добру саобраћајну повезаност и директну авио повезаност, Служба за промоцију предлаже да се активности у 2022. години усмере ка следећим тржиштима:

- Домаће тржиште
- Регион - земље бивше СФРЈ
- Регион - остале земље у региону: Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка
- Турска
- Русија
- Украјина
- Пољска
- Земље западне Европе (Немачка, Италија, Француска, Аустрија, Швајцарска, Велика Британија)
- САД
- Кина

Од осталих тржишта предлажу се у мањем обиму активности у земљама Скандинавије, Бенелукса, Шпанији, УАЕ, Израелу) а у циљу одржавања континуитета присутности на овим тржиштима.

План промотивних активности ТОС-а за 2022. годину направљен је у складу са истраживањима ставова и понашања домаћих, односно иностраних туриста, која су спроведена током претходне, 2021. године. Главни циљ наведених истраживања био је добијање података о демографским и економским карактеристикама туриста, карактеристикама и мотивима њиховог одмора у Србији, и начину информисања о туризму Србије. Поред тога, анализирана су туристичка кретања на главним циљним тржиштима и утицај тих кретања на привлачење туриста са ових тржишта у Србију.

Резултати ових истраживања, као и њихова свеобухватна анализа пружили су детаљне информације за боље сагледавање тренутне ситуације на туристичком тржишту Србије и послужили као основ за планирање промотивних кампања ТОС-а на међународном туристичком тржишту. Такође, ове информације омогућавају локалним дестинацијама и комплетној туристичкој привреди да своју понуду и промотивне активности прилагоде потребама и жељама иностраних туриста, што ће у коначном резултату довести до раста њиховог броја и, у зависности од ситуације на светском туристичком тржишту, девизног прихода од туризма.

4.2. ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА СРБИЈЕ

Према подацима Републичког завода за статистику, у периоду јануар-новембар 2021. године у Републици Србији боравило је укупно 2.379.014 туриста, што је за 37 % више у односу на првих 11 месеци 2020. године), од чега је домаћих било 1.589.476 (22 % више у односу на исти период 2020.) или 67 % од укупног броја гостију, а иностраних 789.538 (+ 86 %), односно 33 % од укупног броја гостију. У посматраном периоду остварено је укупно 7.609.701 ноћења (што је за 28 % више у односу на исти период 2020. године), од чега су домаћи туристи остварили 5.394.232 ноћења (14 % више у односу на исти период 2020. године), што чини 71 % од укупног броја остварених ноћења, а иностранци 2.215.469 (+ 87 %) или 29 % од укупног броја остварених ноћења.

Мерено бројем остварених ноћења, домаћи гости су највише боравили у бањским местима (42 %), затим следе планинска места (28 %). Иностранци гости највише су боравили у Београду (49 %), затим следе „Остала туристичка места“ (19 %), итд.

Према подацима Народне банке Србије девизни прилив од туризма у првих 10 месеци 2021. године износио је 1,522 милијарди \$, односно 1,275 милијарди €, што је за 49 % више у поређењу са истим периодом 2020. године.

У доњој табели приказан је, по земљама, туристички промет у периоду јануар – новембар 2021. године, са тржишта са којих долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења страних туриста	% 2021/2020.
Босна и Херцеговина	203.115	+ 66 %
Турска	183.802	+ 80 %
Руска Федерација	155.672	+ 91 %
Црна Гора	141.932	+ 89 %
Индија	136.668	2)
Немачка	110.557	+ 104 %
Северна Македонија	105.893	+ 106 %
Кина	104.742	+ 90 %
Хрватска	70.866	+ 22 %
Румунија	69.263	- 6 %

Извор: Републички завод за статистику

2) Индекс је већи од 999.

Тек након добијања целокупних података за комплетну 2021. годину, односно крајем јануара 2022. године, добиће се комплетан увид у доласке и ноћења по месецима, и утврдити сезоналност, удео долазака и ноћења по тржиштима, девизни прилив и извршити поређење наше и светске годишње стопе међународног туристичког промета који је под снажним утицајем пандемије вируса КОВИД 19.

За првих 11 месеци 2021. године Србија је са растом од + 86 % броја иностраних туриста далеко изнад нивоа просечне светске стопе пада иностраних гостију која је у првих 9 месеци 2021. године износила – 20 %, док је у Европским земљама тај пад био - 8% (извор: „UNWTO World Tourism Barometer October 2021“-последњи расположиви подаци). Треба истаћи да је, и поред одличних резултата у 2021. години у поређењу са претходном, 2020.-ом годином, туристички промет (укупан број туриста) у Србији на 70 % укупног промета из рекордне и предпандемијске 2019. године.

Повећање обима и одговарајуће комбиновање промотивних активности које је ТОС, заједно са другим субјектима, спроводио на домаћем тржишту у претходној години, као и реализација подстицајних мера Министарства трговине, туризма и телекомуникација, допринеле су расту укупног туристичког промета током у 2021. години, коју је обележила наставак епидемије КОВИД-а 19.

План промотивних активности ТОС-а за 2022. годину направљен је у складу са истраживањима ставова и понашања домаћих, односно иностраних туриста, која су спроведена током претходне, 2021. године. Главни циљ наведених истраживања био је добијање података о демографским и економским карактеристикама туриста, карактеристикама и мотивима њиховог одмора у Србији, мотивима/разлозима за одмор у Србију и информацијама о туризму Србије. Поред тога, анализирана су туристичка кретања на главним циљним тржиштима и утицај тих кретања на привлачење туриста са ових тржишта у Србију.

Резултати ових истраживања, као и њихова свеобухватна анализа пружили су детаљне информације за боље сагледавање тренутне ситуације на туристичком тржишту Србије и послужили као основ за планирање промотивних кампања ТОС-а на домаћем, односно међународном туристичком тржишту. Такође, ове информације омогућавају локалним дестинацијама и комплетној туристичкој привреди да своју понуду и промотивне активности прилагоде потребама и жељама домаћих и иностраних туриста, што ће у коначном резултату довести до раста броја, пре свега домаћих туриста и, у зависности од ситуације на светском туристичком тржишту, девизног прихода од туризма.

Очекује се да ће очувању домаћег туристичког промета и ублажавању последица епидемије КОВИД 19 у 2022. години у значајној мери допринети акција поделе туристичких ваучера грађанима Републике Србије од стране Министарства трговине, туризма и телекомуникација.

4.3. ПРОЈЕКТ БРЕНДИРАЊА ТУРИЗМА СРБИЈЕ

У складу са Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије до 2025. године, који подразумева креирање јасно дефинисаног и успешно комуницираног туристичког бренда Србије као туристичке дестинације, и ребрендирање и репозиционирање Србије на домаћем и међународном тржишту, у 2021. години је започет пројекат брендирања, а његова пуна имплементација предвиђена је током 2022. године, по фазама.

4.4. ЕДУКАЦИЈА У ЦИЉУ ОПОРАВКА ТУРИСТИЧКЕ ПРИВРЕДЕ У ПОСТ КОВИД ПЕРИОДУ

Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије до 2025. године, предвиђа се едукација актера у туризму, ради подизања нивоа свести, знања и вештина у циљу имплементирања промотивних активности, као и маркетинга дестинације, које су креиране и базиране на туристичком доживљају, које се стављају у контекст опоравка туристичке привреде од кризе изазване пандемијом вируса КОВИД 19.

5. ПЛАНИРАНЕ ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ТРЖИШТИМА У 2022. ГОД.

5.1. САЈМОВИ

ТОС ће у 2022. години представити туризам Србије на сајмовима туризма у земљи и иностранству, уколико се они буду одржали због пандемије.

Сајмови у земљи на којима ТОС традиционално учествује су Београдски сајам туризма у склопу којег се одржава и сајам сувенира, сајам туризма у Новом Саду, Youth fair Нови Сад и сајам туризма и сеоског туризма у Крагујевцу.

Што се тиче сајмова туризма у иностранству, ТОС ће учествовати, непосредно, уколико ситуација у вези са пандемијом дозволи или путем on-line на следећим сајмовима: ITB Berlin, Сајам туризма Бања Лука- Република Српска, LEISURE Москва- Русија, WTM Лондон - Велика Британија и TT Warsaw -Пољска, као и на сајмовима конгресног туризма, а то су: CONVENTA Ljubljana, IMEX Frankfurt и IBTM Барселона.

5.2. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ

У складу са усвојеним Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије до 2025. године, окончан је пројекат брендирања и репозиционирања Србије, као туристичке дестинације и дефинисан нови визуелни идентитет свих промотивних штампаних материјала.

У том смислу, планирано је да постоји једна основна општа брошура, пет брошура које представљају стратешке производе тј. доживљаје и сигурно око тридесет мањих брошура које произилазе из ових пет основних производа.

Предвиђено је да се у 2022. години овај процес, у складу са Стратегијом, у сусрет Сајму туризма у Београду, отпочне издањем Опште брошуре Србије на српском језику у новом формату (200 x 265 мм).

Након тога, уследиће израда пет нових брошура, као пет нових стратешких производа, односно доживљаја, у формату 180x235мм, а у последњој фази предвиђа се око тридесет малих брошура формат 132x200мм, које произилазе из ових пет основних доживљаја, према интересовањима и развијености понуде сваког од њих.

У том смислу, 2022. годину, као прелазну, карактерисаће и паралелна штампа брошура, које су до сада биле у издавачком плану, до коначног ажурирања свих брошура у складу са планом ребрендинга.

Промотивне брошуре ТОС-а, које ће се ажурирати и репринтовати ће бити основа за израду нових, у складу са планом ребрендирања:

1. **Нова Општа брошура**-измењено и допуњено издање брошуре Бирај Србију у складу са новим визуелним идентитетом
2. **„Авантуре духа – културно наслеђе Србије“** (српски, енглески, француски, италијански) – репринт, (немачки, руски, шпански, словеначки, кинески)- ново издање..
3. **Serbia Highlights**, (енглески, француски, грчки, италијански, кинески, пољски, португалски, руски, турски)- измењено издање у новом формату
4. **Србија – живот у ритму срца**, (енглески, арапски, кинески, шпански, француски, немачки, хебрејски, италијански, јапански, турски);

5. **Дворски комплекс Србије – групне посете и обиласци**, прво двојезично (српско-енглеско) издање 2021. Године. Напомена – половина тиража за ову публикацију редовно се, приликом штампе сваког издања, уступа Краљевском двору.
 6. **Serbia Meeting Planner's Guide**, прво издање 2011. године, на енглеском језику
 7. **Пешачење и бициклизам-активан одмор у Србији** прво издање 2018- српски, немачки и енглески -репринт
 8. **Кампинг и караванинг**, у сарадњи са Кампинг асоцијацијом Србије – тројезично издање (српски, енглески, немачки) - репринт
 9. **Хотелски адресар** - двојезично издање (енглеско-немачки) - репринт
 10. **Билтен туристичка понуда за летњу сезону** – српски - репринт
 11. **Билтен туристичка понуда за зимску сезону** – српски - репринт
 12. **52 викенда у Србији** - српски, енглески, бугарски, немачки, мађарски, словеначки, руски – репринт, и грчки (нова брошура)
 13. **52 Укуса Србије**, репринт
 14. **Туристичка карта Србије** (српски, енглески, француски, немачки, италијански, руски, пољски, кинески, турски, шпански, грчки, јапански, персијски - репринт
 15. **Културно благо Србије** српски, енглески – репринт, немачки, италијански, руски, шпански, словеначки
 16. **Индустријско наслеђе** - српски
 17. **Османско наслеђе у Србији** - српски, турски, немачки, енглески
 18. **Карта манастира** - српски, енглески, руски, италијански, немачки, - репринт
 19. **Руско наслеђе у Србији** – српски, руски - репринт
 20. **Откријте Дунав у Србији** - атракције
 21. **Soulfood Srbija** – енглески, - репринт
 22. **Бањска и климатска места у Србији** - српски, руски и енглески - репринт
 23. **Здравствени туризам** - српски, руски, енглески - репринт
 24. **Каталог сеоских туристичких домаћинстава-српски**
 25. **Србија путеви вина**
 26. **„Јеврејско културно наслеђе“ у Србији** (српски, енглески, хебрејски)
- По угледу на сепарате брошуре „Културно благо Србије“, Османско и Руско културно наслеђе у Србији, процењено је да треба штампати и брошуру/сепарат „Јеврејско културно наслеђе“, због значајног броја израелских туриста у Србији.
27. **Постери Србије** - 10 мотива

Треба напоменути да наведене брошуре, које су биле у издавачком програму ТОС-а, представљају основ за стварање и писање нових брошура. У овом тренутку још нису дефинисани сви параметри, који би одредили динамику и обим садржајних измена тј. број нових редизајнираних брошура, па постојеће остају у плану до окончања процеса измена и допуна издања.

Такође се планира набавка стручне литературе која се односи на рад и пословање ТОС-а.

Дистрибуција промотивног штампаног материјала се одвија:

- преко инфо центара ТОС-а: на Аеродрому Београд, Трг Републике 5, Чика Љубина 8 и инфо центра на Авалском торњу
- на сајмовима, специјализованим манифестацијама
- директним слањем материјала на адресе у земљи и иностранству заинтересованим појединцима и организацијама,
- преко дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству
- на захтев државних органа и других заинтересованих организација и институција, за потребе међународних скупова и приликом посета страних делегације
- преко инфо центара локалних туристичких организација, организованим слањем два пута годишње пред летњу и зимску туристичку сезону већих одабраних количина промотивног материјала.

Такође, у дистрибуцији материјала, присутни су специјализовани флајери за промоцију ваучера, флајери добродошлице на граничним прелазима, за промоцију посебних догађаја у току кампања, израда постера, „rollup“, штампа графика на билбордима, који се налазе на граничним прелазима, позивница, визит карти и сл.

Брошуре се припремају и у дигиталном облику, прилагођеном за интернет странице ТОС-а и даљу промоцију и дистрибуцију на друштвеним мрежама. У 2022. години планира се и израда апликација које би тематски, али интерактивно, пратиле садржај брошуре.

Пре штампања постојећих брошура, а у циљу представљања актуелне туристичке понуде, текстови и друге информације се ажурирају, допуњују, а фотографије се по потреби мењају.

Планирана је израда савремене апликације са филтерима који олакшавају и усмеравају претрагу, којој претходи сређивање базе фотографија за екстерне кориснике и откуп фотографија, у складу са постигнутим резултатима, који ће јасно указивати на појмове, мотиве тј. места за које нема доступних фотографија.

5.2.1. Инфо центри и сувенирнице

У складу са новим визуелним идентитетом, који је део брендирања и репозиционирања Србије као туристичке дестинације, биће извршена примена истог на неопходне просторе инфо центара и сувенирница и других делова пословног простора, у непосредној комуникацији са посетиоцима.

Основна функција инфо центара у време трајања епидемије изазване вирусом ковид 19, доживљава одређене измене. И поред низа епидемиолошких ограничења и правила везаних за боравак одређеног броја особа у просторима, посете инфо центрима, мада у смањеном броју су и даље актуалне. Порасла је потреба за давањем информација телефонским путем, а смањен број посетилаца карактерише нешто дуже задржавање у посети инфо центрима.

Планира се дистрибуција брошура из издавачког програма ТОСа, у значајнијем тиражу, локалним туристичким организацијама, које имају инфо центре, које би на тај начин, биле доступне домаћим гостима, који посећују дестинације у Србији.

У сарадњи са Туристичком организацијом Новог Сада, предвиђено је присуство Туристичке организације Србије, кроз организоване инфо кутак ТОС-а, у инфо центру ТО Нови Сад и другим атрактивним просторима у 2022 години, током које је Нови Сад европска престоница културе.

Циљ је, наставак сарадње са удружењима која негују старе занате, као што су нпр. Етно мрежа (пустовање вуне, ткање, плетење, нецовање, златовез), Наше руке (опанчарски занат), Банатски мотиви (рад на стаклу). Мада препознати као значајан део туристичке понуде, увек су изнова интересантни, атрактивни и занимљиви туристима.

Такође, неопходно је стално ажурирати информације, у складу са новим подацима, који се односе на кризу изазвану КОВИД 19 и утицајем на туризам и безбедност путовања, уопште, на мере које су предузели хотели у Србији, бање, скијалишта и слично, које ће утицати на планирање и одлуке о путовањима.

Планира се организација Сајма сувенира на отвореном у септембру 2022.

На бази разговора са произвођачима сувенира, постоји заинтересованост за организоване студијске посете сајмовима сувенира, па ће се у складу са могућностима организовати посете сајмовима сувенира у Истамбулу, Солуну и Милану и истраже могућности које ови сајмови пружају.

5.3. СТУДИЈСКЕ ПОСЕТЕ НОВИНАРА, БЛОГЕРА И ОРГАНИЗАТОРА ПУТОВАЊА

5.3.1. Страни организатори путовања, новинари и блогери

У 2022. планирано је да се, у зависности од ситуације у вези са пандемијом и с тиме повезаном могућношћу путовања, организују студијске посете дестинацији за представнике медија из већине раније наведених приоритетних тржишта. У оквиру ових посета, предност ће имати ТВ екипе и блогери / инфлуенсери.

ТОС позива утицајне ТВ екипе и блогере са приоритетних тржишта у циљу креирања свести код потенцијалних потрошача – туриста, о Србији као пожељној и безбедној дестинацији, побољшања имиџа туризма Србије и обраћања широј јавности у земљама које су циљна односно приоритетна тржишта. ТОС организује ова путовања која имају за циљ објављивање репортажа и других писаних као и фото и видео садржаја о туризму Србије, позиционирања Србије као туристичке дестинације, подизање интересовања за путовање у Србију, информисања иностране јавности о могућностима за одмор у Србији и креирања тражње за туристичким производом Србије.

Оствареност ових циљева мериће се бројем и квалитетом медија на студијским путовањима, бројем објављених чланака и емитованих програма, проценом вредности објављених материјала, као и квалитативном анализом садржаја објављених чланака.

У циљу позиционирања Србије као туристичке дестинације, креирања тражње за туристичким производом Србије и уласка туристичког производа Србије у програме страних организатора путовања, ТОС ће са мањег броја тржишта организовати и студијска путовања за представнике организатора путовања. Ове посете ће се највероватније реализовати у другој половини године, а у одабиру представника иностране привреде који ће посетити Србију и у реализацији ових посета сарађиваће се, као и до сада, са привредом и авио компанијама.

Оствареност циљева мериће се бројем организатора путовања на студијским путовањима, бројем нових организатора путовања који имају Србију у програмима, бројем нових програма у понуди организатора путовања који већ продају Србију, као и укупном заступљеношћу Србије у програмима страних организатора путовања.

У 2022. години наставиће се пракса организовања студијских путовања за представнике медија. Новина коју ћемо од ове године увести јесу тематска путовања. То подразумева да се путовања осмишљавају и реализују према теми, а да се разрадом теме приказује дестинација. Неке од тема које би могле бити у фокусу овогодишњих студијских путовања су:

1. „Тура култура“ којом би се приказало културно лето у престоници културе, Нови Сад
2. „Тура авантура“ која би подразумевала адреналинску туру, кањонинг, кајак, Копаоник, Тара, (Сићевачка и Јелашничка клисура) и Пирот (кањон Јерме);
3. „Зелена тура“, еко одмор, бицикли, еко тротинети, Сирогојно, Златибор;
4. „Пет френдли“ тура, обилазак дестинација које су погодне за одмор са кућним љубимцем;
5. „Гастрономска тура“, Источна Србија;
6. „Путеви вина“, Вршац, Фрушка гора;

7. Спелео тура Источне Србије (Рајкова пећина, Равништарка, Церемошња, Злотска, Лазарева и Ресавска пећина);
8. „Благодети топле воде“ (Рибарска бања, Пролом бања, Луковска бања, Куршумлијска бања, Јошаничка бања);
9. Тврђаве на Дунаву;
10. „Пратећи легенде“, тура током које би новинари били упознати са легендама које се везују за одређену дестинацију, по којима се тај локалитет прочуо и које су идеалне за стори телинг. Дунав, Ђавоља варош;
11. Студијско путовање посвећено 130. годишњици рођења Иве Андрића (1892-1975) повезало би значајне локације у Београду (Спомен музеј Иве Андрића, Задужбину Иве Андрића) и Сокобањи (хотел „Моравица“ у којем је Апартаменту 144 враћен првобитни изглед какав је имао у време када га је користио Иво Андрић);
12. Студијско путовање које би у оквиру кампање „Одмор без препрека“ представило нову понуду институција културе (музеји, цркве и манастири...) прилагођену особама са инвалидитетом;
13. Студијска посета за представнике ТОСа, Туристичких организација регија, градова и општина Србије и медије културно-историјском наслеђу Косова и Метохије или УНЕСКО тематска рута (у сарадњи са Канцеларијом за Косово и Метохију, Општином Врачар и Удружењем „Србија за младе“), септембар;
14. „Продична тура“ - Туризам за породицу у себи спаја више туристичких производа Србије који су прилагођени интересовањима и деце и родитеља. Понуда туризма за породицу на једном месту повезује: понуду активног одмора усклађеног захтевима ове групе посетилаца; атрактивне начине забаве у аква парковима, дино парковима и авантура парковима; обиласке манастира или музеја са програмима намењеним деци за породице које желе своју децу да уведу у свет лепог, културе и историје.
Предлог туре: Мамут парк и Археолошки парк Виминацијум, Голубачка тврђава са причом о „змајевитим витезовима“, активни одмор на Сребрном језеру, возња бродичем по Дунаву на простору НП „Ђердап“;
15. „Тура за сениоре“ - Србија као туристичка дестинација нашим старијим суграђанима може да понуди бројне садржаје прилагођене њиховим потребама. Све чешће их виђамо и у туристичким обиласцима наше земље што потврђује и чињеница да су баш они најчешћи корисници мера Владе Републике Србије за подстицај унапређењу домаћег туризма кроз доделу ваучера. Промотивном туром за сениоре ТОС ће искористити прилику да скрене пажњу јавности на ову групу наших најстаријих суграђана и на чињеницу да за своја путовања у највећем броју управо бирају бање у Србији, односно разноврсне садржаје у бањама, затим рурални туризам, као и обилазак културно-историјског наслеђа наше земље.
Предлог туре: Бања Ковиљача, Етно село Сунчана река, Тршић, манастир Трноша;

У 2022. планирано је да се, у зависности од ситуације у вези са пандемијом и с тиме повезаном могућношћу путовања, организују студијске посете дестинацији за представнике медија из већине раније наведених приоритетних тржишта. У оквиру ових посета, предност ће имати ТВ екипе и блогери / инфлуенсери.

ТОС позива утицајне ТВ екипе и блогере са приоритетних тржишта у циљу креирања свести код потенцијалних потрошача – туриста, о Србији као пожељној и безбедној дестинацији, побољшања имиџа туризма Србије и обраћања широј јавности у земљама које су циљна односно приоритетна тржишта. ТОС организује ова путовања која имају за циљ објављивање репортажа и других писаних као и фото и видео садржаја о туризму Србије, позиционирања Србије као туристичке дестинације, подизање интересовања за путовање у Србију, информисања иностране јавности о могућностима за одмор у Србији и креирања тражње за туристичким производом Србије.

Оствареност ових циљева мериће се бројем и квалитетом медија на студијским путовањима, бројем објављених чланака и емитованих програма, проценом вредности објављених материјала, као и квалитативном анализом садржаја објављених чланака.

У циљу позиционирања Србије као туристичке дестинације, креирања тражње за туристичким производом Србије и уласка туристичког производа Србије у програме страних организатора путовања, ТОС ће са мањег броја тржишта организовати и студијска путовања за представнике организатора путовања. Ове посете ће се највероватније реализовати у другој половини године, а у одабиру представника иностране привреде који ће посетити Србију и у реализацији ових посета сарађиваће се, као и до сада, са привредом и авио компанијама.

Оствареност циљева мериће се бројем организатора путовања на студијским путовањима, бројем нових организатора путовања који имају Србију у програмима, бројем нових програма у понуди организатора путовања који већ продају Србију, као и укупном заступљеношћу Србије у програмима страних организатора путовања.

5.4. ОГЛАШАВАЊЕ

5.4.1. Дигитално оглашавање

- Оглашавање на интернет претраживачима Google и Youtube;

Ова врста оглашавања укључује дисплеј и видео оглашавање. Дисплеј оглашавање подразумева пласирање мултимедијалних огласа (банера) на интернет сајтовима који су део оглашивачке мреже интернет претраживача Google. Видео оглашавање подразумева пласирање филмова и спотова на платформи за видео садржај (Youtube). Обе врсте оглашавања подразумевају могућност допирања до десетина милиона корисника интернета који представљају неограничену базу за промоцију Србије као туристичке дестинације.

- Оглашавање на друштвеним мрежама (Facebook, Twitter, Instagram);

Ова врста оглашавања подразумева плаћене огласе и промовисање објава на друштвеним мрежама у циљу повећања видљивости садржаја којим се промовише Србија. Поред тога, ова врста оглашавања усмерена је на повећање броја пратилаца ТОС-ових налога. Оглашавање на друштвеним мрежама непрестано развија базу сталних пратилаца којима су путовања као и одређени туристички производи у врху интересовања. Осим тога, овај вид оглашавања подразумева боље позиционирање ТОС-ових налога у односу на остале националне туристичке организације чиме јача и позиција Србије као туристичке дестинације. Оглашавање на друштвеним мрежама пружа могућност да видљивост Србије у дигиталном простору константно расте и развија се.

5.4.2. Оглашавање у штампаним, електронским и online медијима

Ова врста оглашавања подразумева:

- Оглашавање у дневним листовима- штампана/ online издања;
- ТВ оглашавање;
- Радио оглашавање;
- Оглашавање у магацинима- штампана/ online издања;
- Outdoor оглашавање – спољни брендинг возила градског превоза

5.4.3. Оглашавање у специјализованим часописима за туризам, емисијама које се баве туристичким темама као и на туристичким порталима и специјализованим емисијама;

- Ова врста оглашавања подразумева пласирање огласних решења, ПР текстова као и радио и тв спотова којима се промовише туристичка понуда Србије и одвија се током читаве године, појачано током летње и зимске сезоне;

5.5. ПРОДУКЦИЈА

- Снимање спота за летњу сезону '23;
- Снимање спотова за летњу и зимску ТВ кампању 2022/23;
- Снимање спотова за летњу и зимску радио кампању 2022/23;
- Снимање видео материјала за потребе промоције новог визуелног идентитета и новог туристичког бренда Републике Србије
- Целогодишња кампања са домаћим инфлуенсерима на друштвеним мрежама ТОС-а
- Продукција огласних решења за дневне новине, магацине и специјализоване часописе;
- Продукција Google банера за циљана оглашавања на овом претраживачу;
- Продукција дигиталних огласа за друштвене мреже;
- Продукција телевизијских прилога
- Редовно креирање, ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних и видео), на профилима ТОС-а;
- Обнављање базе фотографија са дефинисаним темама;
Реализација медијских пројеката који промовишу туристичке дестинације и производе;
- ПР текстови;

5.6. САЈТ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ

- Месечно одржавање, хостинг подршка, администрација (неопходне измене) сајта ТОС-а (све језичке варијанте), администрација сервера итд;
- Прилагођавање брошура на сајту online стандардима;
- Креирање виртуелних тура (VR) ;
- Унапређивање функционалности, увођење нових сервиса и активација на интернет страници ТОС-а
- Даљи развој и унапређење сервиса- Newsletter
- Ажурирање и даље унапређење странице „Одмор без препрека“ посвећене путовању и смештају особа са инвалидитетом
- Редовно креирање, ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних и видео), као и ажурирање база података на страницама ТОС.

5.7. АНГАЖОВАЊЕ МАРКЕТИНШКИХ АГЕНЦИЈА

Активности које се односе на ангажовање маркетиншких и ПР агенција се односи на следеће активности:

- Ангажовање агенција за израду креативних решења и текстова за потребе промоције ТОС путем друштвених мрежа као и посредовање при медијском закупу (Facebook, Instagram, Google и Youtube);
- Ангажовање агенције за посредовање при медијском закупу на друштвеној мрежи Twitter;

- Ангажовање видео продукције за праћење активности ТОС, догађаја и активности у области туризма ради информисања јавности и медија;
- Ангажовање агенције за достављање пресклипинга;

5.8. ИНФОРМИСАЊЕ И ОДНОСИ СА ЈАВНОШЋУ

Када су у питању информисање и односи са јавношћу, ТОС ће своје активности усмерити на:

- Редовно извештавање јавности и медија о спроведеним активностима, одржавање конференција за домаће новинаре, пружање потребних информација медијима, организација студијских путовања...
- Студијска путовања за домаће новинаре – промоција туристичких производа и дестинација;
- Студијско путовање за домаће новинаре у оквиру Туристичког форума Србије;

5.9. ОГЛАШАВАЊЕ У ИНОСТРАНСТВУ

5.9.1 Дигитално оглашавање у иностранству

- Online оглашавање на порталима глобалних ТВ мрежа (BBC Global News, Euronews, Eurosport, Travel Channel и други); уз ТВ кампању, ова дигитална кампања је додата вредност у циљу што већег обухвата циљних група.
- Дигитална кампања на најпознатијим глобалним туристичким порталима (Trip Advisor, Culture Trip и други).
- Оглашавање на приоритетним тржиштима, на порталима туристичких водича и на једном броју портала усмерених ка специфичним тржиштима – дневне новине, магазини, специјализовани туристички портали и слично.
- Одржавање и даље јачање промоције на руском језику на друштвеној мрежи у Русији – В контакте (VK.com)
- Одржавање и даље јачање промоције на кинеском језику на друштвеним мрежама у Кини – Weibo, WeChat и други

5.9.2. Оглашавање у дневним новинама, часописима и магазинима у иностранству

На приоритетним тржиштима, у оквиру интегрисаних кампања, спровешће се и оглашавање у најчитанијим дневним новинама и специјализованим часописима и магазинима.

5.9.3. Амбијентално оглашавање у иностранству

На основу позитивних претходних искустава, за овај вид промоције предвиђене су кампање на билбордима, лед екранима и слично, у неким од бивших југословенских република и земљама региона. Билборд кампања спровешће се у сарадњи са туристичком привредом Србије.

5.9.4. Оглашавање на иностраним ТВ и радио станицама

- У 2022. години планира се оглашавање на BBC Global News, Euronews, Eurosport, Travel Channel и другим каналима, у форми кампање која ће се водити кроз емитовање спотова на ТВ и кроз одговарајуће промотивне активности на порталима и друштвеним медијима. Имајући у виду резултате постигнуте ранијих година,

очекивани резултати су даље значајно подизање свести о Србији као пожељној туристичкој дестинацији на приоритетним тржиштима и позиционирање Србије као дестинације за одмор код одабраних циљних група.

- Планирају се ТВ и радио кампање на тржиштима Русије и Турске, као и на другим тржиштима

5.10. ОСТАЛЕ МАРКЕТИНШКЕ АКТИВНОСТИ

Видео игра

У циљу што атрактивније промоције дестинација у земљи планира се реализација видео игре која би на модеран, визуелно допадљив начин, интерактивно, уз игру, представила туристичку понуду Србије. У зависности од средстава, игрица би могла да буде једноставна и тематска (повезивање дестинације и врсте јела, рецимо), или вишеслојна што би подразумевало савладавање препрека (препознавање станице са које се возом може доћи до задатог одредишта, одабир правога и најбржег превозног средства којим се стиже до одређене локације. Одговори на историјска питања која су у вези са неком дестинацијом, а омогућавају прелаз на следећи ниво. Нови изазов за авантуристе подразумевао би рецимо зип лајн са препрекама, фотографисање белоглавог супа, проналажење Панчићеве оморике....)

Претходни кораци. Одабир извођача и процена трошка.

Виртуелна инспекција дестинације кроз 360° виртуелне туре, јун-јул

Кроз јединствену платформу која се користи путем интернета и доступна је како преко мобилних смарт телефона, таблета, тако и рачунара. То је интерактивна презентација дестинације са 10-15 кључних тачака, која омогућава информацију, фотографију и анимацију.

Виртуелна тура „Прошетај се кроз национални парк „Тара“ и „Увац- из другачијег угла“ у сарадњи са ЛТО, август-септембар

Виртуелна тура кроз најатрактивније дестинације у 2021. и 2022.. - Тара, Увац). На располагању би имали и фотографије и кратке снимке за потребе друштвених мрежа.

„Пошаљи разгледницу“ - интерактивни тотем,

Слање електронске разгледнице са мотивима истакнутих туристичких дестинација и туристичких атракција.

Може да садржи и актуелну поштанску марку која се бира за текућу годину на предлог ТОСа и МТТТ, што је већ устаљена пракса.

5.10.1. Посебни догађаји и промоције у иностранству

Посебан вид промотивних активности у иностранству јесу промотивни догађаји, на којима се ТОС обраћа тачно одабраним ужим циљним групама, било да су у питању организатори путовања и туристичке агенције, медији или публика – потенцијални туристи.

У 2022. години планирано је организовање посебних догађаја на одабраним приоритетним тржиштима на којима ће се промовисати општа и специјализована туристичка понуда Србије. Тржишта су земље бивше СФРЈ, остале земље у региону, Русија, Немачка, Италија, Француска, Белгија, Велика Британија, Пољска, Турска и САД.

Планом је предвиђено и учешће и заједничким промотивним догађајима са националним авиопревозиоцем Air Serbia, и то на тржиштима Шведске, Белгије, Холандије и Шпаније.

5.10.2. Посебни догађаји и промоције у Србији

а) Промоција гатсрономског водича Го Мијо.

Средином априла овај познати гастрономски водич објавиће своје прво издање на српском и енглеском језику. Том приликом биће организован догађај на коме ће се представити критеријуми одабира, најуспешнији ресторани, кувари, угоститељи, као и производи и рецепти захваљујући којима су се нашли у овом престижном водичу.

б) Промоција летње туристичке сезоне

Средином маја, окупљањем представника медија, требало би најавити овогодишњу летњу кампању. Промоција ће бити у знаку новог брэнда, као и новог заштитног знака српског туризма „Србија, доживи!“. Догађај би требало организовати на отвореном простору, рецимо у Ботаничкој башти, како би се на природном светлу и у потпуно природном амбијенту представили кључни производи и активности које ћемо током лета реализовати:

- Промоција активног одмора
- Тематска студијска путовања
- Промоција гастрономије и вина
- Нови видови одмора, попут еко и „тихог туризма“
- Организација и реализација промотивне кампање „Србија. Доживи.“ у два града Србије – Нови Сад (јун) и Београд (јун) у сарадњи са туристичким организацијама регија, градова и општина Србије и привредним субјектима из области туризма, јун

в) „Београдски манифест“ у Београду, мај

г) **Изложба на тему “Културно наслеђе у промоцији туризма”**, Нови Сад (у оквиру Нови Сад-престоница културе, заједно са ТО Нови Сад), јул

д) **Викенд старих заната на отвореном**, Београд. Догађај би био реализован крајем јуна. Подразумевао би изложбу фотографија, али и приказ старих вештина и заната уживо. У складу са слоганом „туризам су људи, туризам је традиција“, биле би приказане неке заборављене, а неке вештине које се и данас примењују и привлаче пажњу туриста. Овај догађај могао би се реализовати у сарадњи са „Етно мрежом“.

ђ) Дани туризма у Нишу, септембар

е) 11. Туристички форум 2022. године

На основу добрих искустава из 2021. године, доброг одзива и реакције колега, одлучено је да се Туристички форум и убудуће одржава 27. септембра на Светски дан туризма. То је прилика да се резимира туристичка година, да се направе планови у складу са темом и препорукама Светске туристичке организације, као и да се организују радионице и предавања на актуелне теме.

Место одржаванја Туристичког Форума: Нови Пазар/Новопазарска бања???

Теме:

1. Презентација до сада постигнутих ефеката ребрендинга
2. Туризам и култура, „Story telling“ – презентација која оставља трајан доживљај
3. „Нови трендови у туризму у пост ковид периоду“
4. Еко туризам као тренд који препознају и добро плаћају европски туристи. Понуда и садржаји дестинација у Србији

5. Гастрономија, локални специјалитети и аутохтони рецепти као мотор туристичког развоја

ж) Туристички цвет 2022. године

Награду „Туристички цвет“, као највише признање у туризму Србије, Туристичка организација Србије додељује сваке године, за значајна остварења у подизању квалитета туристичких услуга, као и допринос развоју, унапређењу и промоцији туризма.

Месец реализације:

Расписивање конкурса: септембар

Раг жирија: новембар

Догела признања: децембар

6. АГЕНЦИЈЕ ЗА ОДНОСЕ С ЈАВНОШЋУ У ИНОСТРАНСТВУ

ТОС од свог оснивања на одабраним приоритетним тржиштима ангажује иностране ПР агенције као представнике који у складу са обимом планираних активности врше следеће послове:

1. Достављају анализе – информације о трендовима на тржишту;
2. Врше истраживање и одабир учесника студијских путовања за иностране организаторе путовања, новинаре и блогере, као и праћење ефеката студисјких путовања;
3. Организују конференције за новинаре и посебне презентације;
4. Информишу јавност путем медија о туристичкој понуди Србије (писање и слање медијских саопштења, интервјуа, електронских вести и едиторијала);
5. Пружају одговарајућу стручну помоћ и подршку медијима при објављивању чланака о Србији (информације, фотографије);
6. Дају подршку ТОС-у у вези са интернет оглашавањем и активностима на друштвеним мрежама;
7. Организују и реализују састанке са организаторима путовања, као и интервјуе за медије приликом наступа на сајмовима;
8. Одговарају на упите привреде и потенцијалних туриста са тржишта;
9. Реализују продајне мисије - проналажења организатора путовања заинтересованих за програме одмора у Србији, којима се организују појединачне презентације туристичке понуде Србије, те се на тај начин врши привлачење нових организатора путовања;
10. Праћења ефеката реализованих промотивних активности.

Агенције за односе с јавношћу, као један од важнијих ослонаца ТОС-а у креирању имица Србије као туристичке дестинације и успостављању сарадње са иностраним медијима и организаторима путовања, у 2022. години биће ангазоване по пројектима на следећим тржиштима: земље бивше СФРЈ, земље региона, Русија, Кина, Немачка, Швајцарска и Аустрија, Француска, Италија, Велика Британија, Пољска, Турска и САД.

7. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА, СПРОВОЂЕЊЕ ЗАЈЕДНИЧКИХ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА У ЗЕМЉИ И У ИНОСТРАНСТВУ

7.1. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА СЕ ОДНОСИ НА:

- обезбеђивање информација о новим садржајима, новим смештајним капацитетима, попуњеност капацитета...
- прекогранична сарадња, институционална подршка у аплицирању за пројекте;
- у изради нових брошура и видео материјала
- у изради планова и програма рада
- приликом примене законских прописа и др. аката
- приликом пружања подршке у поступку проглашења туристичког простора
- одржавање едукативних радионица за представнике сеоских туристичких домаћинстава у циљу промоције тог вида туризма, као и гастрономије као једног од доминантних туристичких производа у 2022. години
- едукација у области унапређења промоције туристичког производа на тему нових тржишта

7.1.1 УЧЕШЋЕ У ПРОЈЕКТУ ДИГИТАЛИЗАЦИЈА ТУРИЗМА СРБИЈЕ

Носилац пројекта - Дигитализација туризма Србије је Министарство трговине, туризма и телекомуникација. ТОС ће делегирати тим који ће узети учешће у реализацији пројекта – Дигитализација туризма Србије, тако што ће учествовати у организацији посета и повезивању учесника пројекта

У циљу упознавања представника ТОС-а са понудом мање развијених дестинација, организоваће се низ студијских путовања у периоду од марта до јуна 2022. године, а у зависности од удаљености дестинација у трајању од један, два и три дана.

7.2. САРАДЊА СА ОРГАНИМА, ОРГАНИЗАЦИЈАМА, ЈАВНИМ ПРЕДУЗЕЋИМА И УДРУЖЕЊИМА НА ДОМАЋЕМ ТРЖИШТУ ИЗ ОБЛАСТИ ТУРИЗМА, КАО И ВАН ОБЛАСТИ ТУРИЗМА, А КОЈЕ ИМАЈУ УТИЦАЈ НА УКУПНУ ТУРИСТИЧКУ ПОНУДУ.

Сарадња обухвата активности на реализацији законске регулативе, израде стратешких докумената, сарадња са амбасадама приликом наступа на сајмовима и презентацијама у иностранству, сарадња на развоју спортског и омладинског туризма, на развоју производа културни туризам, здравствени туризам, верски туризам, сарадња у промоцији планинских центара, сарадња у области промоције манифестација изворног народног стваралаштва, на промоцији хотелске понуде Србије, сарадња на промоцији бањског туризма и авантуристичког туризма, континуирана сарадња са средствима јавног информисања у области информисања и промоције и друге активности везане за област туризма и промоције туристичке понуде Србије.

У циљу развоја и промоције нове кампање која ће бити повећана особама са инвалидитетом, неопходно је унапређење сарадње са институцијом Повереника за равноправност, као и удружењима особа са инвалидитетом. За унапређење ове услуге биће корисна искуства параолимпијца и осталих спортиста са инвалидитетом, тако да ће током 2022. године бити унапређена сарадња ТОС-а и институција које заступају интересе спортиста са инвалидитетом.

- **Учешће у раду Регионалног савета за сарадњу (РЦЦ):**

У периоду од 2021-2024 РСС ће се бавити амбициозним акционим планом за имплементацију агенде заједничког регионалног тржишта (ЗРТ) 2021-2024, са циљем продубљивања регионалне економске интеграције и приближавање региона јединственом тржишту ЕУ. Ослањајући се на напоре ЕУ за опоравак и надограђујући се на приступ четири

слободе ЕУ, ЦРМ циља на кључне области: а) Регионална трговинска област: Слободно кретање роба, услуга, капитала и људи; б) Регионална инвестициона област; в) Регионално дигитално подручје; и г) Регионална индустријска и иновацијска област. Заједничко регионално тржиште се фокусира на развој регионалног иновацијског и индустријског подручја, уводећи одрживи туризам као једну од приоритетних области за развој индустрије Западног Балкана.

Учешће у раду Регионалног савета за сарадњу подразумева учешће на састанцима и активностима које ће организовати РСЦ;

- Пут културе Трансроманика:

Учешће у раду Асоцијације Трансроманика:

Учешће на Генералној скупштини Асоцијације Трансроманика у септембру 2022. године; Припрема промотивних материјала (штампаних и за онлине објаве) у сарадњи са Асоцијацијом;

Сарадња са ЛТО Краљева, Рашке и Новог Пазара на тему промоције пута културе Трансроманика на тим дестинацијама;

Чланство у АТТА (Adventure travel trade association) водећој светској асоцијацији везаној за авантуристички и еко туризам, која је и партнер Светске туристичке организације везано за ову тему.

Сарадња са институцијама

Сарадња са институцијама културе, музејима, црквама и манастирима у Србији и промоција њихових активности. Укључивање програма институција културе у организацију студијских путовања за представнике медија и организаторе путовања у ТОС-у.

Сарадња са Министарством културе и информисања и Заводом за проучавање културног развоја на тему промоције културно – историјског наслеђа Србије, промоције и развоја путева културе Савета Европе у Србији, као и промоције генерално културно-историјског наслеђа Србије;

Сарадња са Тврђавом Голубачки град, учешће у раду Скупштине Тврђаве Голубачки град;

Сарадња са Фондацијом Нови Сад 2022: припрема промотивних текстова и објава, укључивање промоције Европске престонице културе за 2022. годину у кампање ТОС-а, припрема промоције у публикацијама ТОС-а;

Подршка догађајима везаним за авантуризам и спортске догађаје

Подршка би била намењена организаторима активности у природи и спортским савезима (Одбојкашки савез Србије, Бициклички савез, Скајранинг Србија...) који организују догађаје, а које могу бити медијски испраћени и где би ТОС имао корист од подизања видљивости овог сегмента туристичке понуде. Сама подршка би била начелна или финансијска.

7.2.1 ЗАЈЕДНИЧКЕ АКТИВНОСТИ СА НАЦИОНАЛИНИМ АВИО-ПРЕВОЗНИКОМ AIR SERBIA

Заједничке активности са националним аутопревозником Air Serbia ће се реализовати кроз заједничке пројекте промоције Србије као туристичке дестинације на иностраним тржиштима са којима смо повезани директним летовима, као и на иностраним тржиштима ка којима се планирају нови летови.

Планирано је организовање заједничких промотивних догађаја, као и организовање студијских посета за представнике медија и организатора путовања, као и праћење, заједничка продукција и дељење садржаја путем друштвених мрежа.

7.3. ЕДУКАЦИЈА

Едукација као важан вид унапређења квалитета туристичке понуде планирана је и током 2022. године и то за представнике локалних туристичких организација, представнике туристичке привреде – хотели, туристичке агенције, водичи, институције културе и др.

7.4. ЗАЈЕДНИЧКЕ АКТИВНОСТИ У ИНОСТРАНСТВУ

У циљу поспешивања продаје туристичких аранжмана иностраних организатора путовања, реализоваће се заједничке огласне кампање на циљним тржиштима, и то са авио компанијама и иностраним организаторима путовања, који у својим програмима имају понуду одмора за Србију;

ТОС планира да се укључи у организацију и реализацију оних програма чији су носиоци други субјекти, пре свега авио компаније, а у којима учествују најрелеватнији инострани организатори путовања.

7.5. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЕДЕН МРЕЖЕ СРБИЈЕ

7.5.1. Пројекат ЕДЕН

Као резултат тематских националних конкурса у оквиру пројекта ЕДЕН – Изузетне дестинације Европе (EDEN – European Destinations of Excellence), спровођеног под окриљем Европске комисије почевши од 2014. године, оформљена је ЕДЕН мрежа Србије која окупља победничке и пратеће дестинације из четири национална конкурса одржана 2014. (Књажевац, Ковачица, Топола, Нова Варош и Пријепоље, Кучево), 2015. (Пирот, Сјеница, Лесковац), 2017. (Нови Пазар, Сремска Митровица и Зајечар) и 2019. (Куршумлија, Пећинци, Крушевац). ЕДЕН мрежа Србије служи као тематска платформа за међусобну сарадњу и едукацију изабраних дестинација, координирана од стране пројектног тима у ТОС. Циљ је обезбеђивање континуитета у оснаживању изабраних дестинација за даљи развој и промоцију њихових туристичких знаменитости, кроз међусобну сарадњу и координацију од стране пројектног тима у ТОС. У том смислу, планиране су следеће заједничке активности, чије трошкове би сносили заједно ТОС и ЛТО дестинација.

7.5.2. Састанци ЕДЕН мреже Србије

У плану је одржавање два састанка. Први радни састанак са представницима локалних туристичких организација (ЛТО) свих ЕДЕН изабраних дестинација у Србији планиран је током Међународног сајма туризма у Београду, 24–27. фебруара 2022. Други састанак биће одржан на некој од изабраних дестинација у Србији, чији домаћин ће бити утврђен накнадно, а предност у организацији имаће победничке дестинације. Цео догађај треба да омогући релевантну едукацију и представљање добрих примера из праксе на дестинацији. Предвиђени учесници су по један представник сваке ЛТО, односно ЕДЕН дестинације, руководилац пројекта и менаџер(и) за туристички производ на који ће се односити едукативни део. Трошкове сноси ТОС и ЛТО.

7.5.3. Студијско путовање за дестинације изабране на конкурсима 2017. и 2019. године

За изабране дестинације на конкурсима из 2017. године (тема „Културни туризам“) и 2019. године (тема „Здравствени и велнес туризам“) биће организовано студијско путовање на неку од регионалних победничких дестинација на исту тему, са циљем упознавања са примерима добре праксе и остваривања контаката ради могуће тематске сарадње у туризму и заједничке пријаве на међународне пројекте из области туризма. Учесници ће бити по један представник ЛТО, руководилац пројекта и менаџер производа за тему конкурса. Трошкове носе ТОС и ЛТО.

7.5.4. Посета изабраних дестинација у Србији

У циљу одржавања сталне комуникације, праћења развоја и упознавања са новостима на дестинацијама, планиран је обилазак свих ЕДЕН изабраних дестинација у Србији од стране руководиоца пројекта и/или досадашњих чланова пројектног тима и менаџера за поједине туристичке производе. Трошкове сноси ТОС.

7.5.5. Израда странице о ЕДЕН мрежи Србије и програму ЕДЕН на интернет презентацији ТОС

Ради бољег информисања и промоције у јавности ЕДЕН дестинација и самог програма, у оквиру секције „Истражи Србију“ на сајту www.srbija.travel, на српској и енглеској верзији, биће наведене информације о самом програму, уз краће податке и приказ ЕДЕН дестинација у Србији, са линковима који воде ка интернет презентацијама њихових ЛТО. Материјал ће припремити руководилац пројекта и чланови пројектног тима. Трошкови су у оквиру редовног одржавања интернет презентација.

8. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ (КБС)

План рада Конгресног бироа Србије конципиран је у складу са резултатима и прогнозама основних макроекономских показатеља на међународном и домаћем тржишту, затим на основу резултата туристичких токова из области пословног туризма и предвиђања релевантних међународних организација и удружења, као и интерним специфичностима сектора конгресног бироа у погледу расположивих ресурса.

За потребе израде плана коришћена су следећа документа и интерне анализе:

- Резултати утицаја пандемије Ковид-19 на европски конгресни сектор (*Tourism Economics, McKinsey* и Стратегијска алијанса националних конгресних бироа Европе)
- Улога и сврха Конгресних бироа у будућности до 2030 (Стратегијска алијанса националних конгресних бироа Европе)
- Извештај WTTC за крај 2021. године о трендовима у настајању на туристичком тржишту
- Интерна анализа конкурентности дестинација према ICCA (2010-2019. године)
- Резултати платног биланса по основу пословног туризма Народне банке Србије (2007-2021. године)
- Резултати туристичког промета Р. Србије од (2011-2021. године)
- Интерна анализа утицаја Ковид-19 пандемије према методологији ICCA на Р. Србију и на конкурентска тржишта
- Командна табла (енг. *Dashboard*) UNWTO и резултати о запослености, туристичком промету и мерама за опоравак од Ковид-19 вируса
- Глобални преглед индустрије од стране STR Global
- Закључци са 24. генералне скупштине Светске туристичке организације 2021. године

8.1. РЕЗУЛТАТИ И ПРОГНОЗЕ ОПОРАВКА КОНГРЕСНЕ ИНДУСТРИЈЕ

Једна од кључних чињеница у вези припреме и реализације овог плана, као и ослањања на резултате релевантних међународних и домаћих организација јесте несигурност и неизвесност по многим питањима, пре свега у погледу даљег решавања и управљања пандемијом вируса Ковид-19. У својој процени опоравка конгресне индустрије, Стратегијска алијанса националних конгресних бироа (САНКБ) и консултантска кућа *McKinsey* као и часопис *Tourism Economics* као кључне детерминанте динамике опоравка виде:

1. Снабдевање и дистрибуцију вакцина против вируса Ковид-19
2. Тренутак уклањања свих ограничења у кретању и путовањима
3. Будуће понашање учесника догађаја

Гледајућу у односу на укупну потрошњу на конгресима и другим догађајима, према централној пројекцији Стратегијске алијансе националних конгресних бироа и часописа *Tourism Economics* очекивани повратак на ниво потрошње пре кризе је тек између 2025-2026. године (Графикон 1).



Графикон 1 - Пројекција повратка на ниво потрошње пре Ковид-19 - извор: *Tourism Economics* и САНКБ

Поред централне пројекције, на снази су и две алтернативне пројекције у односу на динамику опоравка. Према оптимистичном сценарију, агрегатни ниво потрошње могао би да се врати на ниво из 2019. године већ 2023. године, док би према песимистичнијем сценарију повратак на ниво пре кризе могао да уследи тек крајем 2027. године. Ово су велике варијације у пројекцијама које заправо указују на обим неизвесности која је пред нама. Кључна детерминанта јесте глобално управљање кризом, пре свега здравственом а потом и економском.

Оно што је једнако важно, јесте и структура, тачније, тип догађаја који ће се свој опоравак бележити другачијом динамиком. Очекивано, најпре се очекује опоравак састанака неопходних за редовно пословање компанија, док ће веће конференције и конгреси свој опоравак доживети последње, након мањих корпоративних догађаја и интерних састанака.

РАНИЈИ ОПОРАВАК
уживо



Есенцијални састанци



Мањи корпоративни
догађаји и интерни
састанци



Конференције и конгреси

КАСНИЈИ ОПОРАВАК

Поред опоравка броја догађаја, за комплетну индустрију врло је важна динамика опоравка потпуне партиципације учесника. За разлику од самих догађаја, чији обим опоравка се очекује већ крајем 2022. године, очекивани број учесника ће бити смањен све до 2025. године (графикони 2 и 3).



Графикон 2-централна пројекција опоравка броја догађаја, извор САНКБ и Tourism Economics



Графикон 3- Централна пројекција опоравка броја учесника на догађајима, извор:САНКБ и Tourism Economics

Пред конгресном индустријом предстоји дужи изазовни период санирања последица пандемије. Конгресни бирои су и пре избијања пандемије доживљавали својеврсну кризу у контексту функције и улоге које имају. Посебан извештај САНКБ истиче 4 нове кључне улоге у које би конгресни бирои требало да инвестирају своје напоре. То су:

- Улога стратега
- Улога фасилитатора
- Улога експерта и
- Улога комуникатора

Оно што обједињује све четири улоге јесте један нови, аналитички приступ којим би конгресни бирои требало да се воде и да предлагањем стратегија, стварањем коалиција са ширим стејкхолдерима на тржишту и ширења знања заправо спроводи једну улогу компетентног тела које својим ресурсима може пружити адекватну консултантску потпору за стварање веће вредности на тржишту.

Овај план, између осталог, зато је и креиран на овај начин. Са широким сетом информација, релевантних за учеснике на тржишту и стратегијом која одговара на резултате и пројекције развоја индустрије.

Конгресни туризам или пословни туризам према методологији Народне банке Србије (НБС), бележи континуирани негативни платни биланс у последњој деценији. Заправо, према методологији НБС (која користи важећу методологију Међународног монетарног фонда (ММФ) овај вид туризма један је од ретких видова који имају негативан биланс, и значајан узрочник укупног негативног биланса који имамо последњих 14. година до када су јавно доступни подаци на сајту НБС.

Па ипак, постоје земље са којима имамо позитивну размену по основу пословног туризма. Између осталог, ово је један од важних критеријума дефинисања циљних тржишних сегмената у односу на које треба конципирати активности. У наставку се налазе резултати билансне размене по основу туризма са појединачним тржиштима у периоду од 2007. па све до првих 9 месеци 2021. године. Табела 1 приказује првих 10 земаља по основу укупно извоза за туристичке услуге и првих 10 земаља са којима имамо позитиван биланс размене.

Табела 1 - Резултати платног биланса 2007-2021 по основу туризма (топ 10 земаља)

ПРВИХ 10 ЗЕМАЉА ПО РАЗЛИЦИ У ПЛАТНОМ БИЛАНСУ ПО ОСНОВУ ТУРИЗМА	ИЗНОС У 000 ЕУР	ПРВИХ 10 ЗЕМАЉА ПО НИВОУ ПРИЛИВА У ПЛАТНОМ БИЛАНСУ ПО ОСНОВУ ТУРИЗМА	ИЗНОС У 000 ЕУР
Босна и Херцеговина	1707	Босна и Херцеговина	1979
Велика Британија	454	Црна Гора	1092
Словенија	428	Немачка	965
САД	401	Словенија	816
Република Северна Македонија	396	Велика Британија	732
Швајцарска	356	САД	659
Израел	251	Хрватска	616
Црна Гора	222	Швајцарска	613
Хрватска	144	Република Северна Македонија	555
Румунија	116	Аустрија	467

Од 10 земаља 7 се налази на обе листе. Оно што је упечатљиво, посебно у односу на податке о туристичком промету јесте висок ниво размене који остварујемо са земљама које бележе нижи туристички промет као што су САД, Велика Британија и Швајцарска и нижи ниво размене са земљама са којима остварујемо већи промет као што су НР Кина, Турска, Грчка. Ово заправо указује на чињеницу у значајној разлици у просечној потрошњи између ових тржишта.

Утицај Ковид-19 на структуру платног биланса по основу туризма био је значајан, па је тако у првих 10 месеци Руска Федерација која у последњих 14 година није у првих 12 тржишта завршила на 2. месту одмах иза Босне и Херцеговине.

Нажалост, недостаје истраживање Конгресног бироа Србије о последицама које је пандемија Ковид-19 изазвала током 2020. године, док је истраживање планирано за преглед утицаја у 2021. години још увек у изради. Из тог разлога, јасно је уочљив недостатак прецизнијих података за конкретне планове активности. Јасно је да ће у наредном периоду доминирати смањен обим путовања са дужим просечним периодом боравка унутар тржишта и земља или у суседним земљама (UNWTO и WTTC). Ипак, неопходно је предузимати конкретне кораке и наставити изградњу односа и са далеким тржиштима која су идентификована међу приоритетним, како би оног тренутка када дође до потпуног укидања рестрикција у путовањима промет могао несметано да се настави.

Имајући у виду приказ основних резултата о трендовима у наставку се налази план рада Конгресног бироа Србије за 2022. годину. План је конципиран у односу на тржишта (домаће и инострано) а затим и у односу на активности усмерене ка стејкхолдерима.

8.2. АКТИВНОСТИ НА ДОМАЋЕМ ТРЖИШТУ

8.2.1. Догађаји

Имајући у виду неопходност заузимања улоге фасилитатора у 2022. години Конгресни биро Србије планира редовно одржавање 2 радна састанка конгресне индустрије у марту и септембру месецу. Ови радни састанци треба да послуже размени знања и искуства учесника на тржишту, као и да олакшају размену информација. Ови догађаји послужиће за едукацију учесника на тржишту о очекиваним променама и тенденцијама, размену знања између учесника на тржишту и усклађивање стратегија за наступе на великим светским берзама.

Поред радних састанака, у улози стратега и фасилитатора Конгресни биро Туристичке организације Србије, настојаће да иницира формирање Форума професионалних асоцијација Србије (ФПА) одржавањем првог таквог форума у септембру месецу. Овај форум треба да олакша размену знања у управљању и вођењу струковних асоцијација, а посебно у погледу финансирања од одржавања скупова и значаја позиционирања локалних асоцијација у међународним телима.

Конгресни биро планира да настави програм конгресних амбасадора и у контексту ове тачке плана, у децембру месецу планира одржавање редовне свечаности посвећене конгресним амбасадорима Србије.

Као једну од најважнијих иницијатива у 2022. КБС планира припрему догађаја „European MICE Convention 2023 (EMC)“. У питању је догађај који није постојао до сада, а који се може упоредити са мањим бутик догађајима у разним градовима Европе и света. Један од најбољих начина за промоцију МИЦЕ дестинације јесте централни догађај учесника из индустрије који се одржава на том тржишту. Србија до сада није имала догађај тог типа, уколико изузмемо Туристички форум града Београда који је рађен заједно са компанијом Туристичка призма и WESTM организацијом. Иницијални предлог је да EMC буде одржан

као паралелни догађај за време одржавања сајма туризма 2023. године и да се на том догађају по први пут премијерно и одржи.

Коначно, како би као стратег КБС могао да утиче на стање у индустрији догађаја, у плану је спровођење бенчмарк анализе са локалним туристичким организацијама како би се идентификовале критичне контролне тачке које је неопходно унапредити. Бенчмарк анализа и анализа критичних контролних тачака планирана је да се спроведе са 7 дефинисаних конгресних дестинација.

Списак планираних догађаја у 2022. које КБС планира да организује на домаћем тржишту::

- 2 x годишњи састанак конгресне привреде – Март и Септембар
- Форум професионалних асоцијација – формат Форум
- Вече конгресних амбасадора
- Припрема догађаја: European MICE Convention 2023 Serbia
- ЛТО бенчмарк састанак

8.2.2. Медији:

Конгресни биро Србије имао је до сада низак ниво присутности у домаћим и међународним медијима. Готово 3 године, није постојала веб презентација КБС-а, странице на друштвеним мрежама facebook и LinkedIn су последњи пут ажуриране 2016. године док профил на друштвеној мрежи Instagram ни не постоји. Јасно је да ово није адекватно на почетку треће деценије 21. века и да у потпуности није у складу са улогом комуникатора коју би КБС требало да има.

У 2022. години у плану је активно и ажурно управљање профилима на друштвеним мрежама и одржавање веб презентације. Такође, у складу са комплетним ребреднирањем ТОС-а, биће неопходно ускладити и веб презентацију КБС-а и свих других друштвених медија. Коначно, план рада подразумева активно писање саопштења и ПР текстова у међународној прес листи ИССА и домаћим стручним часописима. Ова активност значајно ће зависити од расположивих ресурса.

Активности:

1. Креирање профила на друштвеним мрежама
2. Активно ажурирање информација на друштвеним мрежама и веб страници
3. Ребретирање КБС веб сајта
4. Прес и ПР извештавање

8.2.3. Подршка у истицању кандидатура

Заузимајући улогу експерта и фасилитатора, КБС ће у вези подршке у истицању кандидатура **креирати основне обрасце за истицање кандидатуре који до сада нису постојали како би се процес припреме олакшао и како би струковним асоцијацијама могао бити стављен на располагање**. Такође, план за 2022. годину подразумева редовну недељну претрагу и селекцију догађаја према захтевима за предлоге ИССА и контактирање лидера на локалном тржишту.

Активности:

- 1 Израда образаца за подношење кандидатура
2. Недељна претрага захтева за кандидатуре ИССА и контактирање лидера

8.2.4. Индустија

У односу на улогу фасилитатора и експерта КБС мора пружити експертску подршку учесницима на тржишту и олакшати им приступ информацијама на централизован начин. С тим у вези, у 2022. години у плану је израда онлајн календара догађаја који би учесницима на тржишту омогућило лакше управљање пословним процесима и ефикасније улагање напора. Поред тога, користећи улогу комуникатора, КБС мора унапредити постојећи систем извештавања о броју међународних догађаја према ИССА методологији. У 2022. години планирано је редовно месечно извештавање од стране индустрије ка КБС и даље од КБС а ИССА на основу обрасца који је развио КБС.

Већ поменуто креирање Форума професионалних асоцијација Србије биће потребно приближити и осталим учесницима на тржишту, што ће створити обострану корист. У плану за 2022. годину у плану је да представници ФПА присуствују другом годишњем радном састанку КБС и индустрије.

Активности:

- 1 Израда онлине календара догађаја
- 2 Унапређење система извештавања

8.3. АКТИВНОСТИ НА МЕЂУНАРОДНОМ ТРЖИШТУ

8.3.1. Учешће на сајмовима

У 2022. години после паузе од 2 године у плану је припрема наступа на 2 велика сајма ИМЕХ и ИБТМ у Франкфурту тј. Барселони и учешће на 2-3 бутик догађаја међу којима је традиционални наступ на Conventa Trade Show догађају у Љубљани, Словенија. Након што су у 2020. и 2021. години велики сајмови или били отказани или одржани у хибридној форми, очекивања крајем 2021. године су да ће се већина светских сајмова несметано одржати у 2022. години, уз очекивани смањени ниво партиципације учесника. Будући да Србија није учествовала на овим сајмовима у 2020. и 2021.(КБС је узео онлајн учешће на IBTM) важно је наставити континуитет присутности у очима великих међународних организатора догађаја. Ипак, велики број прогноза предвиђа далеко већи успеха мањих бутик догађаја сајамског типа и из тог разлога КБС планира, да поред учешћа на два велика сајма (ИМЕХ и IBTM) учествује и на „Conventa Trade Show“ и „Europe Congress Event Club Forum“ или на догађају у Москви „Molecula Workshop“.

Активности:

1. Наступ на Conventa Trade Show
2. Наступ на IMEX World
3. Наступ на IBTM World
4. Наступ на Europe Congress Event Club Forum или Molecula Workshop

8.3.2. Учешће на догађајима (Trade visitors)

Поред наступа као излагач на међународним сајмовима важно је Србију представити као атрактивну конгресну дестинацију и на другим међународним догађајима конгресне индустрије. Представљање у овом случају не подразумева изнајмљивање и израду штанда већ путем присуства некога од чланова запослених у ТОС-у/КБС-у. У плану за 2022. годину предвиђено је учешће представника КБС-а на следећим најважнијим догађајима конгресне индустрије догађајима:

1. ICCA World Congress
2. European CVBS Alliance Meeting
3. ICCA CEC summer meeting

8.3.3. Организација студијских путовања и тура упознавања за медије и организаторе догађаја

Имајући у виду резултате интерне анализе туристичког промета и платног биланса у претходних 10, односно 14 година, и све специфичности које се очекују на тржишту индустрије догађаја, КБС планира да своје напоре по овим питањима фокусира у два стратегијска правца.

1. Земље региона (Бивше југословенске републике и Мађарска, Румунија и Грчка)
2. Привредно најразвијеније земље у Европи (Велика Британија, Немачка, Француска)

За 2022. годину, у плану је такође развијање посебних критеријума за партнере у спровођењу и реализацији ових студијских путовања и тура упознавања.

8.3.4. Оглашавање у међународним медијима

Међународна асоцијација конгреса и конвенција – ICCA садржи пресс базу медија који се баве тематиком конгресног туризма која је доступна свим члановима, па тако и КБС. У плану за 2022. годину је да КБС сваког месеца има барем један текст у форми саопштења за медије сваког месеца. Такође, у плану је активна пропаганда у вези ЕМЦ планираног догађаја од другог квартала 2022. године.

Активности:

1. ПР прес
2. European Mice convention campaign

8.4. ПОДРШКА У ИСТИЦАЊУ КАНДИДАТУРЕ

Планом за 2022. годину планирана је подршка у истицању кандидатура за међународне скупове и кроз активности презентације дестинације у иностранству и кроз инспекције дестинације кључних доносиоца одлука. Имајући у виду неизвесност у погледу начина одржавања догађаја на којима ће се одлучивати о планираним догађајима за подношење кандидатуре планирана је презентације дестинације у иностранству за 5 кандидатура и 5 инспекција дестинације за договоре који су већ у поступку преговора.

Активности

1. 5 Презентација дестинације
2. 5 Инспекције дестинације

8.5. ЧЛАНСТВО У МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА

У плану за 2022. годину у плану је задржавање статуса у међународним струковним удружењима ICCA и European CVB Alliance. Чланарина за ICCA за 2022. је већ плаћена док ће чланарина за европски CVB бити плаћена у 2022. години.

Активности:

1. Обнова чланарине за ICCA и European CVB Alliance

9. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА

Чланство и сарадња са међународним организацијама и асоцијацијама у циљу размене знања, искустава и информација, повезивање у јединствен систем протока информација и спровођења заједничких промотивних активности, ТОС као пуноправан члан учествоваће у раду међународних организација из области туризма и то:

- Европска туристичка комисија (ЕТС);
- Danube Competence Center(DCC);
- Међународна асоцијација Трансроманика.

Чланство у следећим асоцијацијама туристичких организација:

- ANTOR SWEDEN (Асоцијација националних туристичких организација);
- ANTOR NORWAY (Асоцијација националних туристичких организација).

10. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ПОСЛОВАЊА

10.1. Увод

Предлог финансијског плана пословања за 2022. годину, сачињен је у специфичним околностима и даље веома неизвесним условима пословања, када су у питању све активности које подразумевају кретање и личну комуникацију међу људима. Наравно, узрок томе је појава пандемије COVID-19, у 2020. години, на глобалном нивоу, а која се наставила и током 2021., и врло вероватно ће бити присутна и током наредне 2022. године.

У таквим новим околностима, а ради што реалнијег планирања прихода и расхода узете су у обзир све чињенице и искуства током текуће 2021. године, као и подаци о понашању туриста након пандемије, добијени путем истраживања, који указују на то да ће много више туриста размишљати о одмору у својој земљи, па ће тако домаћи туристи део свог слободног времена и годишњих одмора провести у Србији, уместо у иностранству. Разлог томе су и ограничења по питању превентивне здравствене процедуре приликом уласка у земљу и повратка у земљу порекла, забринутост туриста у вези са здрављем, хигијеном и безбедношћу, као и избегавање путовања авионом и избор дестинација које су лако доступне другим превозним средствима, пре свега аутомобилом.

Приликом планирања расхода за 2022. годину, узето је у обзир да ће се веома велики број састанака, сајмова и промотивних догађаја реализовати виртуелним путем, што ће значајно смањити трошкове одласка на дестинацију, али се зато планирају већи трошкови за промотивне активности које ће се реализовати путем друштвених мрежа –дигиталне кампање, које су иначе у условима изолације људи током пандемије, доживеле експанзију. Такође, у 2022. години, акценат ће бити и на оглашавању туристичке понуде Србије у традиционалним медијима, домаћим и иностраним (радио и телевизија), који су још увек најдоминантнији канал комуникације, а све у циљу повратка ино туриста на ове просторе након пандемије, и опоравка туризма као привредне гране, који је претрпео највише губитке и пад раста током 2020., са благим опоравком у 2021. години.

11. ПРЕНОС СРЕДСТАВА У НАРЕДНУ ГОДИНУ (авансно плаћање)

У складу са потписаним уговорима и преузетим обавезама у текућој години, ТОС врши пренос средстава у наредну пословну годину, ради реализације започетих пројеката.

12. НАБАВКА ОСНОВНИХ СРЕДСТАВА

За редовно пословање, планира се набавка основних средстава мање вредности, као и набавка нематеријалне имовине (промо филмови, лиценце и сл.).

-ТОС је недобитна организација, Пореској управи уз финансијски извештај подноси обрасце за недобитне организације: ПДН и ПБН-1 као и изјаву да је ТОС недобитна организација, по Закону о порезу на добит.

- ТОС послује по нетржишним принципима, из буџета Републике Србије добија средства по наменама, у висини стварних трошкова по активностима, за промоцију туристичке понуде Србије на иностраном и домаћем тржишту, за материјалне трошкове, као и за плате запослених.

13. ПОЛИТИКА ЦЕНА

ТОС у вршењу своје делатности остварује приходе и формира цене на следећи начин:

Приходи од продаје робе-сувенира: малопродајне цене се формирају тако, што се набавна цена робе (без ПДВ) увећа за разлику у цени од 25-30% и тако добијени износ увећа за припадајући износ ПДВ;

Приходи од изнајмљивања пословног простора: ТОС изнајмљује салу за конференције на I спрату, по потреби другим правним лицима, складу са закљученим уговорима.

14. ПРИХОДИ

Структуру прихода ТОС-а чине приходи из буџета путем субвенције од стране Министарства трговине, туризма и телекомуникација, и сопствени приходи, који се остварују продајом робе-сувенира у малопродајним објектима-сувенирницама.

Структура прихода у 2022. години:

- Приходи од продаје робе – сувенира у продавницама сувенира и то: Трг Републике бр.5 и у оквиру комплекса Авалски торањ бб;
- Пренети приходи из претходне године;
- Приходи из буџета Републике Србије;
- Приходи од издавања у закуп пословног простора;
- Финансијски приходи;
- Остали ванредни приходи

Табеларни преглед планираних прихода ТОС-а за 2022. годину

Рачун	Врста пословних прихода	План за 2021. годину	Извршење у 2021. години	План за 2022. годину	Индекс
1	2	3	4	5	5/4
6010	Приходи од продаје робе (сувенира)	2.500.000	2.011.847	4.000.000	198,82
6401	Пренети приходи из претходне године	53.331.326	52.358.556	82.000.000	156,61
6402	Приходи из буџета-субвенције	450.000.000	450.000.000	400.000.000	88,89
6420	Приходи од донација	5.375.329	4.803.331	0,00	0,00
6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора	100.000	0,00	100.000	0,00
66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	200.000	42.295	100.000	236,43
67	Остали приходи - приходи од смањења обавеза према добављачима и приходи од рефакције ПДВ-а из иностранства	100.000	0,00	100.000	0,00
69	Ефекти промене рачуноводствене политике-приходи по основу исправке грешака ранијих периода	50.000	0,00	50.000	0,00
	Укупно приходи	511.656.655	509.216.029	486.350.000	95,51

15. РАСХОДИ

Табеларни преглед планираних расхода за 2022. годину:

Конто	ОПИС	План за 2021. годину	Извршење у 2021. години	План за 2022. годину	Индекс
1	2	3	4	5	5/4
50	Набавна вредност продате робе	2.000.000	2.011.847	3.000.000	149,12
51	Трошкови материјала	5.580.000	4.584.429	6.380.000	139,17
52	Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи	95.291.155	80.968.996	103.916.322	128,34
53	Трошкови производних услуга	366.143.500	277.038.370	333.837.678	120,50
54	Трошкови амортизације и резервисања	7.000.000	7.000.000	7.000.000	100,00
55	Нематеријални трошкови	34.242.000	31.761.995	31.466.000	99,07
56	Финансијски расходи	300.000	104.450	150.000	143,61
57	Остали расходи	600.000	2.805	400.000	14,26
59	Исправке грешака ранијих година	500.000	95.112	200.000	210,28
	Укупно расходи	511.656.655	403.568.004	486.350.000	120,51

Напомена:

- извршење плана за 2021. годину није коначно, односно приказани су трошкови закључно са месецом новембром, имајући у виду да у моменту израде Финансијског плана за 2022. годину, нису реализовани трошкови за месец децембар. Извршење је приказано у проценту од око 79%.

Квалификациона структура запослених

Степен квалификације	Број запослених у 2022. години
Висока стручна спрема	33
Виша школа	3
средња стручна спрема	9
3 степен стручности	0
основно образовање	0
Укупно	45

Оквирна старосна структура запослених

Старосна група	Број запослених у 2022. години
до 30 година	5
од 30 до 40 година	8
од 40 до 50 година	15
од 50 до 60 година	13
преко 60 година	4
Укупно	45

План прихода и расхода у 2022. години, извршен је на основу детаљне анализе сваке позиције појединачно, у складу са планом активности по тржиштима и маркетиншким циљевима, као и очекиваном стабилизацијом здравствене ситуације у земљи и свету.

У тренутку када се покушава поново постићи раст целокупне привреде, па и туризма као њене важне гране, пројекција активности у 2022. години, сачињена је на реалним претпоставкама опоравка, након завршетка пандемије и враћања пословних процеса у нормалне токове.

Председник Управног одбора

др Ратка Вушуровић

Прилози

Прилог 1: Пројекција биланса успеха ТОС-а за 2022. годину

у хиљадама динара

Рачун група рачуна	ПОЗИЦИЈА	АПО	2021	2022	индекс
1	2	3	4	5	5/4
	А. ПРИХОДИ И РАСХОДИ ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА				
60 до 65 осим 61 и 62	I ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ (1002+1003+1004+1005+1006)	1001	403.129	486.100	120,58
60	1. ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1002	2.012	4.000	198,81
630 и 631	2. ПРИХОДИ ОД ЧЛАНАРИНА	1003			
632 и 639	3. ПРИХОДИ ПО ПОСЕБНИМ ПРОПИСИМА ИЗ БУЏЕТА	1004			
64	IV ПРИХОДИ ОД ДОНАЦИЈА, ДОТАЦИЈА	1005	401.117	482.000	120,16
65	V ПРИХОДИ ОД НЕФИНАН. ИМОВИНЕ	1006			
50 до 55,61	Б. ПОСЛОВНИ РАСХОДИ	1007	402.969	485.600	120,51
50	I НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	1008	2.012	3.000	149,11
61	II ПРИХОДИ ОД АКТИВИРАЊА РОБЕ	1009			
620	III ПОВЕЋАЊЕ ВРЕДН.ЗАЛИХА НЕД.П	1010			
621	IV СМАЊЕЊЕ ВРЕД.ЗАЛИХА НЕД.П.	1011			
51	V ТРОШКОВИ МАТЕРИЈЛА И ЕНЕРГИЈЕ	1012	4.584	6.380	139,18
52	VI ТРОШКОВИ ЗАРАДА ,НАКНАДА ЗАРАДА И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	1013	77.161	103.916	134,67
53	VII ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	1014	280.337	333.838	119,08
540	VIII ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	1015	7.000	7.000	100,00
541	IX ТРОШКОВИ РЕЗЕРВИСАЊА	1016			
557	X ТРОШКОВИ ДОНАЦИЈА	1017			
55 осим 557	XI НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ	1018	31.875	31.466	98,72
	В. ПОСЛОВНИ ДОБИТАК	1019	160	500	312,50
	Г. ПОСЛОВНИ ГУБИТАК	1020			
66	I ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ - ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ	1021	42	100	238,10

660	1. Приходи од фин. имовине од матичних, зависних и осталих повезаних лица	1022			
661	2. Приходи од камата	1023	10	10	100,00
662 и 663	3. Позитивне курсне разлике	1024	32	90	281,25
664	4. Приходи од дивиденди	1025			
669	5. Остали прих. од финансијске имовине	1026			
56	II ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ	1027	104	150	144,23
560	1. Фин. расходи. из односа са матичним, зависним и осталим повезаним лицима	1028			
562	2. Расходи камата	1029			
563, 564, 566	3. Негативне курсне разлике	1030	104	150	144,23
569	4. Остали финансијски расходи	1031			
	III ДОБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА 1021-1027	1032			
	IV ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА	1033	62	50	80,65
683 и 685	V ПРИХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА	1034			
583 и 585	VI РАСХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА	1035			
	VII ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА	1036			
	VIII ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА	1037			
67 и 68 осим 683 и 685	IX ОСТАЛИ ПРИХОДИ	1038		150	
57 и 58 осим 583 и 585	X ОСТАЛИ РАСХОДИ	1039	3	400	13.333,33
	XI ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕД. ПОСЛ. ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА	1040	95	200	210,53
	XII ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХ. ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛ. ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА	1041			
69-59	XIII ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХ. ЕФЕКТИ ПРОМЕНЕ РАЧУН. ПОЛИТИКА	1042			
59-69	XIV ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ЕФЕКТИ ПРОМЕНЕ РАЧУН. ПОЛИТИКА	1043	95	200	210,53
	Д. ВИШК ПРИХ. НАД РАСХ. ПРЕ ОПОРЕЗ.	1044			
	Ђ. ВИШК РАСХ. НАД ПРИХ. ПРЕ ОПОРЕЗ.	1045			
	Е. ПОРЕЗ НА РАЗЛ. ПРИХ. И РАСХОДА				

721	ПОРЕСКИ РАСХОД ПЕРИОДА	1046			
	НЕТО ВИШАК ПРИХ. НАД РАСХОДИМА	1047			
	НЕТО ВИШАК РАСХ. НАД ПРИХОДИМА	1048			

Група рачуна рачун	Биланс стања	аоп	2021	2022	индекс
1	2	3	4	5	5/4
	АКТИВА				
	А. СТАЛНА ИМОВИНА	0001	31.689	33.000	104,14
01	I НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	0002	20.237	20.500	101,30
02	II НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА, ОПРЕМА	0003	11.452	12.500	109,15
020,021 и део 029	1. Земљиште	0004			
022 и део 029	2. Грађевински објекти	0005			
023 и део 029	3. Постројења и опрема	0006	11.452	12.500	109,15
024 и део 029	4. Инвестиционе некретнине	0007			
02 осим 020,021,022,02 3,024 и дела 029	5. Остале некретнине, постројења и опрема	0008			
03	III БИОЛОШКА СРЕДСТВА	0009			
04	IV ДУГОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0010			
05	V ДУГОРОЧНА ПОТРАЖИВАЊА	0011			
	Б. ОБРТНА ИМОВИНА	0012	182.867	133.793	73,16
Класа 1	I ЗАЛИХЕ	0013	10.06	7.500	74,96
10	1. Залихе материјала	0014			
11 и 12	2.. Недовршена производња, недовршене услуге и готови производи	0015			
13	3. Роба	0016	1.571	2.500	159,13
15	4. Плаћени аванси за залихе и услуге	0017	8.435	5.000	59,28
20	II ПОТРАЖИВАЊА ПО ОСНОВУ ПРОДАЈЕ	0018	1.034	500	48,36
22	III ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	0019	3.029	700	23,11
23	IV КРАТКОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0020			
24	V ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ И ГОТОВИНА	0021	95.040	75.000	78,91
27	VI ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0022	193	93	48,19
28	VII АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0023	73.565	50.000	67,97

	V. УКУПНА АКТИВА ПОСЛОВНА ИМОВИНА	0024	214.556	166.793	77,74
88	G. ВАНБИЛАНСНА АКТИВА	0025	10.161	10.161	100,00
	ПАСИВА				
	A. УЛОЗИ	0401	32.201	32.201	100,00
30	I. УЛОЗИ СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ ОСНИВАЧА И ДРУГИХ ЛИЦА	0402	32.201	21.201	100,00
34	II. НЕРАСПОРЕЂЕНИ ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА	0403			
340	Нераспоређени вишак прихода над расходима ранијих година	0404			
341	Нераспоређени вишак прихода над расходима текуће године	0405			
35	III. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА	0406			
350	1 Вишак расхода над приходима ранијих година	0407			
351	2 Вишак расхода над приходима текуће године	0408			
	Б. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И ОБАВЕЗЕ	0409	77.985	63.935	81,98
40	I ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА	0410			
41	II ДУГОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0411			
413, 414	1. Дугорочни кредити	0412			
41 осим 413,414	2. Остале дугорочне обавезе	0413			
42	III КРАТКОРОЧНЕ ФИНАНСИЈСКЕ ОБАВЕЗЕ	0414	75	35	46,67
43	IV ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	0415	632	1.000	158,23
45 и 46	V ОСТАЛЕ КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0416	66.185	55.000	83,10
47	VI ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0417	10.983	7.800	71,02
48	VII ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗЕ „ДОПРИНОСЕ И ДРУГЕ ДАЖБИНЕ	0418	110	100	90,91
49	VIII ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0419	104.370	70.657	67,70
	IX ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗНАД ВИСИНЕ УЛОГА СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ	0420			
	Г. УКУПНА ПАСИВА	0421	214.556	166.793	77,74
89	Д. ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА	0422	10.161	10.161	100,00