

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

ПРОГРАМ РАДА СА ФИНАНСИЈСКИМ ПЛАНОМ
ЗА 2017. ГОДИНУ

Београд, децембар 2016. 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 2017. години
 - 4.2. Опис стања и карактеристика производа Србије
 - 4.3. Планиране активности по иностраним тржиштима у 2017. години
5. ПЛАНИРАНЕ АКТИВНОСТИ У 2017. ГОДИНИ
 - 5.1. Сајмови
 - 5.2. Издавачка делатност
 - 5.3. Студијске посете организатора путовања и новинара
 - 5.4. Оглашавање
 - 5.5. Остале маркетиншке активности
 - 5.6. Заједничке активности
 - 5.7. Агенције за односе с јавношћу
6. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА, СПРОВОЂЕЊЕ ЗАЈЕДНИЧКИХ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА
7. МАРКЕТИНШКА ИНФРАСТРУКТУРА
8. КОНГРЕСНИ БИРО
9. ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ
10. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА
11. ПРЕНОС СРЕДСТАВА У НАРЕДНУ ГОДИНУ
12. НАБАВКА ОСНОВНИХ СРЕДСТАВА

ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ПОСЛОВАЊА

13. ПОЛИТИКА ЦЕНА
14. ПРИХОДИ
15. РАСХОДИ

ПРИЛОЗИ:

- Пројекција Биланса успеха за 2017. годину
- Пројекција Биланса стања за 2017. 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 36/2009, 88/2010, 99/2011-др. закон, 93/2012 и 84/2015

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	СР 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 33. Закона о туризму.

2.4. Органи управљања и унутрашња организација

Органи управљања, надзора и руковођења су:

- 1) Управни одбор,
- 2) Надзорни одбор,
- 3) Директор.

Управни одбор има пет чланова и врши следеће послове:

- 1) доноси Статут ТОС,
- 2) доноси пословник о свом раду,
- 3) усваја годишњи програм рада са финансијским планом,
- 4) усваја годишњи извештај о пословању и завршни рачун,

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

Надзорни одбор има три члана и врши 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 структура ТОС

1. Директор
2. Сектор за управљање туристичким тржиштима и производима;
 - Одсек за обављање послова управљања и промоције на тржиштима;
 - Одсек за управљање и развој туристичких производа;
3. Сектор маркетинг подршке и информисања;
4. Административни сектор;
5. 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 која су констатована годишњим пописом на дан 31.12.2015. године и налазе се у државној својини.

2.5.2. Запослени

ТОС у своје ресурсе убраја и све запослене раднике.

2.5.3. Финансијска средства

У складу са чланом 31. Закона о туризму, средства за рад ТОС обезбеђују се из:

- 1) прихода остварених обављањем делатности и из других сопствених прихода;
- 2) донација, прилога и спонзорстава домаћих и страних правних и физичких лица;
- 3) средстава буџета Републике Србије;
- 4) 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 2017. годину, раздео 30 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, 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 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 је:

- промоција земље;
- промоција српског туристичког производа;
- продајна мисија – привлачење организатора путовања заинтересованих за програме одмора у Србији.

Стратегија ТОС:

- приступ промоцији туризма као комплексној и одговорној делатности, усмереној ка повећању броја долазака страних туриста у Србију, као и повећање унутрашњег туристичког промета;
- константно повећање девизног прихода од туризма;
- стручна и финансијска помоћ локалним туристичким организацијама у циљу јачања њиховог капацитета да се на домаћем и иностраном тржишту позиционирају као атрактивне туристичке дестинације.

4. ПРОГРАМ РАДА

У периоду јануар-новембар 2016. године остварено је укупно 7,052.068 ноћења (што је за 13 % више у односу на период јануар-новембар 2015. године), од чега су домаћи туристи остварили 4,526.250 (14 % више у односу на период јануар-новембар 2015. године), што чини 64 % од укупног броја остварених ноћења, а иностранци 2,525.818 (13 % више) или 36 % од укупног броја остварених ноћења.

Према подацима Народне банке Србије девизни прилив од туризма у првих 10 месеци 2016. године износио је 1,009 милијарди долара, односно 848 милиона евра, што је за 12 % више у поређењу са истим периодом 2015. године.

У доњој табели приказан је, по земљама, туристички промет у периоду јануар – новембар 2016. године, са тржишта са којих долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења иностраних туриста	% 2016/2015.
Босна и Херцеговина	207.742	+ 17 %
Црна Гора	183.452	+ 14 %
Турска	133.174	+ 24 %
Хрватска	128.397	+ 17 %
Русија	123.569	+ 1 %
Немачка	122.251	+ 5 %
Бугарска	121.460	+ 23 %
Словенија	115.798	+ 13 %
Румунија	104.855	+ 23 %
Грчка	102.815	+ 50 %

Извор: Републички завод за статистику

Тек након добијања целокупних података за читаву 2016. годину - крајем јануара 2017. године могуће је добити комплетан увид у доласке и ноћења по месецима како би се утврдиле евентуалне сезоналности, удео долазака и ноћења по тржиштима, девизни прилив и извршило поређење наше и светске стопе раста (за првих 11 месеци Србија са растом од 13% иностраних туриста је изнад светске стопе раста иностраних гостију која износи око 4% (извор: „UNWTO World Tourism Barometer“).

4.1. ПЛАНИРАНЕ АКТИВНОСТИ У 2017. ГОДИНИ

ТОС планира да у 2017. години настави интензивне промотивне активности на тржишту Србије, одржи и даље унапреди своју тржишну позицију на приоритетним иностраним тржиштима, као и да значајно повећа своје активности на једном броју нових тржишта. У складу са усвојеном Стратегијом развоја туризма до 2025. године дефинишу се приоритетна тржишта за туризам Србије. Одабир нових тржишта базира се превасходно на постојању директних авионских линија између Србије и нових тржишта, као и доброј повезаности са односним тржиштем и капацитету тог тржишта. ТОС ће у дефинисању приоритетних тржишта и реализацији активности на њима сарађивати са националним авиопревозиоцем Air Serbia и другим авиопревозиоцима, као и са туристичком привредом.

ТОС планира да своје активности, поред тржишта Србије, усмери на следећа инострана тржишта: Русија, Белорусија, земље западне Европе - Немачка, Аустрија, Швајцарска, Велика Британија, Италија, Скандинавске земље (Шведска), Француска, Белгија, Холандија, земље бивше Југославије (Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора и Македонија), земље региона (Турска, Бугарска, Румунија и Мађарска), Израел, Уједињени Арапски Емирати, Иран, САД, Кина и Јапан.

План промотивних активности Туристичке организације Србије за 2017. годину направљен је у складу са истраживањима ставова и понашања домаћих, односно иностраних туриста која су спроведена током 2016. године са фирмом «Про позитив». Главни циљ ових истраживања био је добијање података о демографским и економским карактеристикама туриста, карактеристикама и мотивима њиховог одмора у Србији итд. Финални резултат истраживања домаћих туриста, као и прелиминарни резултати истраживања иностраних туриста (финални резултати биће

доступни јавности у првој половини 2017.) пружили су информације за боље сагледавање тренутне ситуације на туристичком тржишту Србије и послужили као основ за планирање промотивних кампања ТОС-а на домаћем и иностраном тржишту. Такође, ове информације омогућиће и локалним дестинацијама и туристичкој привреди да своју понуду и промотивне активности прилагоде потребама и жељама домаћих и иностраних туриста, што ће довести до пораста броја туриста и повећања девизног прихода од туризма.

Реализација подстицајних мера Министарства трговине, туризма и телекомуникација, уз повећање обима и адекватно комбиновање промотивних активности које је ТОС, заједно са другим субјектима, спроводио на домаћем тржишту у 2016. години, допринеле су даљем снажном расту домаћег туристичког промета током целе 2016. године.

У 2017. години Министарство трговине, туризма и телекомуникација, у циљу усмеравања и подстицања развоја туризма, наставља акцију поделе туристичких ваучера грађанима Републике Србије, при чему се планира повећање броја ваучера који ће се поделити.

ТОС ће у 2017. години у већим градовима Србије организовати низ промоција туристичке понуде Србије и програма подстицаја путем ваучера. Поред постојећих информативних центара, ТОС ће у 2017. години отворити визиторски центар у оквиру торња на Авали. Посебно ће се вршити анимација транзитних туриста кроз активности на граничним прелазима друмског саобраћаја као и на Аеродрому Никола Тесла. Циљеви везани за унапређење транзитног туризма на најпрометнијим путним правцима и Аеродрому Београд су упознавање са туристичком понудом Србије, прекид путовања ради предаха у Србији, што резултира повећањем потрошње у угоститељским, туристичким и трговинским објектима на најпрометнијим транзитним правцима. За те потребе унапредиће се постојеће мобилне апликације „52 викенда у Србији“ и „Аудио водич кроз Србију“.

Чињеница да је 64% туриста изабрало Србију као дестинацију користећи онлајн изворе намеће потребу за унапређењем интернет презентација и канала промоције на друштвеним мрежама.

Информисање треба учинити ефикаснијим израдом својеврсног претраживача са низом унетих филтера за претрагу који ће омогућити ефикасно информисање о свим сегментима туристичке понуде, пружајући јасне и брзе одговоре на питања на који начин и где неко може да отпутује.

ТОС ће своје активности на иностраном тржишту реализовати користећи следећа промотивна средства: представљање на сајмовима туризма, промоције и презентације на циљним тржиштима као и реализација посебних промотивних догађаја, студијска путовања новинара, блогера и организатора путовања, “online” и “offline” оглашавање, услуге ПР агенција, односи са јавношћу, штампани промотивни материјал, сувенири. С обзиром да ће се, наслањајући се на Стратегију развоја туризма до 2025. године, током 2017. године израдити и усвојити Стратегијски маркетинг план за наредних пет година, којим ће се прецизније дефинисати који ће се од канала комуникације користити на појединим приоритетним тржиштима и ојачати репутација српског туризма, то ће довести до раста броја туриста и већег прихода од туризма.

Уз даље унапређење интернет презентације ТОС-а, што има за циљ боље информисање туриста и промоцију туризма Србије (из истраживања страних туриста види се да је 64% туриста изабрало Србију као дестинацију користећи online изворе), ТОС ће лансирати апликацију аудио водича за транзитне туристе и унапредити апликацију „52 викенда у Србији“.

4.2. ОПИС СТАЊА И КАРАКТЕРИСТИКА ПРОИЗВОДА СРБИЈЕ

У складу са усвојеном Стратегијом развоја туризма до 2025. године, за конкурентно позиционирање туризма Републике Србије потребно је да се креирају понуде и производи засновани на савременим мотивима и искуствима туриста: уживање, природа, култура/историја/обичаји, забава, здравље, спорт, рекреација и авантура и пословни туризам.

Према усвојеној Стратегији, туристички производи од посебног значаја за развој туризма су:

- 1) туризам градова;
- 2) манифестације/догађаји (културни, спортски и др);
- 3) планински туризам;
- 4) spa&wellness у бањама/здравствени туризам;
- 5) тематске руте;
- 6) рурални туризам;
- 7) наутички туризам;
- 8) састанци, подстицајна путовања, конференције и изложбе/догађаји (у даљем тексту: МIСЕ туризам);
- 9) културно наслеђе;
- 10) специјални интереси;
- 11) транзитни туризам.

У циљу развоја и унапређења квалитета туристичких производа, као и њихове промоције на домаћем и иностраном туристичком тржишту потребна је стална координација са бројним институцијама, организацијама и удружењима, као и локалним туристичким организацијама.

4.2.1. Бање

Бање и климатска места су у много мањој мери од других видова туризма изложени утицају негативних економских фактора, због садржаја који су на располагању туристима током целе године.

Бање представљају изузетно значајан ресурс пре свега због разноврсности минералних, термалних, термоминералних извора и климатских места са сопственим, специфичним географским условима, са разгранатом мрежом РХ центара и изузетно оспособљеним здравственим кадровима са могућношћу примене савремених медицинских достигнућа у области превенције и лечења.

Савремене тенденције у туристичкој тражњи утицале су и на промењену улогу бања у пружању туристичких и здравствених услуга, примерене савременим захтевима корисника.

Туристички промет у бањама чини једну трећину укупног туристичког промета Србије.

Бање представљају велики потенцијал за развој туризма уопште.

С обзиром на повећану тражњу за здравственим туризмом, значај бања Србије у укупној туристичкој понуди Србије ће се повећавати. У том смислу ће се остваривати већа сарадња и са Министарством здравља.

У 2017. години активности ТОС-а треба усмерити на координацију промотивних активности са локалним туристичким организацијама и бањским центрима у припреми за летњу (караван) и зимску туристичку кампању ТОС-а.

4.2.2. Активни и авантуристички туризам

Производ авантуристичког туризма у светским оквирима је ниша која се најбрже развија. Према истраживањима Светске туристичке организације (UNWTO) и Adventure Travel Trade Association (ATTA) вредност авантуристичког туризма је 2013. године била 263 милијарде долара.

Главне карактеристике авантуристичког туризма су:

- Отпорност: туристи који путују са циљем авантуризма су прилагодљиви и бирају дестинације које су неоткривене или су биле погођене природном или политичком катастрофом.
- Привлачи платежне туристе: авантуристички туристи су спремни да плате за јединствено искуство. Просечна потрошња туристе је била око 3000 долара за просечну дужину путовања од 8 дана.
- Подржава локалну економију: проценат прихода који остаје локалној економији код авантуристичког туризма је изнад просека у односу на масовни туризам и износи 65.6 %.
- Примењује одрживе принципе развоја: и туристи и законодавци се ослањају на одржив развој овог вида туризма, јер знају да су нетакнута природа и очувана локална култура темељ авантуристичког туризма.

У Србији производ активног и авантуристичког туризма представља велики потенцијал који није у потпуности искоришћен. Очувана природа, локална култура са очуваним обичајима, разноврсна гастрономска понуда представљају потенцијал који је могуће искористити са минимумом уложених средстава, узимајући у обзир и финансијску ситуацију у земљи.

Као лидере у овом виду туризма можемо издвојити неколико региона у Србији који могу понудити заокружен производ (Стара планина, Копаоник, Златибор, Златар...). Као посебну прилику Србије требало би издвојити и Еуровело 6 пан-европску бициклическу руту која може привући велики број љубитеља бициклизма. Проблеми са којима се авантуристички туризам у Србији сусреће је недостатак водича за одређене врсте активности који ограничава број учесника на турама , као и број тура које је могуће организовати и квалитет организованих активности.

У Србији постоји 7 агенција које се баве авантуристичким туризмом, али се због нелојалне конкуренције у виду НВО и маркетиншких агенција сусрећу са проблемима у пословању. Недостатак инфраструктуре представља ограничавајући фактор при извођењу путовања и могућностима да се оне понуде иностраним партнерима.

Највећа емитивна тржишта у свету су Северна Америка и западна Европа, а највећи број авантуриста у Србију долази из Велике Британије, Немачке, Холандије и Босне и Херцеговине.

4.2.3. Рурални туризам

Специфичности тражње и понуде у сеоском туризму у концепту укупног развоја руралних области условљавају прецизирање места и улоге овог облика туризма. У циљу сагледавања стања овог производа током 2015. и 2016. године предузет је низ мера према подручним статистичким јединицама и локалним туристичким организацијама како би се квалитетно пратио број сеоских туристичких домаћинстава која се баве пружањем услуга и остварених ноћења. Током 2016. године, према подацима Савезног завода за статистику, 13 општина има регистрована сеоска туристичка домаћинства у укупном броју 119 домаћина са капацитетом од 997 лежаја. У овом податку се крије чињеница да статистика не региструје пасивна домаћинства већ само она која имају икакав промет.

Нешто бољу слику смо добили спроводећи током 2016. године константно истраживање у које су биле укључене све локалне туристичке организације које су у форми попуњених упитника послали стање са терена о броју и капацитетима регистрованих сеоских туристичких домаћинстава. На тај начин се дошло до цифре од 44 општине, 220 регистрованих сеоских туристичких домаћинстава са 1998 кревета. Овај податак има сталну промену која произилази из временски ограниченог трајања категоризације (3 године) сеоског туристичког домаћинства, и могућности не продужавања исте. Потпуно прецизне податке о стању капацитета би требало да има Регистар туризма, али то није случај.

Постојеће активности које се предузимају имају за циљ јасно издвајање сеоских туристичких домаћинстава која послују у складу са законом, посебно у светлу подстицаја развоја домаћег туризма кроз модел „ваучера“ у које су сеоска туристичка домаћинства укључена са свега 25 домаћина.

4.2.4. Догађаји

Догађај је специфичан туристички производ који се одржава само једном годишње и има јак утицај на креирање имиџа одређене дестинације. Догађај представља обично треће или четврто путовање у години за туристе и траје, у просеку, од једног до три дана.

Главни мотив доласка туриста је сам специфичан догађај, а додатно их мотивишу културно-забавни програми, гастрономија, шопинг и др. Највећи број посетилаца догађаја су углавном индивидуални туристи, а тек онда организоване групе.

Све догађаје у Србији можемо поделити у три основне групе:

- Манифестације с европским/светским потенцијалом: Сабор трубача у Гучи, «EXIT», «Belgrade Beer Fest», «Нишвил» и сл.
- Регионално значајне манифестације: «ФЕСТ», «Бемус», «Лесковачка роштиљијада», «Љубичевске коњичке игре», «Врњачки карневал» и сл.
- Локалне манифестације: Више од 2.000 локалних манифестација.

Главни канали промоције које Туристичка организација Србије планира да користи у 2017. години су “online” средства (веб сајт ТОС-а, друштвене мреже), публикација «Календар природи 2017» на српском и енглеском језику, информисање медија итд. Такође, у оквиру акције «Дани Србије» коју ће током 2017. године ТОС организовати са својим партнерима у земљама региона (државе бивше СФРЈ, суседне земље), организоваће се посебна промоција 5 назначајнијих фестивала у Србији (Сабор трубача у Гучи, «EXIT», «Belgrade Beer Fest», «Нишвил», «Нушићијада»), са посебним акцентом на летње фестивале. Планирано је да партнери ТОС-а у овој активности буду организатори фестивала и локалне туристичке организације дестинација у којима се фестивали одржавају.

Производ “Догађаји” треба да представља тзв. “quick win” подручје активности, због тога што интернационално позиционирани и професионално организовани догађаји подижу свест о Републици Србији као туристичкој дестинацији.

4.2.5. Културни туризам и кружна путовања

Културни туризам

Културно-историјско наслеђе представља један од најзначајнијих сегмената понуде туризма Србије. Колико је наслеђе битно говори и чињеница да се Србија налази на пет сертификованих културних рута Савета Европе:

- Трансроманика;
- Пут римских царева и дунавски пут вина;
- Рута европских градова сецесије;
- Рута архитектуре тоталитарних режима 20. века (формално због неплаћене чланарине Суботица није на карти тог пута културе, мада се налази у претходно штампаним материјалима. Очекује се да ће ТО Суботица то регулисати у току 2017. године);
- Европска рута јеврејског наслеђа.

Европске културне руте представљају подлогу за формирање понуда туристичких агенција у региону јер културно наслеђе истих корена у својим варијантама повезује народе са блиским историјским и културолошким токовима.

Иностранци туристи који највише посећују споменике културно-историјског наслеђа су индивидуални посетиоци и мање групе, док су из Србије најбројније посете школа/ученика, пензионера и друге посете организованих група.

Туристичка организација Србије у оквиру промоције културно-историјског наслеђа умрежава институције културе са туристичком привредом у циљу бољег схватања наслеђа, али и боље промоције туризма Србије.

Један од важних мотива путовања туриста заинтересованих за културни туризам јесте и посета верских објеката. Број туриста који путују с овим мотивом, у свету је један од облика туризма у којем број посетилаца расте сваке године. Како верски објекти представљају значајан део понуде културно-историјских споменика, ТОС ће ставити нагласак на повезивање са представницима свих верских заједница у Србији у циљу боље и обједињене промоције тих споменика.

Кружна путовања

Један од најзначајнијих производа у рецептивном туризму су кружна путовања или „touring“ која се организују са различитим мотивима, а то су: проучавање природних, историјских и културолошких атракција, властитих интереса или упознавање дестинација. Најчешћи туристи који користе понуде туристичких агенција у домену ове понуде су старији и млађи парови без деце, групе, индивидуални туристи. То су туристи који воле уметност и специјалне атракције, али и гастрономију, вино, куповину. Они преферирају квалитетан смештај, и то у хотелима.

Садашња ситуација у понуди туристичких агенција показује да постоји потражња за: турама које трају до три дана, индивидуалним и флексибилним креирањем и одабиром тура, турама са већим бројем активности.

Туризам за породицу

Сагледавајући туристичку понуду Србије показало се да постоји потреба за уобличеном понудом Туризма за породицу. Обзиром на чињеницу да највећи број туриста у оквиру ове понуде припада млађој популацији, информисање се углавном заснива на понуди преко интернета. Због тога ће Туристичка организација Србије штампати промотивни флајер и припремити понуду Туризма за породицу на својој интернет страници.

4.3. ПЛАНИРАНЕ АКТИВНОСТИ ПО ИНОСТРАНИМ ТРЖИШТИМА У 2017. ГОДИНИ

Опис стања и карактеристика тржишта

Русија

Русија је једно од најзначајнијих емитивних тржишта с обзиром на број становника и број туриста који путују у иностранство. Према званичним подацима Завода за статистику, налази се у првих 10 земаља по броју долазака и ноћења. У протеклих 10 година, број туриста из Русије у Србији повећао се пет пута. Русима не треба виза, имамо више директних летова дневно (Москва, Санкт Петербург), што погодује пласману туристичког производа на овом тржишту. Србија нема производ за високо платежне госте из Русије, већ привлачи туристе средње платежног стајежа, који посећују пре свега Београд, Копаоник у зимским месецима и бање током целе године, што су уједно и главни туристички производи за руско тржиште. У 2017. години, поред уобичајених активности на руском тржишту, ТОС ће посебан нагласак ставити на дигиталну промоцију, пре свега на активности на руским друштвеним мрежама, као и на оглашавање у електронским медијима – на телевизији и радију. Имајући у виду да је прво издање водича за Србију на руском језику „Полиглот“ забележило велики успех и да је први тираж готово распродат, планира се издавање новог тиража.

Немачка

Немачка је једна од важнијих емитивних тржишта и у 2015. години број немачких туриста порастао је за 2% и прешао број од око 60.000. Овом броју се додају и немачки туристи који посећују Србију речним путем, а тај број је у 2015. години износио 18.810. Немачки туристи су на четвртом месту по броју долазака у Србију, и четврти по оствареном девизном приливу – 58 милиона евра. Туристички производи у Србији за које су заинтересовани туристи са овог тржишта су: Дунав, активни одмор, градови, култура, кампови, гастрономија, одмор у природи. Више од 40 немачких организатора путовања имају Сру у својој понуди. Директни летови за Србију постоје из 11 немачких градова: Берлин, Дизелдорф, Франкфурт, Минхен, Хамбург, Дортмунд, Карлсруе, Нирнберг, Фридрисхафен, Штутгарт и Меминген.

Велика Британија

Србија се налази у програмима десетак британских организатора путовања, који ће своју понуду одмора у Србији за 2017. годину задржати на истом нивоу и чак у неколико случаја проширити понудама које се односе искључиво на Србију. И поред овога, у Србију са овог тржишта долази далеко више туриста који самостално организују путовања. Британци у Србију долазе готово искључиво авионом; постоји дневни лет Air Serbia од Лондона и три пута недељно Wizz Air од Лутона. У Србији Британци највише посећују Београд (city break), музички фестивал EXIT, учествују у програмима активног одмора (бициклизам, пешачење) и у кружним турама по Србији и региону (углавном на тему културе). Главне циљне групе су: млади (city break, EXIT) и сениори (кружне туре, лагане активности у природи); циљ: привући породице и циљну групу 35-55 година. Ово је и високо платежно тржиште - у 2015. години са овог тржишта је остварен девизни прилив од туризма у висини од 56 милиона евра, што је пети највећи прилив после БиХ, Црне Горе, Словеније и Немачке.

Државе бивше Југославије

Број долазака туриста из држава бивше СФРЈ имају растући тренд. До сада су остваривали око 30% учешћа у броју долазака и ноћења страних туриста у Србији,. Оне се налазе међу првих десет емитивних дестинација за Србију. Туристи са наведених тржишта у Србију углавном долазе индивидуално, доста добро су упознати са туристичком понудом Србије. Туристичка привреда Србије организује и своје појединачне промоције, презентације и друге промотивне активности на овим тржиштима.

Активности које ће ТОС спроводити у наредном периоду, а у сарадњи са локалним туристичким организацијама и представницима туристичке привреде, биће усмерене на online кампању, оглашавање, лед екране, билборде. Посебно се планира организовање манифестације „Дани Србије“ у региону. Туристи из бивших југословенских република највише посећују градске центре Београд и Нови Сад, бањска и планинска места, а затим остала туристичка места.

Тржишта република бивше СФРЈ учествују у укупно оствареном девизном приливу са 36,3%. Суфицит у туризму износио је 202 милиона евра.

Италија

За Србију ово је једно од значајнијих тржишта са просечним боравком од 2,5 дана и 50.000 туриста годишње. Туристички производи у Србији за које су заинтересовани туристи са овог тржишта су градови и култура. Око тридесетак италијанских организатора путовања има Србију у понуди, иако највећи број туриста долази индивидуално. Air Serbia лети за Рим и Милано свакодневно а „Alitalia“ лети сваког дана за Рим. Од новембра месеца и Ниш ће бити повезан са Миланом преко ирске нискобуџетне компаније „Ryanair“, која ће летети два пута недељно.

Шведска

Захтевни и добростојећи туристи са овог тржишта све више су у потрази за новим блиским дестинацијама и новим искуствима везаним за природу и традиционалну културу. Превасходно себи организују путовање самостално преко Интернета. Енглеским језиком владају савршено и не смета им када су им информације пласиране на том језику. У перспективи са тржишта Шведске очекује се повећање интересовања за Србију, које ће у великој мери бити одређено бројем директних летова. Тренутно директни летови постоје ка Стокхолму, Гетеборгу и Малмеу. Туристички производи са највише шанси на овом тржишту су: градски одмор у Београду и Новом Саду, природа и активности у природи, фестивали (Егзит, Гуча).

Француска

Француска, пре свега париска регија, је добро повезана авио-везама са Србијом, Air Serbia има два лета дневно на релацији Париз-Београд, а и Wizz Air лети три пута недељно за Београд. Француски туристи воле аутентична места уређена са стилем, велики су конзументи културних производа и важно им је да су им информације доступне на француском језику. Најважнији извор информација при планирању путовања им је интернет, а затим туристички водичи. У Србији француски туристи највише посећују: Београд, Нови Сад, организовано долазе пре свега на културне и регионалне кружне туре, обилазе средњовековне манастире, најбројнији су страни посетиоци фестивала у Гучи, а значајан потенцијал за ово тржиште лежи и у MICE понуди.

УАЕ

За туризам Србије УАЕ је перспективно тржиште, као и уопште регион Блиског истока. Ова тржишта су веома богата, утицајна и лојална, а уз то су и најбрже растућа емитивна тржишта са највећом просечном потрошњом на путовањима у иностранство. Појачане промотивне активности ТОС-а имаће за циљ пре свега подизање видљивости Србије и њене туристичке понуде међу потенцијалним туристима из УАЕ, али и привлачење великих и утицајних организатора путовања који у кратком року, захваљујући својим капацитетима и економској снази, могу организовано у Србију довести већи број туриста. Србију посећује све више туриста са ових простора са тенденцијом даљег пораста. Просечан туриста потроши 6.600 \$ у току једног путовања. Туристима је тренутно најпривлачнији Београд, такође су

веома заинтересовани за природу, сеоска домаћинства и неким делом за бање и планине.

Турска

У раздобљу од само четири године учињен је велики помак у привлачењу туриста са овог тржишта и Београд се већ позиционирао као препознатљива дестинација, те је и даље је на првом месту по броју посета, а следе Нови Сад и Сремски Карловци, дакле градски центри су и даље примарно интересовање турских гостију. Уочљиво је полако померање према другим дестинацијама и облицима туристичке понуде, а то су манифестације, културне руте, одмор у природи, а од дестинација Нови Пазар као град који је по култури и историјском наслеђу близак овом поднебљу. Када су у питању организоване посете, туристички програми Србије се превасходно раде са партнерима из Македоније, Бугарске и Босне или се уговарање аранжмана ради директно са хотелима и ресторанима. Постоји директна авио линија са Истанбулом летовима Air Serbia, Turkish Airlines и Pegasus.

Пољска

Туристичка организација Србије (ТОС) је од 2013. године присутна на пољском тржишту. Према званичним подацима Републичког завода после наглог скока туриста у 2014. и 2015. години (2014. године скок од 37% у ноћењима и наставак раста у 2015. години за 17%) у првих 10 месеци 2016. се бележи пад од 14%. И поред пада, број пољских туриста је у односу на 2013. годину у 2016. години по броју ноћења виши за око 10.000. Према студији Европске комисије главни разлози за путовање пољских туриста су посета пријатељима и родбини (39%), потом одмор у природи, брдима, рекама, језерима, море (29%). Пољски организатори путовања који имају Србију у понуди нуде првенствено туре аутобусом. Туристички производи у Србији за које су заинтересовани туристи са овог тржишта су: градови, култура, природа.

Белгија

89% белгијских туриста путује на одмор у иностранство и спадају у групу високо платежних европских туриста (када је у питању девизни прилив који Србија остварује, Белгија спада у првих 15 земаља по потрошњи њихових туриста). Последњих година посебно су заинтересовани за концепт одрживог туризма и аутентично искуство „локалног“ што је велика шанса за српски туризам на овом тржишту. 70% Белгијанаца користи интернет за прибављање информација о путовањима и дестинацијама. Организована путовања белгијских туриста су монополизована од стране два велика туроператера који још немају Србију у понуди. Наши производи који имају највише шанси на белгијском тржишту су: Београд као city-break дестинација, активни одмор у природи, гастрономија и вински туризам.

Бугарска

Бугарски туристи све више посећују Србију. Air Serbia има директан лет из Београда за Софију. Предност је близина тржишта, тако да туристи могу да дођу у Србију сопственим превозом. Бугари највише бораве у пограничним дестинацијама, првенствено користећи викенд и дане празника, а главни разлози посете су гастрономија, куповина и активан одмор, и то су породична путовања, индивидуално организована, мада у великом броју посећују и манифестације у том окружењу у свако доба године и то је онда или млађа популација или су то породична путовања. У Београду су већ неко време на првом месту по броју долазака, ту је и Нови Сад, иду у бање и у планинске центре: Стару планину, и нешто мање Копаоник и Златибор. За Нову годину у Србији је највећи број гостију из Бугарске и сви капацитети у окружењу, а и даље се продају годину дана унапред. Најпопуларнији су

Пролом и Луковска бања, Ниш, Сокобања, Димитровград, Бабушница, Стара планина.

Кина

Са овог тржишта се бележи сталан пораст броја туриста, али је то и даље недовољан укупан број долазака, с обзиром на величину тржишта и број Кинеза који путују ван граница своје земље. Кинески туристи посећују Србију у оквиру обиласка региона и релативно кратко остају у Србији (око 2 дана). Позитивни помак је укидање виза за Србију за кинеске држављане, које ступа на снагу 2017. године. Очекују се даљи позитивни помаци и кроз интензивирање сарадње целог региона и заједничке промоције на тржишту Кине.

ТОС је планирао бројне активности на том тржишту за 2017. годину како би „искористили“ чињеницу да ће Србија бити прва европска држава која ће у потпуности укинути визни режим са НР Кином. Планиран је наступ на чак три сајма, разне презентације и бројни доласци новинара и организатора путовања, као и online рекламне кампање.

Румунија

Отварањем директне авио везе Air Serbia Букурешт-Београд, број путника се повећава. Поред пословних људи, то су углавном млади који путују по целој Србији, а посебно посећују музичке фестивале и догађаје, и спремни да истражују и посете Србију због слојевитог културно-историјског наслеђа и гастрономије. Профил румунских туриста који посећују Србију се састоји од младих и људи средњег доба, између 25 и 45 година, са средњим приходима, углавном из западног дела земље, из градова као што су Темишвар, Таргу Мурес или Арад. Понуда туристичких агенција које продају Србију у главном граду је сиромашна, а потражња ниска. Од оних који долазе у Србију, половина бира Србију као дестинацију за слободне активности, које укључују викенде и посете градским центрима, првенствено Београду, као и за скијање у зимском периоду, и то су углавном гости из пограничног подручја. Предност је што туристи могу да дођу у Србију сопственим превозом из Темишвара и градова у граничном појасу.

Холандија

Тренд је да туристи са овог тржишта путују на ближе дестинације, краће остају и мање троше на путовањима. 80% њихових путовања у иностранство односи се на одмор, 8% на посао, 12% на остало. 80% холандских туриста организује своја путовања у иностранство путем интернета. За дестинације се све више одлучују путем “last-minute“ понуде. Наши производи који имају највише шанси на холандском тржишту су активни одмор, кампови (највећи број остварених ноћења од свих страних посетилаца кампова у Србији), EXIT фестивал (после Британаца најбројнији страни гости фестивала).

Јапан

Захтевни и добростојећи туристи који у Европу долазе на дужа путовања (10- так дана), за време којих обићу више земаља. Србија се најчешће налази у комбинованим програмима са бившим југословенским републикама или са Албанијом. Највеће интересовање поклањају култури, градовима и природи. Постоји потписан споразум са пословним удружењем Southeast Europe Business Association (JSEEBА), које се, између осталог, бави промоцијом Србије у Јапану и наступа на многим локалним сајмовима, користећи прилику за представљање дестинације где год је то могуће са брошурама ТОС-а, нашим промо филмовима и презентацијама.

Велика помоћ како у финансијском тако и у организационом смислу је регионални представник ЈСА (Јапанске агенције за међународну сарадњу) који има канцеларију у просторијама ТОС-а и пружа консултантске услуге и осмишљава начине за бољу промоцију региона (Црна Гора; Албанија и Србија). Уједно, ЈСА финансира наступ ТОС-а на највећем сајму туризма у Јапану а финансираће и издавање водича за јапанско тржиште, између осталог.

Мађарска

Становници Мађарске углавном не путују у иностранство, а уколико путују то је током лета на хрватско и бугарско приморје, а зими у планине Аустрије и Словачке. Путовања су им углавном унутар своје земље, примарно у бање. 75% Мађара користи одмор и путује по самој Мађарској. У Србији највише долазе у Суботицу и остала погранична места, мањи део стиже до Кореновца, Доњег Милановца и минимално до Златибора. Највећи број туриста у ствари чине Срби из Мађарске и кад долазе у Србију они иду код родбине и у завичајна места. Мађарски туристи имају веома ниску ванпансионску потрошњу. Воле природу и дешавања у природи. Циљна група треба да буду млади, знатижељни људи, отворени за путовања и нова искуства.

Аустрија

Број туриста из Аустрије је скоро 30.000 и то је снажан раст од 10% у односу на претходну годину. Постојање авио линије са више дневних полазака из Беча је велика предност приликом наступа на овом тржишту. Такође је значајна и добра повезаност друмским саобраћајем.

Израел

Постојање директне авио линије је велика предност приликом наступа на овом тржишту. Обилје јеврејског наслеђа, одмор у природи и градовима је потенцијал за довођење туриста из Израела.

Чешка и Словачка

Директни лет са ових тржишта постоји из Прага. Број туриста из године у годину расте. Постоји потенцијал за даљи раст.

САД

Подстицај за јачање промотивних активности на тржишту САД је постојање директне авио линије од Београда ка Њујорку. Промотивне активности на овом тржишту стога ће се реализовати у сарадњи са Air Serbia, али и са партнерима из земље и региона. Тржиште САД је зрело тржиште. Туристи из САД у Европу путују ради историје, културе и гастрономије, те ће им се овакви програми нудити и у Србији – Београд плус други региони Србије, пре свега Дунав.

Иран

Након активности започетих у 2016. Години, планира се интензивирање промоције на тржишту Ирана у 2017. години, пре свега са авио превозиоцем који има одличну везу са Техераном и другим великим иранским градовима. Промоција ће се реализовати и у сарадњи са НТО из региона, а пре свега са НТО Словенија, након потписаног договора о сарадњи. Туристи из Ирана највише путују у марту, кад прослављају нову годину, сваког месеца у време нерадних дана поводом празника, и током лета на годишњи одмор. Путују углавном са породицама, и углавном организовано.

5. ПЛАНИРАНЕ АКТИВНОСТИ У 2017. ГОДИНИ

ТОС ће у 2017. години објединити представљање туризма Србије на шест сајмова у земљи, три сајма у региону, девет сајмова у осталим земљама Европе и света и на једном специјализованом сајму, укупно на 19 сајмова. Поред тога, учествоваће на осам сајмова у иностранству на штандовима чији су носиоци туристичке организације из земље и друге домаће институције, као и међународне организације.

Сајмови у иностранству

CMT	Штутгарт, Немачка	14-22. јануар
ITF SLOVAKIATOUR (на штанду ТО Војводине)	Братислава, Словачка	26 -29. јануар
EMITT (на штанду ТОБ)	Истанбул, Турска	26-29.јануар
NYTTS (на штанду Европске туристичке комисије)	Њујорк, САД	27-29. јануар
Destinations	Лондон, В. Британија	02-05. фебруар
ITB	Берлин, Немачка	08-12. март
MITT	Москва, Русија	14-16. март
COTTM	Пекинг, Кина	29-31. март
Arabian Travel Market	Дубаи, УАЕ	24-27. април
ITB Asia (на штанду Европске туристичке комисије)	Шангај, Кина	10-12. мај
Silk Road International Ехро (у оквиру представљања Србије)	Ксијанг, Кина	11-15. мај
Leisure	Москва, Русија	20-23. септембар
TTG Incontri	Римини, Италија	12-14. октобар
WTM	Лондон, В. Британија	06–08. новембар

Специјализовани сајмови у иностранству

RDA	Келн, Немачка	04-05. јул
Fiets en Wandelbeurs (на штанду DCC)	Утрехт, Холандија	11-12. фебруар
Fiets en Wandelbeurs (на штанду DCC)	Гент, Белгија	18-19. фебруар
EUROBIKE (на штанду	Фридрсхафен, Немачка	30. август–02. септембар

DCC)		
------	--	--

Сајмови у региону

Holiday & Spa Expo	Софија, Бугарска	15-17. фебруар
Сајам туризма и здравља	Бања Лука, Република Српска	септембар
Narava & Zdravje	Љубљана, Словенија	новембар

Сајмови у земљи

Међународни сајам туризма ITTFA	Београд	23-26. фебруар
Сајам сувенира	Београд	23-26. фебруар
Сајам туризма и активног одмора	Ниш	30. март - 01. април
Youth fair	Нови Сад	прва недеља јула
Сајам туризма	Нови Сад	28-30. септембар
Сајам туризма и сеоског туризма	Крагујевац	новембар

5.2. Издавачка делатност

Промотивни материјал ТОС (брошуре, публикације, каталози, мапе, промотивни флајери и др.) дистрибуира се бесплатно преко инфо центара, на сајмовима, специјализованим манифестацијама и кроз директно слање материјала на адресе у земљи и иностранству заинтересованим појединцима и организацијама.

Промотивни материјал обезбеђује се и за потребе дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству. Такође, на захтев државних органа и других заинтересованих организација и институција, ТОС обезбеђује промотивни материјал за међународне скупове и делегације.

Брошуре се припремају и у дигиталном облику, прилагођеном за интернет странице ТОС и даљу промоцију и дистрибуцију на друштвеним мрежама.

Остали промотивни материјали односе се на израду постера, „rollup“ постера, графика.

У 2017. години планира се штампа новог промотивног флајера за „Туризам за породицу“, репринт осталих брошура и мапа и превод на језике на којима се штампају брошуре ТОС-а.

5.3. СТУДИЈСКЕ ПОСЕТЕ ОРГАНИЗАТОРА ПУТОВАЊА, НОВИНАРА И БЛОГЕРА

5.3.1 Страни организатори путовања, новинари и блогери

У 2017. планирано је да се организују студијске посете дестинацији за групе организатора путовања и новинара / блогера са следећих тржишта: Словенија, Хрватска, БиХ, Турска, Бугарска, Румунија, Пољска, Чешка, Немачка, Аустрија,

Швајцарска, Француска, Белгија, Холандија, Велика Британија, САД, Шведска, Русија, Белорусија, Израел, УАЕ, Италија, Иран, Кина, Јапан и Јужна Кореја.

ТОС организује студијска путовања за представнике организатора путовања из иностранства у Србију у циљу позиционирања Србије као туристичке дестинације, креирања тражње за туристичким производом Србије и уласка у програме страних организатора путовања.

Ове посете су планиране током целе године, а сходно потенцијалима, сарадње са привредом и авио компанијама одредиће се учесници са појединих тржишта. Осим градова, у зависности од интересовања, планирани су обиласци и наших планинских центара, бања и села са природом.

Мерење резултата: број организатора путовања на студијским путовањима, број нових организатора путовања који имају Србију у програмима, број нових програма у понуди организатора путовања који већ продају Србију.

У циљу креирања свести, побољшања имиџа и обраћања широј јавности у земљама које су нам циљна тржишта, ТОС ће наставити да у посету дестинацији позива утицајне новинаре и блогере са одређених тржишта.

ТОС организује студијска путовања за новинаре и блогере из иностранства у Србију у циљу објављивања чланака/репортажа о туризму Србије, позиционирања Србије као туристичке дестинације, подизања интересовања за путовање у Србију, информисања иностране јавности о могућностима за одмор у Србији и креирања тражње за туристичким производом Србије.

Мерење резултата: број новинара на студијским путовањима, процена броја објављених чланака и емитованих програма, процена вредности објављених материјала, квалитативна анализа садржаја објављених чланака.

У 2017. наставиће се сарадња са глобално најпознатијим и наутицајнијим туристичким блогерима из удружења iAmbassador. У оквиру кампање четворо светски познатих туристичких блогера боравиће у Србији током две недеље са циљем да уз коришћење ознаке #MySerbia преносе утиске са путовања својим бројним пратиоцима на друштвеним мрежама. У циљу повећања ефеката кампање, позваћемо и четворо блогера из Србије да им се придружи на овом путовању, а организовати и наградни конкурс у оквиру кога ће корисници бити позвани да, пре и у току блогерског путовања на друштвеним мрежама јавно објављују препоруке места у Србији која би блогери требало да посете уз фотографије и корисне савете.

5.3.2 Домаћи новинари

У циљу упознавања шире јавности са понудама одређених дестинација у Србији и обавештавања јавности, планира се организовање студијских путовања за домаће новинаре, у циљу упознавања шире јавности са понудама одређених дестинација у Србији. ТОС планира да за представнике домаћих медија организује обиласке појединих места, објеката и догађаја:

- Обележавање јубилеја „800 година од крунисања Стефана Првовенчаног“;
- Упознавање диверсификоване понуде активног одмора;
- Упознавање са дестинацијама у оквиру понуде „Туризам за породицу“;
- Путовање за домаће блогере и новинаре са тематским освртом на културно-историјског наслеђе;
- Караван „Моја Србија“;
- Зимска туристичка кампања.

У 2017. години планира се одлазак домаћих новинара на одабране међународне сајмове, у циљу информисања домаће јавности о туристичкој понуди Србије и активностима ТОС.

5.4. ОГЛАШАВАЊЕ

5.4.1 Оглашавање електронским путем („Online“ оглашавање)

5.4.1.1 Оптимизација и оглашавање на интернет претраживачима

Оглашавање на интернет претраживачу Google - пласирање огласа са линковима ка интернет страницама ТОС уз софистициране могућности таргетирања циљних група на основу демографских и бихевиоралних карактеристика.

Укључује оглашавање на претраживачу, дисплеј оглашавање и видео оглашавање.

Оглашавање на претраживачу подразумева пласирање огласа са линковима међу резултатима претраге при коришћењу кључних речи које изаберемо. При оваквој врсти оглашавања наплата се врши по клику, односно, оглашивачу се наплаћује само приказивање огласа на који корисник заиста кликне.

Цена и позиција самог огласа одређују се на бази аукције за сваку кључну реч појединачно и зависе од:

- Цене коју је оглашивач спреман да плати по клику
- Квалитета странице на коју оглас води са аспекта релевантности за дату кључну реч и квалитета корисничког искуства на самој страници

Дисплеј оглашавање подразумева пласирање мултимедијалних огласа (банера) на интернет сајтовима који су део оглашивачке мреже интернет претраживача. У овом случају, наплаћивање се врши по приказу. Постоји могућност избора сајтова на којима ће се огласи приказивати, као и таргетирања корисника којима ће се огласи приказивати.

Видео оглашавање подразумева пласирање видео огласа на платформама за видео садржај (Јутјуб). У зависности од циљева кампање, оглашивачима су доступни различити модели пласмана и наплате огласа.

5.4.1.2 Плаћено оглашавање на друштвеним мрежама („Facebook“, „Twitter“, „Instagram“, VKontakte)

Плаћени огласи, промовисање објава налога ТОС на друштвеним мрежама у циљу повећања видљивости садржаја којим се промовише Србија, интеракције коју корисници са циљних тржишта остварују са налозима ТОС, повећања саобраћаја ка интернет презентацији ТОС са релевантних тржишта и проширења интернет заједнице заговорника Србије као туристичке дестинације.

5.4.1.3 отварање и одржавање налога на руском језику на друштвеној мрежи у Русији – В контакте (VK.com)

5.4.1.4 Редовно креирање, ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних и видео), на страницама ТОС.

Индикатори успешности: број остварених импресија и јединствених корисника који су видели промотивни материјал ТОС посредством друштвених мрежа; број нових пратилаца налога ТОС са релевантних тржишта; цена по оствареном

лајку/пратиоцу; ниво интеракције корисника са садржајима објављеним на страницама ТОС.

5.4.1.5 Унапређивање функционалности, увођење нових сервиса и редизајн интернет презентација ТОС

Подразумева хостинг подршку, администрацију све три интернет странице у власништву ТОС-а (све језичке варијанте), као и апликација које је ТОС израдио, администрацију сервера итд.

5.4.1.6 Израда тематских микро-сајтова и веб апликација у оквиру промотивних кампања

Укључује микро-сајтове посвећене појединачним промотивним кампањама или производима, као и апликације у виду квизова, наградних игара фото-конкурса које имају за циљ да повећају ниво интеракције са корисницима који покажу интересовање и омогуће прикупљање контакт информација ради укључивања што већег броја заинтересованих корисника на мејлинг листу ТОС, као и других информација које би могле бити од користи за побољшање активности.

Нова рубрика сајта на тему Туризам за породицу на интернет страници ТОСа.

Индикатори успешности: број јединствених корисника који су посетили микросајт или користили апликацију, време проведено на сајту/апликацији, број прикупљених и-мејл адреса за мејлинг листу ТОС.

5.4.1.7 Продукција и куповина мултимедијалног садржаја

Подразумева израду и дистрибуцију мултимедијалних садржаја и инфографика са корисним информацијама за туристе, као и набавку фотографија за потребе коришћења на дигиталним медијима.

5.4.1.8 Алати за управљање, прикупљање података, анализу и праћење активности на дигиталним медијима

Коришћење алата који омогућавају приступ великим базама података, анализу података у циљу идентификовања и прилагођавања активности реалним потребама и интересовању туриста, као и обједињено управљање различитим друштвеним мрежама и мониторинг кључних речи везаних за туризам у Србији са циљем побољшања квалитета комуникације са потенцијалним туристима.

5.4.1.9 Сарадња са домаћим и иностраним блогерима и утицајним online појединцима, у циљу мобилисања што већег броја пратилаца на друштвеним мрежама и дисперзије информација у циљу подизања видљивости Србије као туристичке дестинације.

5.4.1.10 Планира се online оглашавање на порталима глобалних ТВ мрежа, као и разним новинским порталима, порталима магазина, специјализованим туристичким порталима и слично у следећим земљама: Мађарска, БиХ, Италија, Кина, Словенија, Хрватска, Немачка, Аустрија, Швајцарска, Црна Гора, Македонија, Француска, Белгија, Холандија, Русија, Израел, УАЕ и Велика Британија.

5.4.1.11 Електронско оглашавање на тржишту Србије

На тржишту Србије промоција ће се организовати на сличан начин као и на појединим иностраним тржиштима кроз промоцију и сарадњу на интернет порталима који привлаче велики број људи уопште, али и на оним специјализованим који окупљају људе са појединим интересовањима (нпр. заинтересовани за путовања).

Повезивање са страницама других субјеката који промовишу Србију као туристичку дестинацију. Сарадња би се огледала кроз објављивање чланака, занимљивости, туристичких садржаја везаних за културу, фестивале, активни одмор, кратке градске одморе, кампове, догађаје и остале туристичке производе. Ове кампање у зависности од њиховог фокуса ће бити осмишљене кроз сарадњу са институцијама и асоцијацијама које већ окупљају пружаоце услуга и заинтересоване туристе за поједине активности или производе.

- Редовно ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних, видео), на интернет страницама ТОС;

- На друштвеним мрежама, осим наставка спровођења кампање „Моја Србија“, планира се и пратећа „online“ кампања у сарадњи са локалним туристичким организацијама за шта би била искоришћена постојећа база контаката, спровођење наградних квиз игара и сл.

- Конкурс за најбоље доживљаје током лета у Србији. Подстицање домаћих туриста да поделе своја позитивна искуства и активно дају самодопринос у развоју домаћег туризма.

5.4.2. Оглашавање преко класичних канала комуникације („Offline“ промоција)

5.4.2.1 Оглашавање у иностраним писаним медијима

Оглашавање у општим и специјализованим иностраним писаним медијима на појединим тржиштима снажно утиче на повећање свести о привлачности дестинације, посебно ако се имају у виду специјализовани магацини за одређени вид туризма или активности.

Промоција овог типа планирана је на следећим тржиштима: Бугарска, Румунија, Мађарска, Турска, Италија, Кина, Хрватска, Словенија, Немачка, Аустрија, Пољска, Чешка, Словачка, Црна Гора, Македонија, Русија, Израел, УАЕ и Велика Британија.

5.4.2.2 Амбијентално оглашавање у иностранству

На основу позитивних претходних искустава, за овај вид промоције предвиђене су кампање на билбордима и лед екранима у бившим југословенским републикама, као и земљама региона: Македонија, Словенија, Црна Гора, Бугарска, Турска и БиХ.

5.4.2.3 Оглашавање на иностраним ТВ и радио станицама

Овај вид промоције је планиран на тржиштима земаља бивше Југославије, Француске, Бугарске и Русије.

У 2017. години планира се оглашавање на глобалним ТВ мрежама у форми кампање која ће се спроводити кроз емитовање спотова на најпознатијим светским ТВ мрежама и кроз одговарајуће промотивне активности на порталима ових мрежа. Имајући у виду позитивне примере из праксе других дестинација, очекивани резултати су значајно подизање свести о Србији као туристичкој дестинацији на приоритетним тржиштима, пре свега европском и САД тржишту, и позиционирање Србије као пожељне дестинације за одмор код одабраних циљних група. За потребе

кампања биће неопходно израдити одговарајуће промотивне материјале, пре свега квалитетне спотове али и привлачне садржаје за дигитални маркетинг, што изискује и додатна улагања у овај вид маркетинга.

5.4.2.4 Оглашавање на тржишту Србије

- Оглашавање у електронским медијским гласилима (телевизијске и радио станице) са посебним акцентом у време трајања зимске и летње кампање (у складу са медија планом);
- Амбијентално оглашавање за време летње и зимске кампање кроз билборде, рекламе у аутобусима, дигиталне паное;
- Оглашавање кроз специјализоване емисије на телевизијским станицама (у складу са медија планом);
- Оглашавање у штампаним медијима (дневни листови, недељни и месечни часописи);
- Припрема специјализованих туристичких додатака, који се инсертовано објављују у дневним листовима
- Сарадња и оглашавање у часописима специјализованим за туристичку индустрију, као и на туристичким порталима;
- Ангажовање видео продукције за праћење активности ТОС, догађаја и активности у области туризма ради обавештавања медија;
- Информисање домаће јавности о свим активностима ТОС кроз континуирано обавештавање о новим производима и занимљивостима;
- Ангажовање агенције за достављање *pressclipping-a*;
- Продукција видео материјала за потребе оглашавања на тржишту Србије
- Ангажовање агенције за израду креативних решења, визуала *gif*-ова, мултимедијалних садржаја, 360° видео садржаја за потребе промоције путем канала друштвених мрежа
- Ангажовање агенције за посредовање при медијском закупу на најпопуларнијим интернет страницама у земљи

5.4.2.5 Информисање и односи с јавношћу

- Пружање туристичких информација у информативним центрима ТОС;
- Редовно извештавање јавности о спроведеним активностима, одржавање конференција за новинаре, давање интервјуа писаним медијима, гостовања у електронским медијима.
- Сарадња са АМСЈ на унапређењу информисања транзитних туриста
- Сарадња са РРА Златибор у области развоја интернет претраживача туристичке понуде Србије
- Отварање Продајно информативног простора на Авалском торњу
- Развој линије производа сувенирског програма

5.5. ОСТАЛЕ МАРКЕТИНШКЕ АКТИВНОСТИ (посебне радионице, догађаји, презентације, кампање, изложбе, продајне мисије...)

5.5.1 Посебни догађаји и промоције у иностранству

Имајући у виду потребу за додатним промотивним активностима, намењеним како медијима и организаторима путовања, тако и публици, планирано је

организовање посебних догађаја на које би се позивала циљана публика или који би били отворени за целокупну јавност и на којима би се промовисала општа или специјализована понуда Србије.

У организацији, планирању и реализацији ових врста догађаја, а у жељи да оствари што већи синергијски ефекат, ТОС ће наступати са локалним туристичким организацијама и што већим бројем привредних субјеката. Посебно је значајно јавно-приватно партнерство са туристичком приовредом и организаторима најзначајних манифестација у Србији, а као резултат тог партнерства у већим градовима региона биће организовани Дани Србије.

Мађарска	Дани Србије, Будимпешта
Румунија	Дани Србије, Темишвар
Румунија	Промотивни догађај са локалним ТО, Темишвар
Бугарска	Дани Србије, Софија
БИХ	Дани Србије, Сарајево, Федерација БиХ
Иран	Промотивни догађај за медије и организаторе путовања, Техеран
Кина	Промотивни догађај за медије и организаторе путовања, Hunazhou
Кина	Промотивни догађај за медије и организаторе путовања, Шангај
Словенија	Дани Србије, Љубљана
Црна Гора	Дани Србије, Подгорица
Француска	Конзуларне свечаности, Лион
Шведска	Stockholm Travel Show, B2B радионица
Русија	Промоција Србије, Санкт Петербург
Белорусија	Промотивни догађај за организаторе путовања, Минск
Казахстан	Промотивни догађај у Астани, поводом ЕХРО 2017
Израел	Промотивни догађај за организаторе путовања, Тел Авив
САД	Промоција Србије, Њујорк
САД	Промоција региона са Air Serbia, Чикаго
УАЕ	Промоција културе у Абу Дабију и/или Дубаију
В. Британија	ANTOR Радионица за организаторе путовања
В. Британија	ANTOR Радионица за медије
В. Британија	Промотивни догађај у сарадњи са британским организатором путовања

5.5.2 Посебни догађаји и промоције у Србији

- Организација и реализација промотивне кампање „Моја Србија“ у четири града Србије - Београд, Нови Сад, Ниш и Чачак, у сарадњи са локалним туристичким организацијама и привредним субјектима из области туризма;
- Интерактивна крос-медијска платформа – израда и коришћење на сајмовима и другим промотивним активностима током године на домаћем и иностраном тржишту
- Организовање изложбе у оквиру манифестације „Ноћ музеја“ у Београду, мај;
- 8. туристички форум 2017, 10–13.мај 2017, Сокобања;
- Учешће на “Миксер фестивалу” у Београду, јун;
- Учешће на манифестацији “Београдски манифест”;

- Суорганизација и партнерство на догађајима у 2017. години посвећеним обележавању годишњице 800 година од крунисања Стефана Првовенчаног;
- Организација наградног конкурса за најбољу фотографију из области авантуристичког туризма
- Учешће у организацији фестивала „Just Out“
- Организација округлог стола са професионалцима из индустрије тј пројекат јавне консултације са струком на тему изазова, приступа и препорука за брендирање Србије као туристичке дестинације

5.5.3 Остало

- Учешће на конференцији о културно-историјском наслеђу у организацији међународних институција ;
- Учешће на Генералној скупштини Трансроманике 2017;
- Конференција и радионица о религијском туризму - ТОС координатор
- Учешће на конференцији/радионици о бањском туризму у организацији европских или међународних институција;
- Учешће на BalkanSpa health & Wellness Summit;
- Конференција о авантуризму на сајму у Нишу, ТОС је суорганизатор.
- Учешће на AdventureEDU едукацијама у региону, везаним за авантуристички туризам у организацији АТТА
- Учешће на едукативним семинарима у организацији међународних институција
- Послови израде стратегијског маркетинг плана, у циљу дефинисања маркетиншке позиције Србије.

5.6 АГЕНЦИЈЕ ЗА ОДНОСЕ С ЈАВНОШЋУ

У складу са опредељеним средствима и у циљу рационализације трошкова, ТОС уместо представништва на приоритетним тржиштима ангажује иностране ПР агенције као представнике који у складу са обимом планираних активности и степена ангажованости врше следеће послове:

1. прикупљање информација о тржишту
2. истраживање, одабир учесника и организовање студијских путовања за иностране агенције, новинаре и блогере
3. организација конференција за новинаре и посебних презентација, информисања јавности путем медија о туристичкој понуди Србије (писање и слање медијских саопштења, интервјуа, електронских вести и едиторијала)
4. асистенције медијима при објављивању чланака о Србији (информације, фотографије);
5. подршка при интернет оглашавању и активности на друштвеним мрежама
6. организовања састанака са организаторима путовања и интервјуа за медије приликом наступа на сајмовима;
7. одговори на разне упите са тржишта
8. спровођења продајних мисија – проналажења организатора путовања заинтересованих за програме одмора у Србији, организовање појединачних презентација туристичке понуде Србије и привлачење нових организатора путовања;
9. праћења ефеката промотивних активности у медијима;
10. праћења рада организатора путовања који имају Србију у програмима, асистенција у развоју програма, промоцији и продаји.

Агенције за односе с јавношћу, као један од важнијих ослонаца ТОС-а у креирању имиџа Србије као туристичке дестинације и успостављању сарадње са иностраним медијима и организаторима путовања, у 2017. години биће ангазоване на следећим тржиштима: Румунија, Бугарска, Немачка, Белгија, Холандија, Француска, Шведска, Русија, Велика Британија, Словенија/Хрватска, САД, УАЕ, Италија и Кина.

6. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И СПРОВОЂЕЊЕ ЗАЈЕДНИЧКИХ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКАТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА

ТОС као кровна организација свих пружаоца услуга и дестинација у земљи препознаје поједине активности као веома значајне, а њихови ефекти се осим локалних преливају и на национални ниво. Иако ТОС није главни организатор и носилац таквих врста пројеката, својим укључивањем у организацију и реализацију, доприноси да се остваре још снажнији синергетски ефекти и на тај начин, такође, даје подршку оствареној сарадњи између локалних субјеката, јавног и приватног сектора.

Заједничке активности се односе на организацију одређених догађаја, штампање публикација и наступа на сајмовима

6.1 Координација активности локалних туристичких организација:

- Координација наступа на сајмовима туризма;
- Учешће у активностима којима се промовишу туристички производи и дестинације у Србији;
- Прекогранична сарадња, подршка у аплицирању за пројекте;

6.2 Сарадња са органима, организацијама, јавним предузећима и удружењима на домаћем тржишту

Орган/Организација	Активности/Сарадња
Министарство трговине, туризма и телекомуникација	- сарадња на реализацији законске регулативе, стратешких докумената, подстицајних мера и текућих активности
Министарство привреде	- сарадња приликом наступа на одређеним сајмовима и посебним презентацијама - ажурирање смештајне базе Србије
Министарство спољних послова	- сарадња са амбасадама приликом наступа на сајмовима и посебним презентацијама у иностранству
Министарство омладине и спорта	- сарадња на развоју спортског и омладинског туризма
Министарство културе	- сарадња на развоју и истраживању производа „културни туризам“

	<ul style="list-style-type: none"> - стручна помоћ везана за културна добра од значаја за туризам Србије - сарадња са Заводом за проучавање културног развитка
Министарство унутрашњих послова	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња везана за инфо центре на граничним прелазима
Министарство пољопривреде	<ul style="list-style-type: none"> - заједничке активности у промоцији туристичког производа сеоски туризам и винских путева
Министарство здравља	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња на развоју здравственог туризма
Републички завод за статистику	<ul style="list-style-type: none"> - праћење туристичког промета, провера и ажурирање постојеће базе података смештајних капацитета, унапређење праћења нових статистичких категорија
Амбасаде и конзуларна представништва и културно информативни центри Србије у иностранству	<ul style="list-style-type: none"> - дистрибуција информативно-пропагандних материјала - достава информација у вези туристичке понуде Србије и пратећих статистичких показатеља
Air Serbia	<ul style="list-style-type: none"> - заједничке активности у циљу промоције Републике Србије као туристичке дестинације
Управа царине	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у промоцији на иностраном тржишту
Управа за сарадњу са црквама и верским заједницама	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња на унапређивању верског туризма
Народна банка Србије	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у процесу праћења девизног прилива од туризма
Ауто-мото савез Србије	<ul style="list-style-type: none"> - размена информација и достава информативно-пропагандних средстава ТОС појединим пунктовима и центрима АМСС на граничним прелазима - успостављање сарадње на унапређењу информисања транзитних туриста
Привредна комора Србије	<ul style="list-style-type: none"> - учешће у раду Одбора за туристичке агенције, манифестације, сеоски туризам, наутику... - координација активности ТОС и ПКС у реализацији програмских активности
Агенција за привредне регистре-Регистар туризма	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у унапређењу базе Регистра туризма
ЈП „Скијалишта Србије“	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у промоцији планинских центара
Национални паркови Србије (Тара, Копаоник, Фрушка гора, Ђердап)	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у промотивним активностима везаним за

	заштићена природна добра и унапређење туристичке понуде у заштићеним природним добрима
Олимпијски комитет	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у промоцији спорта и спортских манифестација које се одржавају у Србији - заједничка промоција туристичке понуде Србије
Атлетски савез Србије	<ul style="list-style-type: none"> - промоција атлетских такмичења која се одржавају у Србији
Спортски савез Србије	<ul style="list-style-type: none"> - унапређење промоције спортских манифестација у Србији
Скијашки савез Србије	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња и унапређење промоције скијашких спортова
Планинарски савез Србије	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у области промоције активности планинарења и пешачења
Завод за заштиту споменика културе	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у области промоције заштићених културних добара; - сарадња везана за археолошке локалитете и непокретна културна добра од посебног значаја
Савез аматера Србије	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња у вези манифестација народног стваралаштва
Кампинг асоцијација Србије	<ul style="list-style-type: none"> - штампање Туристичке брошуре кампова
YUTA, АТАС	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња на унапређењу инкаминг понуде Србије, едукација
ХОРЕС	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња на промоцији хотелске понуде
Удружење бања Србије	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња на промоцији и прикупљању података потребних за промоцију бањског туризма
Удружење водича	<ul style="list-style-type: none"> - сарадња на унапређењу едукације туристичких водича
Удружење старих и уметничких заната, Етнографски музеј и групе младих дизајнера	<ul style="list-style-type: none"> - унапређење сувенирске понуде
Произвођачи сувенира, удружење старих заната	<ul style="list-style-type: none"> - организовање сајмова сувенира, стручних предавања и округлих столова
Удружење екстремних спортова Србије	<ul style="list-style-type: none"> - унапређење понуде у области авантуристичког туризма
Wild Serbia	<ul style="list-style-type: none"> - унапређење понуде у области авантуристичког туризма
Средства јавног информисања	<ul style="list-style-type: none"> - континуирана сарадња у области информисања и промоције

6.3 Заједничке активности

6.3.1 Заједничке активности у иностранству

- ТОС планира да се укључи у промотивне активности локалних туристичких организација приликом представљања туристичке понуде Србије у иностранству;
- Учешће ЛТО на конференцији „Брендирање дестинација - неопходност брендирања “малих” дестинација“, 15. -18. јун 2017. године, Струга, Хотел “Дрим”, Македонија
- Заједничко оглашавање на циљним тржиштима са авио компанијама и иностраним организаторима путовања који у својим програмима имају понуду одмора за Србију;
- Промоција земље кроз организовање програма директног упознавања са њеним ресурсима за релевантне иностране организаторе путовања је активност која је у претходном периоду показала да доноси најдиректније резултате;
- Имајући у виду искуство привредних субјеката који промовишу Србију на конкретним тржиштима, ТОС планира да се прикључи организацији оних програма у којима учествују најрелеватнији инострани организатори путовања.

6.3.2 Заједничке активности у земљи

- Сарадња и спровођење заједничких промотивних активности на највећим манифестацијама и догађајима у Србији (Гуча, ЕХИТ, Beerfest, Nišvil, Дринска регата-Бајина Башта, Роштиљијада - Лесковац, Дани пива-Зрењанин...);
- Учешће у реализацији пројеката, подршка и спровођење заједничких активности са локалним туристичким организацијама, јавним сектором, невладиним организацијама и привредним субјектима који се баве туризмом.

6.3.3 ЕДУКАЦИЈА

Едукација за представнике локалних туристичких организација, представнике туристичке привреде – хотели, туристичке агенције, водичи, институције културе, у циљу унапређења квалитета туристичке понуде Србије.

Едукација за запослене у инфо и визиторско продајним центрима, вештине продаје, комуникације.

Представници ТОС ће посећивати стручне семинаре и конференције у земљи и иностранству, у складу са планираним средствима.

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

6.2.4 УЧЕШЋЕ У НАГРАДНИМ КОНКУРСИМА

Пријављивање промотивних кампања, специфичних промотивних активности за учешће у оквиру конференција националног и регионалног типа, престижних маркетиншких удружења и групација.

Преглед активности и оквирних трошкова по тржиштима дат је у следећој табели:

Ино тржишта	Сајмови	Студијске посете	Посебни догађаји	Оглашавање и промотивне кампање	PR агенције	Међународ на сарадња	Остало	Укупно
Словенија, Хрватска	780.000	1.226.000	460.000	5.750.000	1.000.000	/	/	9.216.000
Босна и Херцеговина	701.000	1.008.000	460.000	1.500.000	/	/	/	3.669.000
Црна Гора	/	/	460.000	2.500.000	/	/	/	2.960.000
Македонија	/	500.000	/	1.820.000	/	/	/	2.320.000
Турска, Бугарска, Румунија, Мађарска,	4.602.500	750.000	3.162.000	5.000.000	1.000.000	/	/	14.514.500
Пољска, Чешка, Словачка,	120.000	2.400.000	/	600.000	/	/		3.120.000
Немачка, Аустрија, Швајцарска	17.320.000	3.300.000	/	2.810.000	4.300.000	135.000	/	27.865.000
Француска	/	1.240.000	1.007.600	2.108.000	2.678.400	/	/	7.034.000
Белгија	142.600	1.240.000	/	1.240.000	979.600	/	/	3.602.200

Холандија	142.600	1.240.000	/	744.000	930.000	/	/	3.056.600
Велика Британија	13.971.000	2.000.000	782.000	2.410.500	3.700.000	93.000	/	22.956.500
САД	1.460.000	1.280.000	1.708.000	/	2.800.000	/	/	7.248.000
Шведска	/	1.860.000	223.200	/	434.000	135.000	/	2.652.200
Русија, Белорусија	18.098.400	3.319.000	2.567.400	5.616.000	3.450.000	/	/	33.050.800
Израел	/	1.461.400	634.400	250.000	/	/	/	2.345.800
УАЕ	5.840.000	1.500.000	1.280.000	1.200.000	1.500.000	/	/	11.320.000
Италија	1.820.000	1.800.000	30.000	1.000.000	3.300.000	70.000	/	8.020.000
Иран	/	1.320.000	945.000	/	/	/	/	2.265.000
Кина	3.830.000	1.700.000	1.100.000	3.600.000	3.500.000	/	/	13.730.000
Јапан и Јужна Кореја	340.000	1.570.000	/	/	/	/	/	1.910.000
Више тржишта	/	/	/	37.200.000	/	3.375.000	/	40.575.000
Укупно	69.168.100	30.714.400	14.819.600	75.348.500	29.572.000	3.808.000	0	223.430.600

7. МАРКЕТИНШКА ИНФРАСТРУКТУРА

- 7.1 Проширивања базе фотографија, откуп нових фотографија и наменско фотографисање дестинација и мотива које служе као основ за све промотивне кампање и публикације;
 - 7.2. Израда промотивног видео програма за туристичке кампање и потребе оглашавања;
 - 7.3 Израда туристичког промотивног филма;
 - 7.4 Продукција материјала за потребе оглашавања;
 - 7.5 Успостављање инфо кутака на граничним прелазима сезонског карактера у сарадњи са локалним туристичким организацијама ;
 - 7.6 Учешће на струковним конференцијама и догађајима
 - 7.7 Креирање линије производа за потребе продајно визиторског центра, чији концепт у себи носи промоцију националних ,културних вредности и историјске баштине. Квалитет, разноврсност асортимана производа биће у складу са савременим трендовима на пољу сувенирског и тзв gift, програма.
 - 7.8 Набавка промотивног материјала за поделу широком кругу корисника на сајмовима и организованим догађајима
 - 7.9 Електронска комуникација
- Развој или куповина постојећих web и Facebook апликација за потребе промоције (наградне игре, посебни догађаји, конкурси, игрице и сл);
 - Закуп и одржавање постојећих међународних домена и по потреби набавка других домена,
 - „Apple store“ годишња чланарина за потребе објављивања апликација за iOS оперативне системе (мобилни, таблет..)

8. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ (КБС)

8.1. Активности на домаћем тржишту

8.1.1. Организовање и учешће на конгресним догађајима и сајмовима у земљи

У 2017. години навршава се период од десет година функционисања Бироа, као организационе јединице ТОСа. Читава 2017. година ће кроз активности на домаћем тржишту имати за циљ представљање континуитета и резултата рада према неколико категорија интересних страна – академски сектор (који је највећи извор потенцијалних клијената), бизнис сектор (који обухвата представнике конгресне индустрије) и јавности. Централни догађај се планира за мај месец и садржаће два битна дела. Први део је едукативног карактера и подразумева организовање целодневних сесија на тему конгресног бизниса, а у плану је учествовање најеминентнијих међународних стручњака и компанија. Други део је свечана церемонија уручивања захвалница свим члановима Програма конгресних амбасадора у учесницима Програма Асоцијација, као и корпорацијама са којима је Биро сарађивао. Укупно се очекује учешће око 200 представника наведених интересних страна. Саставни део свечане церемоније је и презентација програма у академским и стручним круговима (Дан амбасадора и Програм Асоцијација), те упознавање нових домаћих удружења и асоцијација и корпорација о активностима конгресне индустрије и Бироа, како би се прикључили процесу презентовања Србије као конгресне дестинације.

У овој години очекује се да Биро организује и девети састанак Европске алијансе конгресних бироа, што ће представљати велику прилику да се представимо као професионална дестинација. Реч је о догађају који окупља значајан број националних конгресних бироа Европе, тако да је одлична прилика да се ради на подизању квалитета комуникације са колегама из Европе, као и да се Србија представи као озбиљна и професионална дестинација. Очекује се да на састанку буде одлучено и о представницима који ће даље водити рад Алијансе, а до сада су те активности обављали Конгресни биро Немачке и Конгресни биро Холандије.

Програми едукације, инструктаже и истраживања – едукације се спроводе из области: развоја професионалних асоцијација, процеса подношења кандидатура, стандарда квалитета у конгресној понуди, проактивне продаје. Истраживања се односе на конференцијске капацитете, њихову попуњеност, број и обим пословних скупова и конференција у Србији и на нивоу појединих локалних дестинација. Током ове године план је да се период тренинга повеже са неким од догађаја које организује професионално удружење хотела Србије, како би се повећао број људи који ће тренинзима присуствовати. На овај начин подиже се конкурентност Србије као конгресне дестинације на регионалном и међународном тржишту.

Годишњи састанак конгресне индустрије Србије – организује се са циљем представљања резултата рада Бироа и индустрије у претходном периоду, као и ради представљања плана за наредну годину; очекује се учешће до 50 партнера Бироа;

Учешће у организацији скупова од значаја за промоцију Србије као туристичке и конгресне дестинације и њену позицију на међународном тржишту;

Скупови конгресне индустрије поводом оперативних питања проактивне продаје – теме се односе на: подношења кандидатура, рад алијансе конгресних дестинација, координацију маркетиншких наступа, припрему за продајне презентације;

Координација активности локалних туристичких организација – одвијаће се кроз програм Алијанса конгресних дестинација у Србији (Београд, Нови Сад, Суботица, Златибор), по којем Биро помаже овим локалним туристичким организацијама у организовању едукација и инструктаже ради јачања капацитета локалних дестинација и пружаоца услуга, у припреми и спровођењу студијских тура упознавања, као и ради наступа на регионалном тржишту и сегментираним тржишним нишама.

8.1.2. Оглашавање и промоција у домаћим медијима

- Пословни и економски медији – овим категоријама часописа циља се и информисање корпоративни сектор о активностима Бироа, могућностима сарадње и разлозима организације локалних, регионалних и међународних корпоративних скупова у Србији;
- Конгресни медији – имају за циљ упознавање стручне јавности о активностима Бироа, активностима партнера и на који начин појединачни пружаоци услуга могу постати партнер;
- Медицински медији – информисање медицинских и лекарских удружења о активностима Бироа, могућностима сарадње и процесу подношења кандидатура за међународне скупове, подршци Бироа у активностима организације њихових регионалних и локалних скупова, као и о добрим примерима из праксе;

8.2. Промоција на међународном тржишту

8.2.1. Учешће на сајмовима конгресног туризма

- Conventa, 17-19.01.2017, Љубљана, Словенија

Конгресни пословни сајам, који функционише по принципу берзе, а који је специјализован за тржиште централне и источне Европе. Систем заказивања састанака омогућава претходни одабир клијената са којима се жели састанак, чиме се гарантује до 30 јасно профилисаних састанака. Сајам карактеришу нижи трошкови излагања јер нема класичне куповине простора, већ се купује изложбени пакет који обухвата: сто и графике. Термин одржавања јануар 2017.

- IMEX WORLD 16–18.5.2017, Франкфурт, Немачка

Један од водећих сајмова конгресног туризма, са снажним учешћем клијената из асоцијација, као и водећих корпоративних клијената. На сајму се очекује реализација преко 250 састанака са доносиоцима одлука око организације конгреса и подстицајних путовања. Биће закупљен штанд величине 68 квадрата, а биће уређен на начин да омогућаје несметано кретање клијената и реализацију пословних састанака. Адекватан и примерен кетеринг ће бити организиран, као и простор за групне презентације. Очекује се учешће око 15 суизлагача из привреде. Термин одржавања: 16–18. мај

- IBTM 28–30.11.2017, Барселона, Шпанија

Значајан међународни сајам конгресног туризма, са снажним учешћем клијената из водећих корпорација и организатора подстицајних путовања. На сајму се очекује реализација преко 150 састанака са доносиоцима одлука око организације група и конгреса. Биће закупљен штанд величине 40 квадрата, а биће уређен на начин да омогућаје несметано кретање клијената и реализацију пословних састанака. Очекује се учешће око 10 суизлагача из привреде. Термин одржавања: 28–30. новембар

8.2.2. Конференције и радионице у иностранству из области конгресног туризма

- ICCA World Congress, светски конгрес, Праг, 12-15.11.2016

ICCA је водећа светска асоцијација која окупља конгресну индустрију. Једном годишње организује светски конгрес који на једном месту окупља конгресну индустрију. Биро није учествовао на светском конгресу већ неколико година, због чега је битно искорисити прилику када се конгрес организује у Европи, јер су трошкови учешћа мањи. Пре свега, конгрес је прилика за упознавање доносиоца одлука различитих асоцијација, али и за креирање међународне мреже контаката за колегама из целог света. На бази успостављене мреже, Биро је у могућности да у каснијим процесима истицања кандидатура долази до адекватних и корисних информација. Даље, уколико желимо да Биро одржи међународни углед и одржава конкурентности својих активности јако је битно да учествујемо у раду едукативних сесија, како би добили увид у последње трендове на међународном тржишту.

- ICCA Central European Chapter Meeting

ICCA је организована кроз одељке, односно „чаптере“. Србија је 2014. године угостила овај састанак и од тада настојимо да одржимо водећу позицију и да се позиционирамо као водећи Биро. Имајући у виду да је ово још једна прилика за размену контаката и упознавање асоцијација, учешће Бироа је веома битно.

- European CVBS Alliance Meetings – 2 x годишње

Састанци шефова националних конгресних бироа имају за циљ координацију активности према прекоморским тржиштима, пре свега према Кини, Америци и УАЕ (стратешка тржишта ове године). На састанку се такође решавају оперативна питања наступа на сајмовима, лобирања за снижавање трошкова наступа на

сајмовима, договарања око заједничких истраживачких активности. Биро има добар углед у овој алијанси, и треба даље наставити на подизању угледа. Биро је истакао спремност да Србија организује јесењи састанак у Београду.

- ICCA Association Expert Seminar - IMEX, април 16-18

ICCA радионица која се организује уочи сајма IMEX а са циљем решавања изазова у комуникацији нових, као и већ етаблираних, дестинација представницима 20 европских асоцијација. Такође, предвиђен је и едукативни део и за конгресне бирое и за асоцијације. Суштина је мрежавање и развој потенцијалних контаката за даље бидовање.

8.2.3. Организовање студијских путовања за организаторе конгресних и пословних путовања

Ове године наставља се снажна активности Бироа у овом домену јер се још једном доказало да је студијска тура најефикаснији систем продаје дестинације. Два бизнис сегмента се таргетирају – тржиште асоцијација и тржиште корпорација. Тржиште корпорација – узимајући у обзир карактеристике тржишта корпорација, начина одабира дестинације, начина одлучивања, и начина одабира финалних пружалаца услуге, Биро ће током године организовати сет студијских путовања за корпоративне клијенте. Групу ће увек чинити представници компанија и представници посредника са различитих страних тржишта. Тржиште асоцијација – узимајући у обзир карактеристике тржишта асоцијација, начина одабира дестинације, начина одлучивања, и начина одабира финалних пружалаца услуге, Биро ће током године организовати сет студијских путовања за међународне асоцијације. Групу ће увек чинити представници асоцијација из различитих сегмената.

8.3 Информисање и односи с јавношћу

- „Serbia Meeting Planner’s Guide“ у тиражу од 100 примерака на енглеском језику –
- Унапређење интернет презентација Конгресног бироа Србије – постављање нових функционалности, креирање нових садржаја; Дигитални маркетинг, мобилни маркетинг и наступ на социјалним мрежама
- Одржавање базе података – одржавање базе података са контактима и комуникацијом Конгресног бироа са партнерима и клијентима;
- Израда осталих колатералних и информативних материјала.

8.4. Подршка у процесу истицања кандидатура за организацију међународних скупова у Србији

- Презентације дестинације као званично представљање кандидатуре за организацију конгреса асоцијација и догађаја корпорација на различитим радионицама, презентацијама, конгресима и продајним мисијама;
- Презентације дестинације у земљи - активности подразумевају подршку у процесу подношења кандидатуре, покривање трошкова боравка у Србији особа које доносе одлуке о домаћину скупа у међународним асоцијацијама.

9. ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ

У 2017. години ТОС ће наставити да аплицира у форми Project Partner на пројектима финансираним од стране ЕУ, и то кроз различите програме.

Планира се унапређење садржаја, смерница, циљева, радних пакета и пула партнера, за пројекте који у 2016. години нису прошли финалну евалуацију, ради припреме за аплицирање и приступ новим позивима. Очекује се да ТОС аплицира на пројектима из позива Interreg Adrion и Transdanube, као и да активно учествује кроз статус Associate Partner на пројектима прекограничне сарадње.

Под окриљем Европске комисије (ЕК), у 2017. години планира се спровођење пројекта „Изузетне дестинације Европе“ (European Destinations of Excellence - EDEN) у форми националног конкурса на тему „Културни туризам“, на којем би требало да буду одабране једна победничка и две пратеће дестинације. Након тема „Туризам и локално нематеријално културно наслеђе“ 2014. и „Туризам и локална гастрономија“ 2015. године, ово је трећи пут да се спроводи конкурс за избор дестинација у Србији. Предвиђени период трајања пројекта је од фебруара закључно са новембром месецом. Укупна вредност пројекта је 38.001,00 евра, а ТОС и ЕК учествују са по 50% средстава.

10. САРАДЊА СА ИНОСТРАНИМ 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 учествује у раду међународних организација из области туризма и то:

- Европска туристичка комисија (ETC);
- Danube Competence Center(DCC);
- ICCA – Међународна асоцијација за конгресе и конвенције;
- ANTOR SWEDEN (Асоцијација националних туристичких организација);
- ANTOR NORWAY (Асоцијација националних туристичких организација);
- ANTOR UK (Асоцијација националних туристичких организација);
- Међународна асоцијација Трансроманика;
- OERV (Аустријска туристичка асоцијација);
- RDA (Асоцијација немачких организатора аутобуских путовања);
- ADUTEI Италија (Асоцијација националних туристичких организација);
- PATA (Pacific Asia Travel Association)
- NTA САД (Удружење туристичких агенција САД)
- Adventure Travel Trade Association (АТТА).

11. ПРЕНОС СРЕДСТАВА У НАРЕДНУ ГОДИНУ (авансно плаћање)

Авансно плаћање, донације

ТОС ће авансно плаћати наступ на сајмовима туризма, презентацијама, конференцијама и радионицама у 2017. години.

У циљу унапређења рада и промоције туризма, ТОС ће у 2017. години учествовати у пројектима намењеним развоју туризма код државних органа и страних донатора.

12. НАБАВКА ОСНОВНИХ СРЕДСТАВА

Планира се набавка компјутера и основних средстава мањег обима.

ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ПОСЛОВАЊА

13. ПОЛИТИКА ЦЕНА

Цене се формирају 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 (тзв.маржу) од 20-25% и за припадајући износ ПДВ;

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

ТОС уступа без накнаде (осим комуналних трошкова) две канцеларије Дунавском центру за компетенцију. Цена комуналних услуга утврђује се на нивоу стварних трошкова струје, грејања и одржавања тог дела пословног простора;

Приходи од заједничког наступа на сајмовима у иностранству: ТОС формира цене по овом основу, на нивоу стварних трошкова закупа и опремања штанда одређеног сајма.

14. ПРИХОДИ

За 2017. годину планирани су следећи извори прихода ТОС-а:

- Приходи од продаје робе – сувенира у продавници сувенира у Чика Љубиној бр.8;
- Пренети приходи из претходне године;
- Приходи из буџета Републике Србије;
- Приходи од донација;
- Приходи од издавања у закуп пословног простора;
- Приходи од рефундације трошкова за наступе на сајмовима у иностранству;
- Финансијски приходи;
- Остали ванредни приходи

У наредној табели и графикону дат је преглед планираних пословних прихода ТОС-а за 2017. годину

Стари Рачун	Нови Рачун	Врста пословних прихода	План 2016. године	Извршење плана за 2016. годину	План 2017. године	Индекс
0	1	2	3	4	5	5/4
602	601	Приходи од продаје робе (сувенира)	600.000	466.026	1.880.000	403.4
602	603	Приходи од услуга на домаћем тржишту (реф.трошкова моб.телефона од запослених)	170.000	149.247	0	0
6400	6402	Приходи из буџета- субвенције 451	400.000.000	400.000.000	400.000.000	100.0
6401	6401	Пренети приходи из претходне године	77.610.395	77.610.395	76.000.000	97.9
6412	6420	Приходи од донација	1.352.988	1.352.988	2.375.000	175.5

650	6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора	865.000	706.074	600.000	85.0
6590	6591	Приходи од заједничког наступа на сајмовима у иностранству	14.300.000	13.020.597	13.000.000	99.8
66	66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	270.000	257.725	400.000	155.2
67	67	Остали приходи - приходи од смањења обавеза према добављачима и приходи од рефакције ПДВ-а из иностранства	965.454	951.678	1.000.000	105.1
		Укупно приходи	496.133.837	494.514.730	495.255.000	100.1

14.1. Приходи од продаје робе у малопродајном објекту сувенира

Туристичка организација Србије планира да у 2017. години оствари приход од продаје робе – сувенира у малопродајном објекту “Сувенирница” у износу од 1.880.000 динара, што износи око 0,38% од укупних прихода. ТОС врши набавку робе за даљу продају – сувенира, од добављача који су специјализовани за израду ове врсте предмета.

Увећање прихода у односу на 2016. годину планирано је из разлога што поред малопродајног објекта „Сувенирнице 1“ која се налази на I спрату ТОС-а и „Сувенирнице 2“ на тргу Републике, ТОС у 2017. години, припрема отварање и трећег малопродајног објекта на Авали, у оквиру туристичког комплекса „Авалски торањ“, која ће садржати трговачку робу, искључиво домаћих произвођача.

Разлику у цени коју ТОС планира да оствари по овом основу износи 380.000 динара.

14.2. Приходи из буџета Републике Србије

Планирана средства из буџета Републике Србије за 2017. годину, износе 400.000.000 динара и представљају најзначајнији приход од 80.77% од укупних прихода. Наведена средства су обезбеђена Законом о буџету Републике Србије за 2017. годину, раздео 30 – Министарство трговине, туризма и телекомуникација, функционална класификација 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама.

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 рад као и за плате запослених.

Приходе из заједничког наступа на сајмовима у иностранству остварује на нивоу стварних трошкова закупа и опремања штанда и наступа на сајмовима без икаквог остварења добити.

14.3. Пренети приходи из претходне године

Планирана средства на име пренетих прихода из претходне године, у износу од 76.000.000 динара, су средства буџета Републике Србије добијена у 2016. години и биће исказана у Билансу Стања за 2016. годину, на пасивним временским разграничењима.

Овај приход у односу на укупан приход у процентима износи око 15,35%. Пренети приходи се односе на обавезе из закључених уговора и преузетих обавеза у 2016. години, који се реализују у 2017. години и односе се на издаваштво, оглашавање у домаћим и ино медијима, интернет оглашавање, закуп сајамског и штандовског простора на сајмовима на којима ће ТОС учествовати почетком 2017. године.

14.4. Приходи од донација

Планирани приходи од донација у износу од 2.375.000 динара, ће се утрошити на планиране пројекте (Пројекат ЕДЕН), а намена утрошених средстава је регулисана уговорима.

Приход од донације у односу на укупан приход у процентима износи 0.48 %.

14.5. Приходи од изнајмљивања пословног простора

Приход од изнајмљивања пословног простора планиран је у износу од 600.000 динара, а односи се на изнајмљивање сале за конференције, и друге манифестације правним лицима и другим заинтересованим субјектима у земљи. Овај приход представља око 0,12 % у односу на укупне планиране приходе.

14.6. Приходи од заједничког наступа на сајмовима у иностранству

Приходи од заједничког наступа на сајмовима у иностранству, планирају се у износу од 13.000.000 динара, а односе се на приходе од закупа на име заједничког учешћа на сајмовима у земљи и иностранству, и то пре свега са локалним туристичким организацијама, туристичким агенцијама и другим привредним субјектима. Заједничко учешће ТОС-а са другим правним субјектима регулисано је уговором.

Овај приход представља око 2,62 % у односу на укупне планиране приходе

14.7. Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству

Ови приходи планирани су у износу од 400.000 динара што представља око 0,08% у односу на укупне приходе. ТОС остварује значајан платни промет са иностранством, па се курсне разлике јављају по том основу, тј. код плаћања обавеза према иностранству.

14.8. Остали приходи- приходи од смањења обавеза према добављачима и приходи од рефакције ПДВ-а из иностранства

Ови приходи планирани су за 2017. годину у износу од 1.000.000 динара, што представља око 0,2 % у односу на укупне приходе.

15. РАСХОДИ

За 2017. годину планирани су следећи расходи:

Конто	ОПИС	План за 2016. годину	Извршење плана за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	5	5/4
50	Набавна вредност продате робе	500.000	371.037	1.500.000	404.3
51	Трошкови материјала	4.140.000	3.201.545	5.050.000	157.7
52	Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи	72.112.637	62.032.371	75.309.000	121.4
53	Трошкови непроизводних услуга	380.235.300	272.127.006	372.261.000	136.8
54	Трошкови амортизације и резервисања	7.500.000	7.500.000	7.000.000	93.3
55	Нематеријални трошкови	25.762.900	21.547.307	27.135.000	125.9
56	Финансијски расходи	1.000.000	756.468	1.800.000	237.9
57	Остали расходи	4.883.000	4.089.482	4.700.000	114.9
59	Исправке грешака ранијих година	0	0	500.000	0
	Укупно расходи	496.133.837	371.625.216	495.255.000	133.3

Напомена: извршење плана за 2016 годину није коначно, односно приказани су трошкови закључно са месецом новембром, имајући у виду да у моменту сачињавања Финансијског плана нису реализовани трошкови за месец децембар. Извршење је приказано у проценту од око 75%.

Напомена: од планираних средстава за 2016 годину, поред расхода за 2016, због специфичности пословања ТОС-а, авансно су плаћени, и преузете су обавезе по уговорима за сајмове туризма који се одржавају у првом тромесечју 2017. године. Такође, из средстава 2016. године, авансно су плаћене и преузете обавезе по уговорима за кампању оглашавања (Зимска кампања „Србија све што волим“) у електронским и писаним медијима за прва 3 месеца 2017. године.

Процент резервисаних средстава заједно са приказаним извршењем и извршењем за месец децембар, чини преко 90% реализације плана за 2016. годину.

Образложење расхода по појединим позицијама у плану за 2017. годину у односу на извршење плана за 2016. годину као и графички приказ структуре планираних расхода за 2017. годину, дат је у наставку:

15.1 Набавна вредност продате робе

Набавна вредност продате робе представља разлику између прихода од продате робе и разлике у цени.

Конто	Врста расхода	Извршење	План за 2017.	Индекс
-------	---------------	----------	---------------	--------

		плана за 2016. Год.	годину	
1	2	3	4	4/3
50	Набавна вредност продате робе	371.037	1.500.000	404.3

15.2 Трошкови материјала

Трошкови материјала у укупном износу од 5.050.000 динара, у планираним укупним расходима учествују са око 1.02%, а односе се пре свега на трошкове потрошног материјала у износу од 1.400.000 динара, трошкове горива и енергије у износу од 2.450.000 динара и трошкове резервних делова, алата и ситног инвентара у укупном износу од 1.200.000 динара. Трошкове материјала чине: резервни делови за два путничка аутомобила, материјал за одржавање пословног простора, канцеларијски материјал, тонери за штампаче, резервни делови за компјутере, штампаче и копира апарате и други потрошни материјал. Трошкови горива и енергије су гориво за путничке аутомобиле, електрична и топлотна енергија за пословни простор и продајне објекте. Трошкови материјала, горива и енергије смањени су у односу на 2016. годину за око 7,0%.

Увећање трошкова на овој позицији планирано је по основу набавке ситног инвентара и резервних делова, а условљено је набавком инвентара за опремање новог продајног места за продају сувенира, на локацији туристичког комплекса „Авалски торањ“.

Извршење плана приказано у колони 3, не садржи трошкове настале у месецу децембру 2016. године.

Преглед планираних трошкова материјала дат је у следећој табели:

Стари Конто	Нови Конто	Врста расхода	Извршење плана за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
0	1	2	3	4	4/3
51		Трошкови материјала	3.201.545	5.050.000	157.7
512	511	Трошкови осталог материјала (режијског)	1.342.978	1.400.000	104.2
513	512	Трошкови горива и енергије	1.858.567	2.450.000	131.8
	513	Трошкови резервних делова	0	500.000	
	514	Трошкови једнократног отписа алата и инвентара	0	700.000	

15.3 Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи

Број и динамика запошљавања радника ТОС-а у 2017. години

Динамика запошљавања	2017. година											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Стање у 2016. години	35	35	35	35	35	34	34	34	34	34	34	34
План за 2017. годину	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Пријем нових радника	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
преузимање радника	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
нови радници	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Одлазак кадрова	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
у редовну пензију	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
у инвалидску пензију	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
броволни одлазак или по социјалном програму	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Технолошки вишак	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стање на крају месеца	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	34

Квалификациона структура запослених

Степен квалификације	Број запослених у 2017. години
Висока стручна спрема	24
Виша школа	1
средња стручна спрема	9
3 степен стручности	1
основно образовање	
Укупно	35

Оквирна старосна структура запослених

Старосна група	Број запослених у 2017. години
до 30 година	2
од 30 до 40 година	11
од 40 до 50 година	12
од 50 до 60 година	8
преко 60 година	2
Укупно	35

Трошкови плата запослених

Трошкови плата запослених у Туристичкој организацији Србије у 2017. години предвиђени су у укупном износу од 41.029.000 динара, од чега се на бруто 1 плата односи 34.800.000 динара, а на доприносе на плате на терет послодавца 6.229.000 динара.

Планирана маса средстава за плате у 2017. години утврђена је у складу са Законом о привременом уређивању основица за обрачун и исплату плата, односно зарада и других сталних примања код корисника јавних средстава („С. Гласник РС“, број 116/2014).

У складу са Правилником о раду Туристичке организације Србије, ТОС за обрачун плата примењује основицу за обрачун плата за државне службенике и намештенике, која износи нето 17.101,29 динара.

Одлуком о максималном броју запослених на неодређено време у систему државних органа, систему јавних служби, систему Аутономне покрајине Војводине и систему локалне самоуправе за 2015. годину („Сл. гласник РС“, број: 101/2015), максималан број запослених на неодређено време за ТОС је 35.

Табела нето плата + минули рад директора

опис	Нето плата	Минули рад
директор	153.911,62	0

Радна места пратећих и помоћно–техничких послова која су истоврсна пословима намештеника из четврте, пете и шесте врсте радних места, према прописима о државним службеницима и намештеницима:

Табела нето плата + минули рад за помоћно–техничке послове

опис	Нето плата	Минули рад
Запослени 1	29.243,20	670,00

Распон плата минимално-максимално

Максимална плата без минулог рада	Минимална плата без минулог рада	Распон макс/мин
153.911,61	29.243,20	5,26

Трошкови плата у 2016. години, реализовани су у бруто 2 износу од 34.722.076 динара, од чега бруто 1 износи 29.450.446 динара, а доприноси на терет послодавца износе 5.271.630 динара. Имајући у виду да се финансијски план за 2017.годину, сачињава у децембру месецу, пре краја 2016.године, износ извршења је мањи за износ зараде за децембар 2016.године, што представља износ од око 3.060.000 динара.

Табела 1. Реализација плата у 2016. години

Реализација у 2016. години	укупно			пословодство			ЗАПОСЛЕНИ		
	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада(динара)	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (динара)	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (динара)
I	35	2.754.986	78.714	1	216.753	216.753	34	2.538.233	74.654
II	35	2.800.895	80.025	1	217.184	217.184	34	2.583.711	75.991
III	34	2.816.785	82.846	1	217.905	217.905	33	2.598.880	78.753
IV	34	2.788.823	82.024	1	217.476	217.476	33	2.571.347	77.919
V	34	2.736.092	80.473	1	218.412	218.412	33	2.517.680	76.293
VI	32	2.593.976	81.062	1	217.905	217.905	31	2.376.071	76.647
VII	32	2.603.868	81.371	1	217.905	217.905	31	2.385.963	76.966
VIII	32	2.619.505	81.859	1	223.612	223.612	31	2.395.893	77.286
IX	32	2.569.134	80.285	1	217.905	217.905	31	2.351.229	78.374
X	32	2.568.954	80.280	1	217.905	217.905	31	2.351.049	75.840
XI	32	2.588.707	80.897	1	229.845	229.845	31	2.358.862	76.092
XII	32	2.588.707	80.897	1	217.905	217.905	31	2.370.802	76.477
УКУПНО	395	32.030.432	80.884	12	2.630.712	219.226	384	29.399.720	76.562

У 2016. години, није реализован целокупан планирани износ средстава за плате запослених, имајући у виду да је у мају месецу, претходном директору престао радни однос по сили закона, а двоје запослених је споразумно раскинуло радни однос са ТОС-ом. У 2017. години, планира се попуњавање упражњених радних места

у складу са Одлуком о максималном броју запослених на неодређено време у систему државних органа, систему јавних служби, систему Аутономне покрајине Војводине и систему локалне самоуправе за 2015. годину („Сл. гласник РС“, број: 101/2015).

Поред наведеног, током 2016. године, за три раднице исплату накнаду зараде, вршио је Републички фонд здравствене заштите, и Градски секретаријат за дечију здравствену заштиту, обзиром да су током године, биле на породилском одсуству, одсуству ради неге детета и боловању преко 30. дана ради одржавања трудноће.

У 2017. години, планира се износ за плате на нивоу средстава из 2016. године, узимајући у обзир број запослених и висину коефицијената из систематизације радних места ТОС-а.

Табела 2. План зарада у 2017. години

План за 2017. годину	УКУПНО			ПОСЛОВОДСТВО			ЗАПОСЛЕНИ		
	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (динара)	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (динара)	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (динара)
I	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
II	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
III	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
IV	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
V	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
VI	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
VII	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
VIII	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
IX	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
X	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
XI	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
XII	35	2.900.000	82.857	1	217.929	219.226	34	2.680.774	78.820
укупно	420	34.800.000	994.284	12	2.615.148	2.630.712	408	32.169.288	78.846

15.3.1 Планиране накнаде за Управни одбор Туристичке организације Србије за 2017. годину

Према Закону о туризму, Управни одбор има 5 чланова (председника и 4 члана) и Надзорни одбора 3 члана (председника и 2 члана).

Накнаде за рад председника и чланова Управног одбора су испод максималног износа утврђеног Закључком Владе 05 број 120-4780/2008 од 5. новембра 2008. године и износе за председнике Управног и Надзорног одбора, 40.355 динара, у нето износу, а за чланове Управног и Надзорног одбора, месечна накнада у нето износу је 33.628 динара.

Трошкови накнада за чланове Управног и Надзорног одбора у 2016. години, реализовани су у бруто износу од 4.718.467 динара. У наведеном износу извршења није укључен износ исплате накнаде за месец децембар 2016. године.

План за 2017. годину	Планиране накнаде за Управни одбор – динари			
	Број чланова Управног одбора	Укупне нето накнаде за УО	Нето накнаде за чланове УО	Нето накнада за председника УО
I	5	174.869	134.514	40.355
II	5	174.869	134.514	40.355
III	5	174.869	134.514	40.355
IV	5	174.869	134.514	40.355
V	5	174.869	134.514	40.355
VI	5	174.869	134.514	40.355
VII	5	174.869	134.514	40.355
VIII	5	174.869	134.514	40.355
IX	5	174.869	134.514	40.355
X	5	174.869	134.514	40.355
XI	5	174.869	134.514	40.355
XII	5	174.869	134.514	40.355
УКУПНО		2.098.428	1.614.168	484.260

Трошкови накнада за председника и чланове Управног одбора ТОС-а за 2017. годину планирани су у бруто износу од 3.416.736,00 динара (2.098.428,00 динара нето).

План за 2017. годину	Планиране накнаде за чланове Надзорног одбора – динари			
	Број чланова Надзорног одбора	Укупне нето накнаде за НО	Нето накнаде за чланове НО	Нето накнада за председника НО
I	3	107.611	67.256	40.355
II	3	107.611	67.256	40.355
III	3	107.611	67.256	40.355
IV	3	107.611	67.256	40.355
V	3	107.611	67.256	40.355
VI	3	107.611	67.256	40.355
VII	3	107.611	67.256	40.355
VIII	3	107.611	67.256	40.355
IX	3	107.611	67.256	40.355
X	3	107.611	67.256	40.355
XI	3	107.611	67.256	40.355
XII	3	107.611	67.256	40.355
УКУПНО		1.291.332	807.072	484.260

Трошкови накнада за три члана Надзорног одбора ТОС-а за 2017. годину планирани су у бруто износу од 2.043.264,00 динара (1.291.332,00 динара нето).

Накнаде за чланове Управног и Надзорног одбора умањене су у складу са Законом о привременом уређивању основица за обрачун и исплату плата, односно зарада и других сталних примања код корисника јавних средстава.

15.3.2 Трошкови уговора ван радног односа

Конто	Врста трошкова	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
0	1	2	3	3/2
522	Уговори за рад ван радног односа	4.481.709	4.500.000	100.4

Планирани износ за 2017. годину, је на нивоу средстава из 2016. године, обзиром да планира приближно исти број ангажованих лица, информатора који говоре домицилни језик приликом наступа на сајмовима у иностранству, техничка помоћ приликом одржавања сајмова у земљи и лица за обављање додатних послова приликом манифестација у земљи и иностранству.

15.3.3 Трошкови уговора о привременим и повременим пословима

Конто	Врста трошкова	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
0	1	2	3	3/2
524	Уговори о привременим и повременим пословима	0	500.000	0

У 2017. години планира се износ од 500.000 динара, на име трошкова накнаде по уговору о привременим и повременим пословима за ангажовање лица на сезонским пословима у информативним центрима.

15.3.4 Остали лични расходи и накнаде

Конто 529- Остали лични расходи и накнаде

Остали лични расходи и накнаде – службена путовања планирани су у износу од 16.990.000 динара. Планирани износ ове врсте расхода, условљен је природом посла којим се ТОС бави, а које активности подразумевају пре свега промоцију туризма на сајмовима, радионицама и другим догађајима у земљи и иностранству. Укалкулисани износи дневница за службени пут у земљи и иностранству, у складу су са прибављеним Мишљењем Министарства државне управе и локалне самоуправе број: 011-00-00247/2016-20 од 25. јула 2016.године, којим је прецизирано да ТОС нема статус органа из члана 2. Закона о државним службеницима, те се запослени у ТОС-у, не сматрају државним службеницима у смислу истог закона. Такође се наводи да је чланом 30. став 1. Закона о туризму („Службени гласник РС“, бр.36/09,88/10,99/11-др.закон, 93/12,84/15), прописано да туристичке организације из члана 29.овог Закона послују у складу са прописима којима се уређују јавне службе. С тим у вези, мишљење наведеног министарства је да се на запослене ван државних органа не може директно применити Уредба о накнади трошкова и отпремнини

државних службеника и намештеника („Службени гласник РС“, бр. 86/07,93/07,98/07,84/14 и 84/15), већ у конкретном случају, општи прописи о раду, тј. Закон о раду, односно члан 118. Закона, који прописује да запослени има право на накнаду трошкова у складу са општим актом и уговором о раду.

Имајући у виду наведене чињенице, извршено је планирање износа накнада за службени пут у земљи и иностранству до неопорезивног износа, објављеног од стране надлежног органа.

Трошкови службених путовања планирани за 2017. годину, износе 20.610.000 динара, што чини око 4,2 % укупних расхода.

Кonto	Трошкови службених путовања по наменама	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52911	Службена путовања у иностранство и у земљи	16.076.758	16.990.000	105.7

Кonto	Трошкови службених путовања по наменама	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52930	Накнада трошкова физичким лицима која нису запосл.код исплатиоца	2.960.810	3.620.000	122.2

Трошкови личних расхода – превоз на посао и са посла, солидарна помоћ, јубиларне награде и др., планирани су у износу од 3.210.000 динара, што чини 13,48% у односу на укупне личне расходе. Превоз на посао планиран је за 35 радника у просеку по 3.275 динара месечно, а солидарна помоћ, јубиларне награде и отпремине приликом одласка запосленог у пензију, планиране су износу од 1.800.000 динара.

Повећан износ ових трошкова, условљен је чињеницом да у 2017. години, десет радника испуњава услове за добијање јубиларне награде, по основу дужине рада у ТОС-у, а један запослени стиче законски услов за одлазак у старосну пензију.

У 2017. години планирају се трошкови осталих личних расхода који су распоређени по следећим наменама:

Кonto	Накнаде трошкова и остала лична примања	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52910	Превоз на посао и са посла	1.140.169	1.410.000	123.7
52900	Солидарна помоћ јубиларне награде, отпремине и др.	893.192	1.800.000	201.5
	Укупно	2.033.361	3.210.000	157.8

15.4. Остали пословни расходи – трошкови производних услуга

Кonto 53 – Трошкови производних услуга

На позицији 53 – трошкови производних услуга, ТОС-а за 2017. годину планира износ од 372.261.000 динара, што представља 75,17% од укупно планираних расхода. Ови трошкови односе се пре свега на: трошкове издавачке делатности,

трошкове услуга транспорта и телекомуникација, трошкове услуга одржавања, трошкове сајмова у иностранству и земљи, трошкове манифестација у земљи, трошкове ПР агенција, трошкове оглашавања у у земљи и иностранству, трошкове интернет оглашавања и Е-маркетинг, трошкове организовања студијских путовања новинара и туроператора, трошкове промотивног материјала и остале маркетиншке активности.

Рачун 530 – Расходи за издавачку делатност ТОС-а односе се на издавање нових и репринт постојећих публикација, мапа и брошура, дигиталну штампу, превод, лекторисање текста.

Конто	опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
530	Расходи за издавачку делатност	19.744.952	18.060.000	91.5

Конто 531 – Трошкови транспортних услуга и телекомуникација

Трошкови транспортних услуга и телекомуникација представљају трошкове телефона, интернета, превоза рекламног материјала у иностранство за сајмове и друге манифестације, отпреме поште, такси услуга и рент а кар услуга.

Увећање трошкова у односу на 2016. године, настало је због повећаних трошкова интернета, односно закупа интернет домена и хостинга, како би се омогућило несметано оглашавање путем друштвених мрежа, имајући у виду да ће у наредној години ова активност бити увећана.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	3.915.286	5.830.000	148.9

Конто 532 – Трошкови услуга одржавања

Трошкови услуга одржавања представљају трошкове одржавања два путничка аутомобила као и остале опреме, одржавање хигијене пословног простора, клима уређаја, ситне поправке, одржавања система за праћење присутности на послу и одржавања програма Хостинг система.

Износ средстава извршења у 2016. години није укључио трошкове за месец децембар.

Планирани износ је на нивоу планираних средстава из 2016. године.

Конто	Трошкови услуга одржавања	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
532	Трошкови услуга одржавања	3.233.058	3.570.000	110.4

Конто 533 – Трошкови закупнина

Трошкови закупнина представљају трошкове везано за закуп гаражног простора за 2 службена аутомобила, закуп простора за инфо центар на аеродрому

Никола Тесла, као и закуп простора за продајни објекат-Сувенирницу на Тргу Републике.

У износ извршења нису обухваћени трошкови за месец децембар 2016. године.

Конто	Трошкови закупнина	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
533	Трошкови закупнина	1.247.252	1.300.000	104.2

Конто 5340 – Расходи за учешће на сајмовима у земљи

Расходи за учешће на сајмовима у земљи односе се на сајам туризма у Београду, Сајам сувенира “Моја Србија” на Београдском сајму, Сајам туризма у Нишу, Сајам туризма у Крагујевцу, Сајам туризма у Новом Саду.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5340	Сајмови у земљи	7.234.053	7.837.000	108.3

Рачун 5341 – Расходи за учешће на сајмовима у иностранству за 2017. годину

Планирано је да се ови расходи финансирају из средстава буџета за 2017. годину са око 45.960.000 динара, из пренетих прихода из 2016. године са 21.640.000 динара, а са 13.000.000 динара ће се финансирати из средстава од заједничких наступа на иностраним сајмовима.

Средства планирана на овој позицији у складу су са планом учешћа ТОС-а на сајмовима у 2017. години, а која су дефинисана у Програму рада за 2017. годину.

Конто	Расходи за учешће на сајмовима у иностранству за 2017. годину	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53411	Сајмови у иностранству	69.859.684	80.600.000	115.4

Конто 5390 – Трошкови манифестација у земљи

Расходи за одржавање манифестација у земљи, односе се на организацију манифестације Туристички цвет, Туристички форум, учешће на Миксер фестивалу, Ноћ музеја, реализацију промотивних активности - Фебруар месец промоције туризма.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3

5390	Трошкови манифестација у земљи	2.533.731	2.850.000	112.4
------	--------------------------------	-----------	-----------	-------

Конто 5391 –Услуге информисања-сарадња ТОС-а са ПР агенцијама

ТОС сарађује са ПР агенцијама у иностранству у складу са активностима планираним Програмом рада.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53911	Сарадња ТОС-а са ПР агенцијама	21.471.213	29.072.000	135.4

Повећање трошкова на овој позицији у односу на извршење из 2016. године, настало је из разлога што у 2015. и 2016. години години, нису успешно спроведени поступци јавних набавки на свим планираним тржиштима, обзиром да са појединих тржишта нису благовремено приспеле одговарајуће понуде, ради чега су ови поступци поновљени. Из наведених разлога, тек крајем 2016. године, након спроведеног поступка јавне набавке, за поједина тржишта су закључени уговори, који своје правно дејство имају током 2017. године.

Такође, у 2017. години, планира се и ангажовање ПР агенција на тржиштима на којима ТОС до сада није остваривао ову сарадњу – САД, УАЕ, Турска и др.

Конто 53922 – Оглашавање у земљи

Конто	Опис	Извршење за 2016.годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53922	Оглашавање у земљи	58.323.200	57.630.000	98.8

Конто 53923 – Оглашавање у иностранству

Конто	Оглашавање на иностраном тржишту	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53923	Оглашавање у иностранству	14.198.520	50.776.000	357.6

С обзиром да оглашавање као модел комуникације у промоцији, представља једно од најснажнијих маркетиншких средстава, у 2017. години, поред оглашавања у писаним медијима у иностранству, планира се оглашавање на ТВ каналима на циљним иностраним тржиштима (земље бивше Југославије, Русија, земље из непосредног окружења, Турска, УАЕ и Кина).

У склопу позитивних туристичких трендова на домаћем тржишту у 2016. години и плана да се у 2017. години интензивира кампања на домаћем тржишту, на шта се комплеметарно надовезује подела туристичких ваучера и давање подстицаја рецептивним туристичким агенцијама у 2017. години, од стране Министарства

трговине, туризма и телекомуникација, у овој години планира се интензивирање оглашавања у земљи у време туристичких кампања, кроз оглашавање на телевизијским и радио станицама, оглашавање кроз специјализоване емисије на телевизијским станицама, амбијентално оглашавање за време летње и зимске кампање кроз билборде, брендирање такси возила и аутобуса у већим градовима Србије, дигиталне паное, оглашавање у писаним медијима (дневни листови, часописи) за време летње и зимске кампање, сарадња и оглашавање у туристичким часописима, продукција видео материјала за потребе оглашавања на тржишту Србије.

Поред интензивне кампање на домаћем тржишту, ТОС у наредној години планира рекламне кампање и на иностраним тржиштима у већем обиму и интензитету у односу на претходне. Поред ПР активности на иностраним тржиштима, додатан нагласак биће стављен на оглашавање, и то кроз различите канале комуникације. Први пут ће ТОС имати кампање на глобалним ТВ мрежама, које ће се реализовати у две етапе, у пролеће и јесен, као промоције летњег и зимског одмора у Србији. Ова активност ће се реализовати кроз емитовање спотова као промоције бренда и имиџа Србије, као и кроз креативне и атрактивне огласне кампање на порталима ових мрежа. Поред наведеног, ТОС ће имати огласне кампање на најслушанијим радио станицама, најважнијим туристичким порталима, на друштвеним мрежама – како општим тако и специјализованим, као што су нпр. кинеске и руске друштвене мреже, у специјализованим туристичким часописима намењеним како туристичкој привреди тако и општој популацији.

У 2016. години, мањи проценат извршења у односу на планирана средства, јавио се из разлога уговарања кампања у иностранству крајем 2016. године, а чије финансирање ће се вршити током 2017. године, из средстава обезбеђених 2016. године.

Кonto 5393- Интернет оглашавање и Е- маркетинг

Кonto	Опис	Извршење за 2016.годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	13.146.294	46.780.000	355.8

Трошкови на овој позицији односе се на промоцију путем друштвених мрежа, израда тематских микросајтова, промоција кроз travel portale, google adwords кампања, mobile apps и друго.

Оглашавање на интернет порталу и друштвеним мрежама, као медија комуникације који је доступан и који користи најшира јавност, намеће неопходност праћења трендова, увођења нових сервиса и повећање обима on line оглашавања и дигиталних активности, са циљем достављања маркетиншке поруке најширем кругу корисника, информисања, анимирања.

Истраживање које је извршено међу страним туристима који су посетили Србију, показало је, да њих 64% је одабрало Србију као атрактивну туристичку дестинацију, управо путем on line оглашавања, тако да ће се овом виду оглашавања посветити пуна пажња током 2017. године.

Кonto 5394 – Расходи за организовање студијских путовања за новинаре и туроператоре

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5394	Расходи за организовање студијских путовања за новинаре, туроператере и блогере	22.652.633	26.720.000	117.9

У циљу креирања свести, побољшања имиџа и обраћања широј јавности у земљама које су нам циљна тржишта, ТОС ће наставити да у посету дестинацији позива представнике индустрије, новинаре, туроператоре и блогере са одређених тржишта. Реализација ових активности ће се вршити у складу са Програмом рада.

Конто 5395 - Заједничке активности са другим субјектима у земљи

Конто	Заједничке активности	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи	3.695.295	6.680.000	180.7

Средства на овој позицији односе се на спровођење заједничких промотивних активности са локалним туристичким организацијама, непрофитним организацијама, невладиним сектором, привредним друштвима која се баве туризмом и иницијативама за промоцију туризма.

Извршење у 2016. години у наведеном износу, не садржи трошкове за активности које су реализоване током децембра 2016.год., а у 2017. години планирано је повећање средстава, имајући у виду активности које ће ТОС спровести са другим субјектима у земљи.

Конто 5396 - Промотивни материјал

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5396	Промотивни материјал	4.275.036	4.500.000	105.2

Трошкови промотивног материјала односе се на набавку и израду брендираних сувенира и другог промотивног материјала, у циљу што квалитетнијих наступа на сајмовима и промоцији туризма Србије на посебним догађајима, у земљи и иностранству. Брендирани промотивни материјал ТОС, уступа и државним органима и организацијама, страним делегацијама, приликом одржавања скупова у земљи и иностранству.

Рачун 5397 - Остале активности у земљи и иностранству

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5397	Остале активности у земљи и иностранству	26.596.799	30.056.000	113.0

Ова група трошкова обухвата активности ТОС-а на промоцији туризма како у земљи, тако и у иностранству. То се пре свега односи на снимање промотивних филмова, спотова и клипова, како би се на најбољи начин Србија приближила страним и домаћим туристима. Ови филмови се поред емитовања на електронским медијима, емитују и током трајања сајмова и других догађаја у земљи и иностранству. Поред тога, у 2017. години планира се и израда Стратегијског маркетинг плана, који је предвиђен новом Стратегијом за развој туризма у Србији у наредном петогодишњем периоду. Овим планом биће прецизиране све маркетиншке активности у наредних пет година, у циљу брендирања и позиционирања Србије као атрактивне туристичке дестинације

На овој позицији финансирају се и трошкови Конгресног бироа Србије на промоцији Србије као водеће дестинације за организацију конгресног туризма, истраживање тржишта и сл.

15.5. Трошкови амортизације и резервисања

Рачун 540 – Трошкови амортизације и резервисања

Кonto	Трошкови амортизације и резервисања	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
540	Трошкови амортизације	7.500.000	7.000.000	93.3

Кonto 550 - Трошкови непроизводних услуга

Трошкови непроизводних услуга односе се на услуге обезбеђења пословног простора, едукација запослених, услуге превода, лекторисања, услуге прес клипинга и услуге заштите на раду, трошкове здравствених услуга, софтвер, лиценце и сличне накнаде за права интелектуалне или индустријске својине који не испуњавају услове да се воде као нематеријална улагања, и остале непроизводне услуге.

Кonto	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
550	Трошкови непроизводних услуга	4.043.182	5.440.000	134.5

Кonto 551 – Трошкови репрезентације

Правилником о намени, условима и начину коришћења средстава репрезентације и бизнис платних картица у Туристичкој организацији Србије, а имајући у виду специфичности обављања делатности промоције туризма Републике Србије у земљи и иностранству, средства репрезентације по својој намени се користе за:

- 1) пословне потребе директора и других запослених;
- 2) потребе обављања основне делатности чији се трошкови, у складу са Законом о рачуноводству и ревизији, у финансијским извештајима, исказују на конту 551-репрезентација и то:
 - (1) трошкови послужења на штанду, на сајмовима у земљи и иностранству на којима наступа ТОС;
 - (2) трошкови угоститељских услуга који су везани за студијска путовања и боравак новинара и туроператора у Републици Србији;
 - (3) трошкови угоститељских услуга који су везани за манифестације;

(4) трошкови репрезентације у сопственим посл.просторијама (кафе кухиња);

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
551	Трошкови репрезентације	8.644.713	10.860.000	125.6

Имајући у виду проценат извршења у висини од 80% у односу на планирана средства у 2016. години, као и реализацију трошкова на овој позицији до краја године, извршено је планирање средстава за 2017. годину, у износу од 10.860.000 динара, што представља умањење за око 10% у односу на план 2016.године.

Конто 552 – Трошкови премије осигурања

Трошкови премије осигурања садрже трошкове по основу осигурања непокретности, опреме, осигурање од одговорности према трећим лицима (каска осигурање службених аутомобила), премије осигурања средстава у транспорту, путно осигурање лица приликом боравка на службеном путу у иностранству за време трајања сајмова и других манифестација, као и обавезно осигурање запослених од последица несрећног случаја и повреде на раду.

Планирани износ у 2017. години, увећан је по основу планирања осигурања од елементарних непогода и провалних крађа, робе и опреме која се налази у постојећим продајним објектима, као и у новоотвореном објекту - сувенирници на локацији туристичког комплекса „Авалски торањ“ на Авали.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
552	Трошкови осигурања имовине и лица	273.609	405.000	148.0

Конто 553 - Трошкови платног промета

Трошкови платног промета садрже трошкове платног промета приликом плаћања обавеза у земљи и иностранству, трошкове банкарских услуга и остале трошкове платног промета.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
553	Трошкови платног промета	574.600	620.000	107.9

Конто 554 – Трошкови чланарина у пословним удружењима и међународним асоцијацијама

Трошкови чланарина у пословним удружењима и међународним асоцијацијама планирају се у износу од 5.700.000 динара, имајући у виду да је ТОС чланица великог

броја међународних удружења из области туризма и то: ICCA, PATA, DRV Nemačka, ANTOR Norveška, ANTOR Velika Britanija, ANTOR Švedska, ETC, RDA, Transromanica,, NTA iz SAD, EDEN Asocijacija, Udruženje švedskih turističkih novinara i drugih.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
554	Чланарине у пословним удруж.и међународним асоцијацијама	5.036.787	5.700.000	113.1

Конто 555 – Трошкови пореза

Трошкови пореза планирају се за измирење обавеза по основу пореза на имовину, пореза на име финансирања запошљавања особа са инвалидитетом, пореза приликом регистрације службених аутомобила, локалне комуналне таксе и осталих пореза.

Износ извршења у 2016. години није исказан у потпуности, имајући у виду да ће обавезе по основу пореза за финансирање особа са инвалидитетом бити измирене уз децембарску зараду. Такође, незнатно повећање у 2017. години у односу на 2016. годину, уследило је након одлуке локалне самоуправе да је ТОС обвезник плаћања комуналне таксе за истицање фирме на пословном простору, те се по том основу планирају трошкови у 2017. години.

Конто	Трошкови пореза	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
555	Трошкови пореза	1.940.812	2.135.000	110.0

Конто 557- Трошкови од условљених донација

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2016. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
557	Трошкови од условљених донација	87.504	625.000	714.2

С обзиром да је Пројекат EDEN имао изузетне резултате и да постоји заинтересованост да се одржи континуитет овог пројекта, ТОС ће подржати локалне ТО, финалисте на претходна два конкурса, и радити на подизању капацитета за укључивање у ЕДЕН асоцијацију и анимацију потенцијалних учесника наредног конкурса.

Конто 559 – Остали нематеријални трошкови

Остали нематеријални трошкови односе се на трошкове такса (за регистрацију службених аутомобила, судске и друге таксе), огласе за јавне набавке, претплате на службене листове и часописе, комуналне услуге и друге нематеријалне трошкове.

Средства за ове намене у 2017. години, планирана су на нивоу планираних у 2016. години.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
559	Остали нематеријални трошкови	946.100	1.350.000	142.6

15.6 Финансијски расходи

Конто 56 - Финансијски расходи

Финансијски расходи подразумевају расходе по основу затезних камата и негативних курсних разлика. Затезне камате планирају се у износу од 900.000 динара, и увећане су у односу на 2016. годину, имајући у виду правоснажну судску пресуду по основу које настаје обавеза ТОС-а да у 2017. години, поред главног дуга измири и обавезе по основу затезне камате. Расходи по основу негативних курсних разлика, планирају се у износу од 900.000 динара, а исте настају приликом измирења обавеза према ино добаљачима. Овај износ планиран је у висини планираних расхода за 2016. годину.

Конто	Опис	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
56	Финансијски расходи	756.468	1.800.000	237.9

15.7 Остали расходи

Конто 57 – Остали расходи

На позицији Остали расходи, планирано увећање у 2017. години, односи се пре свега на обавезу ТОС-а да измири трошкове главног дуга по правоснажној судској пресуди чије извршење се очекује у наредној години, као и судске трошкове.

Конто	Остали расходи	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
57	Остали расходи	4.089.482	4.700.000	114.9

15.8 Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода

Конто 59 – Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода

Конто	Остали расходи	Извршење за 2016. годину	План за 2017. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
59	Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода	0	500.000	0

Вршилац дужности председника Управног одбора
Др Ратка Вушуровић

Прилози

Прилог 1: Пројекција биланса успеха ТОС-а за 2017. годину –

у хиљадама динара

Рачун група рачуна	ПОЗИЦИЈА	АПО	2016	2017	индекси
1	2	3	4	5	5/4
	А. ПРИХОДИ И РАСХОДИ ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА				
60 до 65	I. ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ	1001	370.415	493.855	133.32
60	1. ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1002	614	1.880	306.19
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	356.074	478.375	134.35
65	V ПРИХОДИ ОД НЕФИНАН. ИМОВИНЕ	1006	13.727	13.600	99.07
50 до 55,61	Б. ПОСЛОВНИ РАСХОДИ	1007	366.780	488.255	133.12
50	I.НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	1008	371	1.500	404.31
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	3.202	5.050	157.71
52	VI ТРОШКОВИ ЗАРАДА ,НАКНАДА ЗАРАДА И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	1013	62.032	75.309	121.40
53	VII ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	1014	272.127	372.261	136.80
540	VIII ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	1015	7.500	7.000	93.33
541	IX ТРОШКОВИ РЕЗЕРВИСАЊА	1016			
557	X ТРОШКОВИ ДОНАЦИЈА	1017	87	625	718.69
55 осим 557	XI НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ	1018	21.461	26.510	123.53
	В. ПОСЛОВНИ ДОБИТАК	1019	3.635	5.600	154.06

	О. ПОСЛОВНИ ГУБИТАК	1020			
66	I .ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ	1021	258	400	155.04
660	1.Приходи од фин,имовине од мат.	1022			
661	2.ПРИХОДИ ОД КАМАТА	1023			
662 и 663	3.ПОЗИТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ	1024	258	400	155.04
664	4.Приходи од идвиденди	1025			
669	5.Остали прих.пд финансијске имовине	1026			
56	II ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ	1027	756	1.800	238.09
560	1.Фин.расходи.из односа са мат.п.лиц.	1028			
562	2.Расходи камта	1029			
563,564,566	3.НЕГАТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ	1030	756	1.800	238.09
569	4.ОСТАЛИ ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ	1031			
	III. ДОБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА	1032			
	IV.ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА	1033	498	1.400	281.12
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	952	1.000	105.04
57 и 58 осим 583 и 585	X.ОСТАЛИ РАСХОДИ	1039	4.089	4.700	114.94
	XI.ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕД. ПОСЛ. ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА	1040	0	500	-
	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		500	-
	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			

Прилог 2: Проекција Биланса Стања ТОС-а за 2017. годину–

у хиљадама динара

Група рачуна рачун	Биланс стања	аоп	2016	2017	индекси
1	2	3	4	5	5/4
	АКТИВА				
	А. СТАЛНА ИМОВИНА	0001	24.340	26.051	107.03
	I НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	0002	10.796	10.796	100
2	II НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА, ОПРЕМА	0003	13.544	15.255	112.63
020.0 21 и део 029	1. Земљиште	0004			
022 и део 029	2. Грађевински објекти	0005			
023 и део 029	3. Постројења и опрема	0006	13.544	15.255	112.63
024 и део 029	4. Инвестиционе некретнине	0007			
02 осим	5. Остале некретнине, постројења и опрема	0008			
3	III БИОЛОШКА СРЕДСТВА	0009			
4	IV ДУГОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0010			
5	V ДУГОРОЧНА ПОТРАЖИВАЊА	0011			
	Б. ОБРТНА ИМОВИНА	0012	217.710	185.946	85.41
Класа 1	I ЗАЛИХЕ	0013	6.031	7.730	128.17
10	1. Залихе материјала	0014			
11 и 12	2.. Недовршена производња, недовршене услуге и готови производи	0015			
13	3. Роба	0016	913	1.520	166.48

15	4. Плаћени аванси за залихе и услуге	0017	5.118	6.210	121.34
20	II ПОТРАЖИВАЊА ПО ОСНОВУ ПРОДАЈЕ	0018	6.039	4.560	75.51
22	III ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	0019	1.080	560	51.85
23	IV КРАТКОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0020	339	0	0
24	V ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ И ГОТОВИНА	0021	133.242	105.000	78.80
27	VI ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0022	96	96	100
28	VII АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0023	70.883	68.000	95.93
	V. УКУПНА АКТИВА ПОСЛОВНА ИМОВИНА	0024	242.050	211.997	87.58
88	G. ВАНБИЛАНСНА АКТИВА	0025			
	ПАСИВА				
	A. УЛОЗИ	0401	32.201	32.201	100
30	I. УЛОЗИ СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ ОСНИВАЧА И ДРУГИХ ЛИЦА	0402	32.201	32.201	100
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			
	B. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И ОБАВЕЗЕ	0409	209.849	179.796	85.68
40	I ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА	0410			
41	II ДУГОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0411			
413 I 414	1. Дугорочни кредити	0412			
41 осим	2. Остале дугорочне обавезе	0413			
42	III КРАТКОРОЧНЕ ФИНАНСИЈСКЕ ОБАВЕЗЕ	0414			
43	IV ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	0415	80.866	77.220	95.49
45 I 46	V ОСТАЛЕ КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0416	5.248	5.248	100
47	VI ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0417	32	14	43.75

48	VII ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗЕ ,ДОПРИНОСЕ И ДРУГЕ ДАЖБИНЕ	0418	3	3	100
49	VIII ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0419	123.700	97.311	78.67
	IX ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗНАД ВИСИНЕ УЛОГА СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ	0420			
	Г. УКУПНА ПАСИВА	0421	242.050	211.997	87.58
89	Д. ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА	0422			