

**ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ**

**ПРОГРАМ РАДА СА ФИНАНСИЈСКИМ ПЛАНОМ  
ЗА 2021. ГОДИНУ**

Београд, децембар 2020. 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 2021. години
  - 4.2. Истраживање туристичког тржишта Србије
  - 4.3. Пројект брендирања туризма Србије
  - 4.4. Едукација у циљу опоравка туристичке привреде у пост ковид периоду
  - 4.5. Друга фаза укључивања Србије на светску гастрономску мапу
5. ПЛАНИРАНЕ ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ НА ТРЖИШТИМА У 2021. ГОДИНИ
  - 5.1. Сајмови
  - 5.2. Издавачка делатност
  - 5.3. Студијске посете новинара, блогера и организатора путовања
  - 5.4. Оглашавање
  - 5.5. Продукција
  - 5.6. Сајт Туристичке организације Србије
  - 5.7. Ангажовање маркентиншких агенција
  - 5.8. Информисање и односи са јавношћу
  - 5.9. Оглашавање у иностранству
  - 5.10. Остале маркентишке активности
6. АГЕНЦИЈЕ ЗА ОДНОСЕ С ЈАВНОШЋУ
7. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА, СПРОВОЂЕЊЕ ЗАЈЕДНИЧКИХ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА
  - 7.1. Координација активности локалних туристичких организација
  - 7.2. Сарадња са органима, организацијама, јавним предузећима и удружењима на домаћем тржишту из области туризма, као и ван области туризма, а које утицај на укупну туристичку понуду
  - 7.3. Заједничке активности
8. КОНГРЕСНИ БИРО
  - 8.1. Активности на домаћем тржишту
  - 8.2. Промоција на међународном тржишту
  - 8.3. Информисање и односи са јавношћу
  - 8.4. Подршка у процесу истицања кандидатура за организацију међународних скупова у Србији
  - 8.5. Чланство у међународним организацијама

9. ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ
- 9.1. Пројекат ЕДЕН
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 2021. годину
- Пројекција Биланса стања за 2021. годину

## 1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ

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

## 2. ОСНОВНИ ПОДАЦИ

### 2.1. ОСНОВНИ ПОДАЦИ ТОС ДАТИ СУ У ПРЕГЛЕДУ КОЈИ СЛЕДИ

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

### 2.2. ОСНИВАЊЕ

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

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

### 2.3. ДЕЛАТНОСТ

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

### 2.4. ОРГАНИ УПРАВЉАЊА И УНУТРАШЊА ОРГАНИЗАЦИЈА

Органи управљања, надзора и руковођења су:

- Управни одбор
- Надзорни одбор
- Директор

Управни одбор има пет чланова и врши следеће послове:

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

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

Надзорни одбор има три члана и врши следеће послове:

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

Директор

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

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

Организациона структуру ТОС-а чине директор и 4 сектора:

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

## **2.5. РЕСУРСИ**

### **2.5.1. Основна средства**

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

### **2.5.2. Запослени**

ТОС у своје ресурсе убраја и све запослене раднике.

### **2.5.3. Финансијска средства**

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

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

Средства из буџета за рад ТОС, у износу од 450 милиона динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2021. годину („Службени гласник РС“, број 149/2020), раздео 32 – 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-а је да:

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

Мисија ТОС-а је:

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

Стратегија ТОС-а:

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

## **4. ПРОГРАМ РАДА**

Према подацима Републичког завода за статистику, у периоду јануар-новембар 2020. године у Републици Србији боравило је укупно 1,731.379 туриста, што је за 49% мање у односу на период јануар-новембар 2019. године), од чега је домаћих било 1,306.900 (24% мање у односу на период јануар-новембар 2019.) или 75% од укупног броја гостију, а иностраних 424.479 (-75%), односно 25% од укупног броја гостију. У посматраном периоду

остварено је укупно 5,926.610 ноћења (што је за 37% мање у односу на период јануар-новембар 2019. године), од чега су домаћи туристи остварили 4,738.695 ноћења (17% мање у односу на 2019. годину), што чини 80% од укупног броја остварених ноћења, а иностранци 1,187.915 (-68%) или 20% од укупног броја остварених ноћења.

Мерено бројем остварених ноћења, домаћи гости су највише боравили у бањским местима (43%), затим следе планинска места (31%). Иностранци гости највише су боравили у Београду (45%), затим следе Остала туристичка места (19%), итд.

Према подацима Народне банке Србије девизни прилив од туризма у првих 10 месеци 2020. године износио је 910 милиона \$, односно 855 милиона €, што је за 27% мање у поређењу са истим периодом 2019. године.

У доњој табели приказан је, по земљама, туристички промет у периоду јануар – новембар 2020. године, са тржишта са којих долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења страних туриста	% 2020/2019.
Босна и Херцеговина	122.269	- 56 %
Турска	102.213	- 52 %
Руска Федерација	81.709	- 60 %
Црна Гора	74.978	- 66 %
Румунија	73.971	- 57 %
Кина	55.013	- 78 %
Немачка	54.168	- 72 %
Хрватска	53.378	- 70 %
Северна Македонија	51.457	- 62 %
Бугарска	45.626	- 67 %

Извор: Републички завод за статистику

Тек након добијања целокупних података за комплетну 2020. годину, односно крајем јануара 2021. године, добиће се комплетан увид у доласке и ноћења по месецима, и утврдити сезоналност, удео долазака и ноћења по тржиштима, девизни прилив и извршило поређење наше и светске годишње стопе пада међународног туристичког промета који је напустио као последица пандемије вируса КОВИД 19.

За првих 10 месеци Србија је са падом од 75% броја иностраних туриста на сличном нивоу просечне светске стопе пада иностраних гостију која је у првих 8 месеци 2020. године износила 70%, док је у Европским земљама тај пад био 68% (извор: „UNWTO World Tourism Barometer October 2020“-последњи расположиви подаци).

#### 4.1. ПЛАНИРАНЕ АКТИВНОСТИ НА ТРЖИШТИМА У 2021. ГОДИНИ

Предлог Плана рада Службе за промоцију туристичке понуде за 2021. годину под пресудним је утицајем непознаница које се тичу ситуације везане за путовања изазваним пандемијом КОВИД-19. Имајући у виду све околности које могу утицати на туристичко пословање и промотивне активности у области туризма како у позитивном тако и у негативном смислу, потребно је у 2021. години омогућити максималну флексибилност и могућност брзог прилагођавања у оквиру планираних ставки и буџета.

Подаци о понашању туриста након пандемије указују на то да ће много више туриста размишљати о одмору у својој земљи. То представља прилику за даље повећање броја домаћих туриста, као и могућност да се део слободног времена и годишњих одмора проведе у Србији уместо у иностранству.

Након пандемије КОВИД-19, требало би планирати и знатне промене у профилу међународних туриста који посећују Србију. Велика је вероватноћа да ће се сва тржишта суочити са смањењем броја долазака и ноћења, а највећи пад у посећености очекује се код оних веома удаљених тржишта, као и код оних на која највише утичу ограничења везана за путовања, као што су непостојање директних авио веза или недовољно добра повезаност, ограничења везана за превентивне здравствене процедуре приликом уласка у земљу и повратка у земљу порекла, и слично.

У глобалном смислу, туристи ће, у 2021. години, много више путовати регионално ка ближим дестинацијама, које су лако доступне превозним средствима, као што су аутомобил, или аутобус, а мање ка далеким дестинацијама, авионом. Такође, с тим у вези, претпоставља се да ће се већина туриста одлучити за индивидуално организована путовања уместо групних, било да та путовања организују сами, или уз помоћ агенција (резервација смештаја и активности нпр.).

Пандемија је такође утицала на забринутост туриста у вези са здрављем, хигијеном и безбедношћу, што је повећало интересовање за већ познате дестинације у близини и за сертификације угоститељских објеката којима се туристима гарантује поштовање превентивних здравствених процедура.

Организатори путовања ће се окретати ка најпрофитабилнијим дестинацијама у 2021/22. години, што ће их натерати да се консолидују и фокусирају на већ познате дестинације, чиме се у великој мери ограничава увођење нових дестинација и туристичких производа.

КОВИД-19 је оставио изузетно негативне последице на индустрију крстарења, и не зна се колико ће она уопште бити одржива у будућности. Овом сектору ће вероватно бити потребан веома дуг период да се опорави, што ће имати утицаја на међународне посетиоце у Подунављу.

Веома велики раст броја састанака на даљину и виртуелних догађаја створио је бројне изазове којима конгресни и пословни туризам мора да се прилагоди. У 2020. години су одложени или отказани многи велики догађаји који се поново планирају у будућности. Иако је тешко предвидети облик будуће индустрије манифестација, доћи ће до преусмеравања на мање догађаје са повећаном удаљеношћу међу посетиоцима, с мерама друштвеног дистанцирања у смислу физичког простора и повећаним опцијама за виртуелно присуство.

Имајући у виду неке од наведених трендова, раније промотивне и маркетиншке активности и статистичке податке о ранијем и тренутним кретањима посетилаца са главних и најперспективнијих тржишта за туризам Србије, као и добру саобраћајну повезаност и директну авио повезаност, Служба за промоцију предлаже да се активности у 2021. години усмере ка следећим тржиштима:

- Домаће тржиште
- Регион 1 –земље бивше СФРЈ
- Регион 2 – остале земље у региону: Мађарска, Румунија, Бугарска, Грчка
- Турска
- Русија
- Земље западне Европе (Немачка, Италија, Француска, Скандинавија – Шведска, Велика Британија) и САД
- Кина

Од осталих тржишта предлажу се у мањем обиму активности у Белорусији, Украјини, земљама Бенелукса, Шпанији, УАЕ, Израелу и Индији, а у циљу одржавања континуитета присутности на овим тржиштима и као последица уочених туристичких кретања ка Србији у доба пандемије.



Повећање обима и одговарајуће комбиновање промотивних активности које је ТОС, заједно са другим субјектима, спроводио на домаћем тржишту у претходној години, као и реализација подстицајних мера Министарства трговине, туризма и телекомуникација, допринеле су мањем паду домаћег туристичког промета током у 2020. години, коју је обележила епидемија КОВИД-а 19.

План промотивних активности ТОС-а за 2021. годину направљен је у складу са истраживањима ставова и понашања домаћих, односно иностраних туриста, која су спроведена током 2018., 2019. и почетком 2020. године. Главни циљ наведених истраживања био је добијање података о демографским и економским карактеристикама туриста, карактеристикама и мотивима њиховог одмора у Србији и Београду, као и о главним изворима инспирације за долазак у Србију и информација о туризму Србије. Поред тога, анализирана су туристичка кретања на главним циљним тржиштима и утицај тих кретања на привлачење туриста са ових тржишта у Србију. Резултати ових истраживања, као и њихова свеобухватна анализа пружили су детаљне информације за боље сагледавање тренутне ситуације на туристичком тржишту Србије и послужили као основ за планирање промотивних кампања ТОС-а на домаћем, односно међународном туристичком тржишту. Такође, ове информације омогућавају локалним дестинацијама и комплетној туристичкој привреди да своју понуду и промотивне активности прилагоде потребама и жељама домаћих и иностраних туриста, што ће у коначном резултату довести до раста броја, пре свега домаћих туриста и, у зависности од ситуације на светском туристичком тржишту, девизног прихода од туризма.

Очекује се да ће очувању домаћег туристичког промета и ублажавању последица епидемије КОВИД 19 у 2021. години у значајној мери допринети акција поделе туристичких ваучера грађанима Републике Србије од стране Министарства трговине, туризма и телекомуникација.

## **4.2. ИСТРАЖИВАЊЕ ТУРИСТИЧКОГ ТРЖИШТА СРБИЈЕ**

У циљу што бољег сагледавања сложене ситуације на тржишту и као основ за формирање даљих кампања и начина приступа промоције, Туристичка организација Србије планира истраживање туристичког тржишта Србије. Основни циљ овог истраживања биће утврђивање чињеница о демографским и економским карактеристикама домаћих туриста (евентуално иностраних туриста из региона, у зависности од епидемиолошке ситуације) и карактеристикама њиховог одмора у Републици Србији. Истраживање ће омогућити детаљну анализу профила туриста у Србији, њихове мотивације, задовољства, понашања на путовању, туристичким производима које преферирају и процену вредности за новац који добијају.

Такође, значајан циљ је и испитати основне маркетинг алате које туристи користе да би се информисали о туристичким дестинацијама у Србији.

Имајући у виду пандемију КОВИД-а 19 која има велики утицај на све аспекте свакодневног живота, између осталог и на туристичке навике наше популације, Туристичка организација Србије управо спроводи истраживање домаћих туриста које има за циљ добијање података о демографским и економским карактеристикама домаћих туриста и карактеристикама њиховог одмора у Републици Србији (у градовима, бањским местима, планинским местима, сеоским домаћинствима и др.), као и о њиховом ставу према провођењу одмора у земљи у 2021. години, имајући у виду пандемију, претходна искуства провођења одмора у Србији и очекивања за следећу годину. Резултати овог истраживања очекују се половином марта 2021. године.

Резултати овог истраживања, као и истраживања које се планира крајем 2021. године, омогућиће туристичкој привреди, локалним туристичким организацијама и пружаоцима

услуга у туризму да своју понуду прилагоде потребама и жељама потрошача и да у складу са тим обликују своје промотивне наступе на тржишту Србије и у региону, односно да прилагоде маркетинг алате ситуацији и последицама које се могу очекивати услед пандемије КОВИД-а 19.

#### **4.3. ПРОЈЕКТ БРЕНДИРАЊА ТУРИЗМА СРБИЈЕ**

У складу са Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије до 2025. године, који подразумева креирање јасно дефинисаног и успешно комуницираног туристичког бренда Србије као туристичке дестинације, и ребрендирање и репозиционирање Србије на домаћем и међународном тржишту потребно је започети овај пројекат брендирања. Овај пројекат обухвата расписивања тендера за израду националног бренда туризма Србије и креирање широког консултативног тима током процеса израде пројектног задатка, оцене и усвајања бренда, и то са представницима јавног и приватног сектора, академске заједнице, невладиних организација и других заинтересованих страна које су на директан начин укључени у процес комуникације бренда.

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

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

#### **4.5. ДРУГА ФАЗА УКЉУЧИВАЊА СРБИЈЕ НА СВЕТСКУ ГАСТРОНОМСКУ МАПУ**

У сарадњи са светски признатим гастрономским водичем *Mishelin*, планира се наставак друге фазе укључивања Србије на светску гастрономску мапу, односно укључивање нових дестинација и пружалаца услуга у престижни гастрономски водич.

### **5. ПЛАНИРАНЕ ПРОМОТИВНЕ АКТИВНОСТИ У 2021. ГОДИНИ**

#### **5.1. САЈМОВИ**

ТОС ће у 2021. години представити туризам Србије на сајмова туризма у земљи, уколико се они буду одржали због пандемије.

Што се тиче сајмова у иностранству, ТОС ће виртуелно учествовати на најмање три сајма у иностранству, као и на најмање три сајма конгресног туризма у иностранству, а уколико епидемиолошки услови то буду дозвољавали, ТОС ће бити спреман и да физички учествује на одређеним сајмовима, уколико се исти буду организовали.

Сајмови у земљи:

Међународни сајам туризма	Београд
Сајам сувенира	Београд
Youth fair	Нови Сад
Сајам туризма	Нови Сад
Сајам туризма и сеоског туризма	Крагујевац

Сајмови у иностранству на којима ће ТОС кроз виртуелно учешће предатвити и промовисати туристичку понуду Србије:

ITB	Берлин, Немачка
WTM	Лондон, В. Британија
COTTM China	Пекинг, Кина

Сајмови конгресног туризма:

IMEX WORLD	Франкфурт, Немачка
Conventa	Љубљана, Словенија
IBTM	Барселона, Шпанија

## 5.2. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ

Штампани промотивни материјал ТОС обухвата брошуре, публикације, каталоге, туристичке карте, промотивне флајере, позивнице, визит карте и сл.

Промотивне брошуре ТОСа које ће се ажурирати и репринтовати су :

1. „**Авантуре духа – културно наслеђе Србије**“ (српски, енглески, француски, италијански) – репринт, (немачки, руски, шпански, словеначки, кинески)- ново издање..
2. **Serbia Highlights**, (енглески, француски, грчки, италијански, кинески, пољски, португалски, руски, турски)- репринт
3. **Србија – живот у ритму срца**, (енглески, арапски, кинески, шпански, француски, немачки, хебрејски, италијански, јапански, турски);
4. **Дворски комплекс Србије – групне посете и обиласци**, прво двојезично (српско-енглеско)издање 2020. Године. Напомена – половина тиража за ову публикацију редовно се, приликом штампе сваког издања, уступа Краљевском двору.
5. **Serbia Meeting Planner's Guide**, прво издање 2011. године, на енглеском језику
6. **Пешачење и бициклизам-активан одмор у Србији** прво издање 2018- српски, немачки и енглески -репринт
7. **Кампинг и караванинг**, у сарадњи са Кампинг асоцијацијом Србије – тројезично издање (српски, енглески, немачки) - репринт
8. **Хотелски адресар** - двојезично издање (енглеско-немачки) - репринт
9. **Билтен туристичка понуда за летњу сезону** – српски - репринт
10. **Билтен туристичка понуда за зимску сезону** – српски - репринт
11. **Календар догађаја** - српски и енглески
12. **52 викенда у Србији** - српски, енглески, бугарски, немачки, мађарски, словеначки, руски – репринт, и грчки (нова брошура)
13. **Туристичка карта Србије** српски, енглески, француски, немачки, италијански, руски, пољски, кинески, турски, шпански, грчки, јапански, персијски - репринт
14. **Културно благо Србије** српски, енглески – репринт, немачки, италијански, руски, шпански, словеначки
15. **Индустријско наслеђе** - српски
16. **Османско наслеђе у Србији** - српски, турски, немачки, енглески
17. **Карта манастира** - српски, енглески, руски, италијански, немачки, - репринт
18. **Руско наслеђе у Србији** – српски, руски - репринт
19. **Дунав у Србији 588 утисака** - српски, енглески, немачки и француски – репринт
20. **Откријте Дунав у Србији** - атракције
21. **Soulfood Srbija** – енглески, - репринт
22. **Бањска и климатска места у Србији** - српски, руски и енглески - репринт
23. **Здравствени туризам** - српски, руски, енглески - репринт

24. **Каталог сеоских туристичких домаћинстава-српски**
25. **Србија путеви вина**
26. **„Храна и вино“** (српски, енглески), брошура о гастрономским и винским особеностима, представљена кроз регије Србије. Ова брошура је намењена пре свега иностраном туристичком тржишту, коме ће се представити гастрономски доживљај Србије, допуњен укусима аутохтоних сорти грожђа.
27. **Нова Општа брошура туристичке понуде Србије.** Нова брошура биће савремено конципирана, осмишљена тако да атрактивним дизајном, кратким привлачним текстовима као и новим фотографијама анимира будуће посетиоце Србије. Брошура ће бити припремљена само као онлајн издање, на енглеском језику
28. **Авантуристички туризам - активан одмор у Србији**  
Ова брошура, заједно са брошуром „Пешачење и бициклизам-активан одмор у Србији“, чиниће целину, и кроз модеран концепт и дизајн представиће конкретну туристичку понуду Србије кад је у питању активни одмор. Штампанем и ове брошуре, престаће да се штампа брошуре „Спорт и активан одмор“, (српски, енглески, немачки).
29. **„Јеврејско културно наслеђе“** у Србији ( српски, енглески, хебрејски)  
По угледу на сепарате брошуре „Културно благо Србије“, Османско и Руско културно наслеђе у Србији, процењено је да треба штампати и брошуру/сепарат „Јеврејско културно наслеђе“, због значајног броја израелских туриста у Србији.
30. **Постери Србије** - 10 мотива

За оне брошуре које имају карту, потребно је израдити картографске подлоге (за оне за које уговор истиче, као и нове).

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

Дистрибуција промотивног штампаног материјала одвија се :

- преко инфо центара ТОС-а: на Аеродрому Београд, Трг Републике 5, Чика Љубина 8 и инфо центра на Авалском торњу
- на сајмовима, специјализованим манифестацијама
- директним слањем материјала на адресе у земљи и иностранству заинтересованим појединцима и организацијама,
- преко дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству
- на захтев државних органа и других заинтересованих организација и институција, за потребе међународних скупова и приликом посета страних делегације.

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

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

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

### 5.2.1. Инфо центри и сувенирнице

Основна функција инфо центара, давање информација туристима и подела промотивног материјала, обogaћена је продајом сувенирског програма.

Како је 2020-ту годину обележио велики пад посете инфо центрима, планира се дистрибуција брошура из издавачког програма ТОСа у значајнијем тиражу, локалним туристичким организацијама које имају инфо центре, које би, на тај начин, биле доступне домаћим гостима који посећују дестинације у Србији.

Планира се наставак сарадње са удружењима који се баве старим и ретким занатима. Ова удружења, прецизније њихови чланови, израђују и продају сувенире, као што су нпр. Етно мрежа (пустовање вуне, ткање, плетење, нецовање, златовез), Наше руке (опанчарски занат), Банатски мотиви (рад на стаклу), итд. Сам процес израде ових производа често је непознат, необичан, те стога, интересантан, атрактиван и занимљив туристима.

У плану је едукација запослених у инфо центрима и сувенирницама из области - кризна комуникација и вештине продаје. Такође, неопходно је обуку обогатити, оним елементима који се односе на кризу изазвану КОВИД 19 и утицајем на туризам и безбедност путовања, уопште, на мере које су предузели хотели у Србији, бање, скијалишта и слично, које ће утицати на планирање и одлуке о путовањима.

### **5.3. СТУДИЈСКЕ ПОСЕТЕ НОВИНАРА, БЛОГЕРА И ОРГАНИЗАТОРА ПУТОВАЊА**

#### **5.3.1. Страни организатори путовања, новинари и блогери**

У 2021. планирано је да се, у зависности од ситуације у вези са пандемијом и с тиме повезаном могућношћу путовања, организују студијске посете дестинацији за представнике медија из већине раније наведених приоритетних тржишта. У оквиру ових посета, предност ће имати ТВ екипе и блогери / инфлуенсери.

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

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

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

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

## 5.4. ОГЛАШАВАЊЕ

### 5.4.1. Дигитално оглашавање

- Оглашавање на интернет претраживачима Google и Youtube;

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

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

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

### 5.4.2. Оглашавање у штампаним, електронским и online медијима

Ова врста оглашавања подразумева:

- Оглашавање у дневним листовима- штампана/ online издања;
- ТВ оглашавање;
- Радио оглашавање;
- Оглашавање у магацинима- штампана/ online издања;

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

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

## 5.5. ПРОДУКЦИЈА

- Снимање филма Србија- љубав у сваком погледу;
- Снимање спота за летњу сезону '21;
- Снимање спотова за летњу и зимску ТВ кампању 2021/22;
- Снимање спотова за летњу и зимску радио кампању 2021/22;
- Целогодишња кампања са домаћим инфлуенсерима на друштвеним мрежама ТОС-а
- Целогодишња кампања на друштвеним мрежама у сарадњи са специјализованим каналима за гастрономију кратких видео формата којима се промовише домаћа кухиња кроз регионе;

- Продукција огласних решења за дневне новине, магazine и специјализоване часописе;
- Продукција Google банера за циљана оглашавања на овом претраживачу;
- Продукција дигиталних огласа за друштвене мреже;
- Редовно креирање, ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних и видео), на профилима ТОС-а;
- Обнављање базе фотографија са дефинисаним темама;  
Реализација медијских пројеката који промовишу туристичке дестинације и производе;
- ПР текстови;

## **5.6. САЈТ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ СРБИЈЕ**

- Месечно одржавање, хостинг подршка, администрација (неопходне измене) сајта ТОС-а (све језичке варијанте), администрација сервера итд;
- Прилагођавање брошура на сајту online стандардима;
- Креирање виртуелних тура (VR);
- Унапређивање функционалности, увођење нових сервиса и активација на интернет страници ТОС-а
- Покретање блог странице ТОС-а;
- Увођење сервиса- Newsletter;
- Редовно креирање, ажурирање и дистрибуција нових садржаја (текстуалних и видео), као и ажурирање база података на страницама ТОС.

## **5.7. АНГАЖОВАЊЕ МАРКЕТИНШКИХ И ПР АГЕНЦИЈА**

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

- Ангажовање агенција за израду креативних решења и текстова за потребе промоције ТОС путем друштвених мрежа као и посредовање при медијском закупу (Facebook, Instagram, Google и Youtube);
- Ангажовање агенције за посредовање при медијском закупу на друштвеној мрежи Twitter;
- Ангажовање видео продукције за праћење активности ТОС, догађаја и активности у области туризма ради информисања јавности и медија;
- Ангажовање агенције за достављање пресклипинга;

## **5.8. ИНФОРМИСАЊЕ И ОДНОСИ СА ЈАВНОШЋУ**

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

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

## **5.9. ОГЛАШАВАЊЕ У ИНОСТРАНСТВУ**

### **5.9.1 Дигитално оглашавање у иностранству**

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

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

### **5.9.3. Амбијентално оглашавање у иностранству**

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

### **5.9.4. Оглашавање на иностраним ТВ и радио станицама**

- У 2021. години планира се оглашавање на BBC Global News, Euronews, Eurosport, Travel Channel и другим каналима, у форми кампање која ће се водити кроз емитовање спотова на ТВ и кроз одговарајуће промотивне активности на порталима и друштвеним медијима. Имајући у виду резултате постигнуте ранијих година, очекивани резултати су даље значајно подизање свести о Србији као пожељној туристичкој дестинацији на приоритетним тржиштима и позиционирање Србије као дестинације за одмор код одабраних циљних група.
- Планирају се ТВ и радио кампање на тржиштима Русије, Белорусије, Украјине и Турске, као и на другим тржиштима

## **5.10. ОСТАЛЕ МАРКЕТИНШКЕ АКТИВНОСТИ**

### **5.10.1. Посебни догађаји и промоције у иностранству**

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

У 2021. години планирано је организовање виртуелних посебних догађаја на одабраним приоритетним тржиштима на којима ће се промовисати општа и специјализована туристичка понуда Србије. Тржишта су земље бивше СФРЈ, остале земље у региону, Русија, Белорусија, Украјина, Немачка, Италија, Француска, Скандинавија, Велика Британија, Кина и САД. Виртуелни догађаји ће бити разни облици презентација



дестинације, вебинара, радионица, у организацији самог ТОС-а или у организацији агенција специјализованих за ову врсту догађаја.

## **5.10.2. Посебни догађаји и промоције у Србији**

### **- 11. Туристички форум 2021. године**

На Форуму се представљају актуелни трендови у туризму, и расправља се о тренутном стању у туризму и правцима активности. На Форуму учествују представници локалних туристичких организација, удружења и друге организације из области туризма, институције као и представници туристичке привреде и медија.

Место одржавања Туристичког Форума: Велико Градиште/Сребрно језеро

Теме:

1. Презентација Стратегијског маркетинг плана туризма Републике Србије до 2025. године
2. Туризам и култура, „Story telling“ – презентација која оставља трајан доживљај
3. Авантуристички туризам као фактор развоја дестинације
4. Умрежавање нових туристичких дестинација у Србији које имају у понуди активни одмор и рецептивних агенција
5. Здравствени туризам и бање  
Полазећи од чињенице да је један од све значајнијих мотива за путовање, здравствени туризам, туристичка понуда бања би могла у овом сегменту да понуди много више него до сада.
6. „Нови трендови у туризму у пост ковид периоду“

### **- Туристички цвет 2021. године**

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

- **Две изложбе на одабрану тему, у Београду на Сава Променади** у сарадњи са Београдом на води д.о.о., а у оквиру протокола о сарадњи, март-октобар;

### **- Учешће на струковним конференцијама и догађајима у земљи и иностранству**

Представници ТОС-а ће узети учешће на стручним семинарима и конференцијама у земљи и иностранству, у складу са планираним средствима, а минимално по једну конференцију по туристичком производу.

- **Учешће на конференцији о културно-историјском наслеђу у организацији међународних институција у Европи;**

### **- Учешће на Генералној скупштини Трансроманике 2021**

- **Учешће на конференцији/радионици о бањском туризму у организацији европских или међународних институција;**

- **Учешће У ОРГ. конференцији 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 о активном одмору, у организацији међународних институција*
- *Учешће на конференцији и радиониоцама у оквиру Сајма сеоског туризма на Рудном*
- *Учешће на туристичким форумима у регион у (Црна Гора, Република Српска)*

## **6. АГЕНЦИЈЕ ЗА ОДНОСЕ С ЈАВНОШЋУ**

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

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

Агенције за односе с јавношћу, као један од важнијих ослонаца ТОС-а у креирању имиџа Србије као туристичке дестинације и успостављању сарадње са иностраним медијима и организаторима путовања, у 2021. години биће, због утицаја пандемије на смањени обухват активности ТОС-а за које је потребно ангажовање агенција за односе са јавношћу, исте ангажовати само на следећим тржиштима: Русија, Кина, Немачка и Француска.

## **7. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И СПРОВОЂЕЊЕ ЗАЈЕДНИЧКИХ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА**

### **7.1. КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА СЕ ОДНОСИ НА:**

- обезбеђивање информација о новим садржајима, новим смештајним капацитетима, попуњеност капацитета...
- прекогранична сарадња, институционална подршка у аплицирању за пројекте;

- у изради нових брошура и видео материјала
- у изради планова и програма рада
- приликом примене законских прописа и др. аката
- приликом пружања подршке у поступку проглашења туристичког простора
- одржавање едукативних радионица за представнике сеоских туристичких домаћинстава у сарадњи са локалним туристичким организацијама везаних за имплементирање новог Закона о угоститељству.
- едукација у области унапређења промоције туристичког производа на тему нових тржишта

### **7.1.1 УЧЕШЋЕ У ПРОЈЕКТУ ДИГИТАЛИЗАЦИЈА ТУРИЗМА СРБИЈЕ**

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

У циљу упознавања представника ТОС-а са понудом мање развијених дестинација, организоваће се низ студијских путовања у периоду од марта до јуна 2021. године, а у зависности од удаљености дестинација у трајању од један, два и три дана.

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

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

### **7.2.1 ЗАЈЕДНИЧКЕ АКТИВНОСТИ СА НАЦИОНАЛИНИМ АВИО-ПРЕВОЗНИКОМ ЕР СРБИЈА**

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

### **7.3. ЗАЈЕДНИЧКЕ АКТИВНОСТИ**

#### **7.3.1. Заједничке активности у иностранству**

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

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

### **7.3.2. Едукација**

Едукација као важан вид унапређења квалитета туристичке понуде планирана је и током 2021. године и то за представнике локалних туристичких организација, представнике туристичке привреде – хотели, туристичке агенције, водичи, институције културе и др.

Организовање online конференција/састанака, као својеврсна едукација, са представницима ЛТО, институција и представницима туристичке привреде.

На састанке ће бити позивани као предавачи, представници сектора екологије, културе и наслеђа, спорта, медија, науке... који би презентовали одређене теме, као и представници приватног сектора који би представљали примере добре праксе.

За сваку тему планирано је ангажовање стручних предавача/експерата.

Теме које би биле заступљене односиле би се на: нови начин организације и промоције догађаја у Србији, имплементацију пројекта Е туриста“, управљање туристима на туристичком простору, заштиту природе кроз развој одрживог туризма, препознавање и унапређење квалитета туристичке понуде дестинације препознавање трендова у туризму од стране локалних туристичких организација уз избор одговарајућег локалног бренда, унапређење промотивних активности, посебно дигиталног маркетинга и комуникацију са одговарајућим тржишним сегментима и слично.

## **8. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ (КБС)**

### **8.1. АКТИВНОСТИ НА ДОМАЋЕМ ТРЖИШТУ**

#### **8.1.1. Организовање активности и догађаја у земљи намењених локалним стејхолдерима, као и учешће на сајмовима и туристичким манифестацијама у земљи**

Имајући у виду тренутну епидемиолошку ситуацију, али и опције позитивног решавања исте, и велику вероватноћу умереног повратка ка бизнис моделима операционализације активности из ранијег периода, све активности у овој тачки су планиране на начин да, уколико ситуација остаје на тренутном нивоу, се могу пребацити у опцију виртуелне или хибридне варијанте. Свакако хибридна варијанта омогућује највећи домет и ефикасност активности, поре реалног одржавања.

Активности на домаћем тржишту се у 2021. години су усмерене на неколико кључних поља деловања, које све заједно имају синергестки циљ спремања тржишта Србије за поновно отварање и поновну иницијацију међународног конгресног тржишта, као и интерно репозиционирање конгресног туризма као стратешког туристичког производа на страни доносиоца одлука и туристичких политика Србије.

Прва група активности подразумевају наставак развоја односа са представницима домаћих асоцијација, удружења и савеза у различитим сферама индустрије и науке, а све у циљу наставка активности везаних за подизање капацитета локалних асоцијација за прикључивање у глобалне токове на адекватан начин. Неопходно је у директним разговорима развити даље платформе сарадње у смеру укључивања Србије у међународна тржишта, имајући у виду да су међународне асоцијације донекле промениле начине пословања и бизнис моделе, због чега се отвара простор и за нове чланове и за

нове дестинације, када говоримо о организацији конгреса и догађаја. Једно од битних ствари је растумачити и сазнати услове бирања српских представника у међународне бордове светских и европских асоцијација, као и у радне групе и комитете. На овај начин не само да се добија признање о квалитету и домаћој експертизи, већ се додатно подиже визибилитет Србије као потенцијалне конгресне дестинације. Такође, у разговору са домаћим асоцијацијама и савезима треба поставити и тему модернизације домаћих асоцијација, у смислу организације, затим креирање основе за укључивање њихових млађих сарадника, како би се у неком догледном периоду омогућио континуитет свих активности на одрживим и дугорочним основама. Такође, организација домаћих асоцијација треба да прати и приступе структурирању и новим систематизацијама поља истраживања и делатности које имају њихове светске и европске асоцијације. Додатна вредност поменутих активности је даљи стимуланс развоју и генерисању домаћег тржишта конгреса и догађаја, које, сигурно до последњег квартала представља једино сигурно тржиште за домаћу конгресну индустрију. Све ове активности су део програма развоја локалних асоцијација. Такође, активности су везане и за развој односа са домаћим клијентима у домену корпоративне индустрије, како би се са својим светским и европским централама комуницирала спремност да се у Србији организују њихови већи међународни корпоративни скупови.

У новим условима пословања, које је здравствена криза наметнула, неопходно је редефинисати односе са стејкхолдерима конгресне индустрије, односно увести нове услове партнерства, а која могу да укључују ново дефинисане безбедносне стандарде боравка у хотелима и организације догађаја. У читавом овом процесу, серија и оперативних састанака, пре свега на појединачном нивоу, али и нови серијал едукација конгресне индустрије, ће омогућити унификацију циљева који се желе постићи, али и донети нови и уједначити ниво знања и разумевања индустрије. У тој динамици, Годишњи састанак конгресне индустрије Србије је планиран за први квартал 2021. године, а најреалније почетком фебруара месеца, који има за циљ да се прикажу резултати активности у периоду 2016-2020, да укаже на тренутну ситуацију, као и да се ускладе активности међу конгресном индустријом током 2021. године, како би се оствариле буџетске уштеде на обе стране, али и синергетски ефекти. Ово је прилика да се нови чланови, који раније нису сарађивали са Бироом, упознају са активностима, али и да се види тренутни статус традиционалних стејкхолдера, имајући у виду да су много значајно погођени кризом. Овде се очекује да учешће узме 70-100 представника конгресне индустрије Србије, а у зависности од епидемиолошке ситуације, састанак ће бити организован или у традиционалној форми уживо, или као хибридни семинар, у ком се представници ТОС/Бироа и одређени представници индустрије јављају из студија, док се остали укључују виртуелно преко неке од платформи за интернет састанке. У зависности од развоја епидемиолошке ситуације и процене утицаја на конгресну индустрију, и полугодишњи састанак се може реализовати на средини године, ради сумирања до тада урађени активности.

Вече конгресних амбасадора, као и додела награда конгресним амбасадорима, је планиран да се организује у последњем кварталу 2021. године. Овај догађај фокус ставља на професоре, докторе, стручњаке, представнике домаћих и међународних асоцијација са којима је Биро у претходном периоду успоставио значајан ниво сарадње а која је довела до кандидовања Србије за организовање међународних конгреса, као и у позицију да буде домаћин међународних скупова. У зависности од епидемиолошке ситуације на крају 2021. године, циљ је да се на или реалном скупу који ће се одржати у једном од хотела или конгресних простора, или у хибридној форми (где ће се представници ТОС/Бороа и конгресних амбасадора укључивати из студија, а остали учесници пратити преко неке од платформи за интернет састанке), где се очекује око 250 поменутих представника удружења, као и партнера из конгресне индустрије, укаже на значај међународних конгреса и догађаја као платформи друштва базираног на знању, те да се одају признањима појединцима који су учинили напоре и омогућили да се Србија као конгресна дестинација покаже у најбољем светлу према међународним организаторима и делегатима.

Веома битна планирана активност је и организовање серијала едукације конгресне индустрије, а која има за циљ да се кроз интерактивне радионице представници конгресне понуде упознају са новим трендовима у организацији конгреса и мотивационих путовања, али и да стекну нове вештине неопходне за изградњу односа са клијентима. Ова активност се може планирати заједно са домаћим удружењем хотела, ако би обухват укључених полазника тренинга био што шири, и како би била покривена читава територија Србије.

Активности на домаћем тржишту подразумевају и учешће представника Бироа у својству говорника, модератора или делегата скуповима који организује конгресна, туристичка и хотелијерска индустрије у Србији. Теме које се покривају су из домена стратешког и оперативног менаџмента дестинације, операција хотела, дефинисање и праћење индикатора перформанси и успеха, креирање туристичких производа, имплементација нових приступа у управљању дестинацијом.

### **8.1.2. Оглашавање и промоција у домаћим медијима**

Оглашавање и промоција у домаћи медијима се планира са циљем подизања укупне видљивости значаја конгресног туризма за Србију и српску економију, и на који начин се долази, осим до економских ефеката од организације конгреса, и до ефеката заоставштине (*engl. Legacy*) који домаћи, регионални и међународни конгреси имају за Србију. Све планиране активности у оквиру ове тачке ће помоћи даљем етаблирању читаве конгресне индустрије.

Начин комуникације преко одабраних канала промоције ће се базирати на стручним текстовима као и на интервјуима на тему конгресног туризма, дестинацијског менаџмента и платформе сарадње са домаћим стручним удружењима у домену привлачења међународних конгреса у Србију. Планирана је и сарадња са медијима који су специјализовани за конгресни туризам, управо са циљем упознавања стручне јавности о активностима бироа у домену дестинацијског менаџмента. Након тога, потенцијална сарадња ће се остварити са медијима из домена економије и бизниса. На овај начин таргетира се тржиште и домаћег корпоративног сектора о могућностима сарадње са бироом, а пре свега у домену активности привлачења већим међународних корпоративних скупова. Оно што је јако значајно, је и да се планира учешће и креирање стручних емисија на специјализованим медијским каналима о конгресном туризму, где ће о дефинисаним стручним темама говорити експерти конгресне индустрије, како са стране понуде, тако и са стране тражње. План је да се ове емисије креирају сваких шест месеци.

## **8.2. ПРОМОЦИЈА НА МЕЂУНАРОДНОМ ТРЖИШТУ**

Имајући у виду тренутну епидемиолошку ситуацију, али и опције позитивног решавања исте, и велику вероватноћу умереног повратка ка бизнис моделима операционализације активности из ранијег периода, све активности у овој тачки су планиране на начин, да се одређене активности морају реализовати у стандардној форми „уживо“, али и да ће одређени број прећи на виртуелне и/или хибридне варијанте.

### **8.2.1. Учешће на сајмовима конгресног туризма**

Међународни сајмови конгресног туризма ће се најреалније у првом делу године реализовати на виртуелног варијанти, која подразумева виртуелну организацију састанака са представницима конгресне тражње преко сајамске платформе. За други део године, реално је очекивати да ће сајмови ићи ка традиционалним начинима излагања „уживо“, уз наравно поштовање свих безбедносних и здравствених мера. Имајући у виду претходно

наведено, ова активности учешћа на сајмовима конгресног туризма је базирана на пажљиво дефинисаној комбинацију учешћа на традиционалним сајмовима и виртуелним сајмовима.

- IMEX WORLD, 25-27 мај, тачна форма још није дефинисана, Франкфурт, Немачка Године 2020. није организован ни у једној форми, јер је термин био у јеку епидемиолошке кризе. Један од водећих сајмова конгресног туризма, са снажним учешћем клијената из асоцијација, као и водећих корпоративних клијената. У зависности од форме, на сајму се очекује реализација до 150-200 састанака са доносиоцима одлука око организације конгреса и подстицајних путовања. Очекује се учешће до 15 суизлагача из привреде. Уколико се сајам организује у стандардној форми, планирана величина штанда је око 60 квадрата, а позиција штанда омогућује и анимирање потенцијалних клијената који нису унапред резервисали састанке.

- Conventa, 25-26 август, очекује се стандардна форма, 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 30 јасно профилисаних састанака. Сајам карактеришу нижи трошкови излагања јер нема класичне куповине простора, већ се купује изложбени пакет који обухвата: сто и графикае.

- IBTM, 30.11-02.12., очекује се стандардна форма, Барселона, Шпанија Значајан међународни сајам конгресног туризма, са снажним учешћем клијената из водећих корпорација и организатора подстицајних путовања. На сајму се очекује реализација преко 400 састанака са доносиоцима одлука око организације група и конгреса. Биће закупљен штанд величине до 40 квадрата, а биће уређен на начин да омогућује несметано кретање клијената и реализацију пословних састанака. Очекује се учешће око 10 суизлагача из привреде. Представник КБС је увек и део официјалних дешавања самих организатора које окупљају најутицајније осове у домену конгресног туризма али на глобалном нивоу.

- Остали виртуелни сајмови у 2021 Имајући у виду да је епидемиолошка ситуација до краја није предвидива, током 2020. године добијена су обавештења о новим, тржишно специјализованим сајмовима.

## **8.2.2. Ogлашавање и промоција у страним медијима**

Имајући у виду да је и даље питање ревитализације конгресне индустрије на глобалном нивоу, неопходно је планирати и сет традиционалних и дигиталних алата, ако што су текстови и огласи у стручним часописима, али и дигитално оглашавање на специјализованим порталима и кроз дигиталне канале представника.

## **8.2.3. Посебне конференције и радионице у иностранству из области конгресног туризма**

Због и даље непредвидиве епидемиолошке ситуације, форма, у смислу да ли традиционална форма „уживо“ или виртуелна форма, најважнијих конференција и радионица из конгресног туризма у иностранству није дефинисана. Према најавама које су добијене током краја 2020. године, први део године ће карактерисати виртуелна реализација, а други део године је планиран за реалну организацију. У оба случаја, планира се учешће у раду, имајући у виду да до сада су остварени добри резултати и контакти на оваквим дешавањима.

- ICCA World Congress, светски конгрес, 24-27 октобар,

ICCA је водећа светска асоцијација која окупља конгресну индустрију. Једном годишње организује се светски конгрес који на једном месту окупља конгресну индустрију. Јако је битно искористити прилику и одржати континуирану присутност Бироа на овако престижним догађајима. 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. Јако битан елемент учешћа је и процес business development – он подразумева развој односа са клијентима из међународних асоцијација који долазе на конгрес, где је прилика да се лично представимо. Такође, Биро увек учествује и на сесији размене контаката и лидова, за коју се морамо квалификовати.

- European CVBS Alliance Meetings – 2 x годишње

Састанци шефова националних конгресних бироа имају за циљ координацију активности према прекоморским тржиштима. На састанку се такође решавају оперативна питања наступа на сајмовима, лобирања за снижавање трошкова наступа на сајмовима, договарања око заједничких истраживачких активности. Састанци такође служе да се размене искуства у организацији активности националних конгресних бироа, јер у зависности од нивоа економске развијености земље и постојања локалних бироа, као и висине њихових капацитета, постоје и разлике у функционисању истих. Биро има добар углед у овој алијанси, и треба даље наставити на подизању угледа Бироа, јер се на тај начин етаблира дестинација, али и омогућава непосредан контакт са клијентима. Очекује се да први састанак Алијансе буде у виртуелном формату, а други да буде „уживо“.

- ICCA CEC Summer Meeting, европски састанак, Цирх, август

Реч је о састанку који окупља најутицајније људе Централне и Источне Европе који су чланице ICCA. На овим догађајима фокус је на едукативном делу и умрежавању. Подсећамо да је Београд 2019. године био домаћин овог конгреса и да је ниво стандарда и едукација и умрежавања подигну. Такође, представник Бироа је ко- председавајућих CEC ICCA, тако да је визибилитет Србије на јако високом нивоу.

- Међународни догађаји из области конгресног туризма, конгресне индустрије, економије и менаџмента дестинације

Реч је о догађајима који се организују на глобалном ниову и где представник Бироа учествује као говорник, модератор или панелиста. Учешће на оваквим догађајима је од изузетног значаја јер показују напредак Србије у домену конгресног туризма и дају глобалну позитивну оцену. Ови догађаји се организују доминантно у Европи. Трошкове учешћа покрива сам организатор.

#### **8.2.4. Организовање студијских путовања за стране новинаре и за организаторе конгресних и пословних путовања**

Студијска путовања у домену инспекција дестинација и тура упознавања представљају један од најефикаснијих начина продаје конгресне дестинације, и то у свим сферама, почевши од великих конгреса асоцијација, преко мањих корпоративних догађаја и прослава до организовања подстицајних путовања. Циљ је да се реални страни клијенти и страни организатори конгреса упознају са конгресном инфраструктуром и доживљајем конгресног производа. На овај начин у реалном времену могу да види све предности и недостатке



Србије као конгресне дестинације, и да свакако креирају позитиван и промотиван имиџ о Србији као конгресној дестинацији. Неколико категорија клијената се овде таргетирају. Пре свега различите светске и европске асоцијације, на чије конгресе аплицирамо заједно са домаћим удружењима и асоцијацијама. Затим, реч је о клијентима који организују корпоративне догађаје и подстицајна путовања, и на ове клијенте аплицирамо заједно са партнерима из конгресне индустрије, пре свега ДМЦ агенцијама и хотелима. Корпоративне агенције су такође учесници, и они у свом портфолију имају велики број клијената чиме се креирају могућности за крос селинг.

### **8.3 ИНФОРМИСАЊЕ И ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ**

- У овој години КБС наставља са скупљањем ажурираних информација од представника конгресне индустрије, а који се тичу информација о структури конгресних и смештајних капацитета, нових ин센зив производа базираних на искуству, као и свим осталим новим облицима и форматима конгресне понуде. Уколико се буде приступило изради нове брошуре Serbia Meeting Planner's Guide, тираж штампе је ограничен на не више од 100 комада, имајући у виду да све већи број организатора користи дигиталне верзије водича, тако да ће се правити УСБ меморије са материјалом.
- У овој години ставља се фокус на унапређење интернет презентације Бироа, а што може подразумевати постављање функционалног сајта, креирање новог садржаја и унапређење постојећих, као и дефинисање приступа друштвеним медијима.
- У процесу истицања кандидатура Србије као дестинације за међународне догађаје неопходно је имати адекватан бид материјал, који може обухватити алате попут промотивних спотова о Србији као конгресној дестинацији, као и израду различитих осталих колатералних и информативних материјала, а радиће се и креирање фото базе.
- Обухватају и активности слања бид материјала поштом

### **8.4. ПОДРШКА У ПРОЦЕСУ ИСТИЦАЊА КАНДИДАТУРА ЗА ОРГАНИЗАЦИЈУ МЕЂУНАРОДНИХ СКУПОВА У СРБИЈИ**

Активности подршке у процесу истицања кандидатуре за организацију међународних конгреса у Србије се настављају, и форма, у смислу „дигитална“ или „уживо“ ће зависити од развоја ситуације. Током 2020. ове активности су рађене у веома базичној варијанти, јер реакција међународних асоцијација, али и читавог тржишта је била брза и решавала је тренутне проблеме. За 2021. годину очекује се полако враћање ка стандардним формама реализације конгреса асоцијација. Без обзира, планиране активности се могу прилагодити тренутним условима.

- Презентације дестинације у иностранству подразумевају званично представљање кандидатуре и домаћинства Србије за организацију међународних конгреса у дефинисаним годинама. Презентације дестинације у иностранству подразумевају догађаје различитих формата, као што су конгреси међународних асоцијација, догађаји корпорација, различите радионице, продајне презентације пред клијентима, и друге. Ова ставка у буџету је омогућила да се Србија по први пут појави као реални кандидат за организацију међународних конгреса, јер смо у прилици да кандидатуру представимо и одбранимо. Често се на овим презентацијама и доноси директно одлука о будућем домаћину, тако да је једноставније мерити ефекте на уложена средства.
- У првом делу године планирано је и да се одржи серија дигиталних презентација дестинације за клијенте у иностранству. Заједно са конгресном индустријом

дефинисаће се 5 приоритетних гео тржишта, са којих ће се, уз асистенцију продајних представника анимирати клијенти да учествују и виртуелној презентацији Србије. То подразумева спремање и прилагођавање програма дигиталног семинара самим специфичностима гео тржишта, креирање и презентација садржаја из дигиталног студија, али и интеракцију са клијентима који се укључују кроз селектирану дигиталну платформу.

- Следећи начин се односи на подршку кроз Презентацију дестинације у земљи, а обухвата подршку кроз презентовање кандидатура током боравка представника међународних асоцијација и утицајних људи у Србији. Овакав вид промоције је доста интересантан јер са мање уложених ресурса, можемо креирати подједнако велике резултате и доприносе, јер се клијенти већ налазе у Србији. Овде је битно нагласити да саме домаће асоцијације такође учествују и садржинска и буџетски у овим трошковима и активностима.
- Продајна мисија у иностранству – активност подразумева активну организацију састанака и представљање Србије селектираним клијентима из домена асоцијација и корпорација, као и организовање пословних радионица између потенцијалних клијената и конгресне индустрије. Постоје два начина реализације ове активности. Први је самостално учешће КБС у реализацији, а други је у сарадњи са представницима конгресне индустрије. Овакав приступ дај резултате, а све је ствар само организовања активности и расподеле трошкова.
- У трећем кварталу, а у сарадњи са конгресном индустријом и удружењем хотела, планирано је да се организује по први пут Сајам конгресног туризма. Наиме, све клијенте које смо доком дигиталних презентација дестинације упознали у првом делу године, позивамо да се прикључе дигиталном сајму конгресног туризма. На овај начин свим чиниоцима понуде конгресног туризма Србије дајемо могућност да директно причају са клијентима из иностранства.

## **8.5. ЧЛАНСТВО У МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА**

ICCA – Међународна асоцијација за конгресе и конвенције  
European CVB Alliance – Европска алијанса националних конгресних бироа

## **9. ПРОЈЕКТНЕ АКТИВНОСТИ**

### **9.1. ПРОЈЕКАТ ЕДЕН**

ТОС ће у 2021. години спровести активности везане за програм ЕДЕН – Изузетне дестинације Европе (EDEN – European Destinations of Excellence) које за циљ имају обезбеђивање континуитета у подизању капацитета изабраних дестинација за даљи развој и промоцију њихових туристичких знаменитости. Координацију свих активности обављаће руководилац ЕДЕН програма у ТОС, а учешће ће, према потреби, узимати и други запослени.

#### **9.1.1.Годишњи састанак ЕДЕН мреже Србије**

Редован годишњи састанак биће одржан на некој од изабраних дестинација у Србији, чији домаћин ће бити утврђен накнадно, с тим што ће предност у организацији имати победничке дестинације. Догађај се састоји из едукативног дела и представљања добрих примера из праксе на дестинацији. Учесници су по један представник изабране

дестинације, руководилац пројекта и менаџери за туристички производ на који ће се односити едукативни део.

### **9.1.2. Студијско путовање за дестинације изабране на конкурсима 2017. и 2019. године**

Као и након конкурса одржаних 2014. и 2015. године, за изабране дестинације на конкурсима из 2017. године (тема „Културни туризам“, дестинације Нови Пазар, Зајечар и Сремска Митровица) и 2019. године (тема „Здравствени и велнес туризам“, дестинације Куршумлија, Пећинци и Крушевац) биће организовано студијско путовање на неку од регионалних победничких дестинација на исту тему, са циљем упознавања са примерима добре праксе и остваривања контаката ради могуће тематске сарадње у туризму и заједничке пријаве на међународне пројекте из области туризма. Учесници ће бити по један представник локалне туристичке организације, руководилац пројекта и менаџер производа за тему конкурса.

### **9.1.3 Посета изабраних дестинација у Србији**

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

## **10. САРАДЊА СА МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА**

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

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

Чланство у следећим асоцијацијама туристичких организација на тржиштима Шведске, Норвешке, Италије и Велике Британије, у којима је ТОС годинама активни члан, биће замрзнуто током 2021. Године:

- ANTOR SWEDEN (Асоцијација националних туристичких организација);
- ANTOR NORWAY (Асоцијација националних туристичких организација);
- ANTOR UK (Асоцијација националних туристичких организација);
- ADUTEI Италија (Асоцијација националних туристичких организација)

## ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ПОСЛОВАЊА

### УВОД

Предлог финансијског плана пословања за 2021. годину, сачињен је у специфичним околностима, непредвидљивим тржишним условима пословања и у ситуацији неизвесности, када су у питању све активности које подразумевају кретање и личну комуникацију међу људима. Наравно, узрок томе је појава пандемије COVID-19, коју је изазвао вирус SARS-CoV-2 на глобалном нивоу и проглашење пандемије, која ће се сасвим извесно пренети и у наредну годину.

У таквим новим околностима, а ради што реалнијег планирања прихода и расхода узете су у обзир све чињенице и искуства током текуће 2020. године, као и подаци о понашању туриста након пандемије, добијени путем истраживања, који указују на то да ће много више туриста размишљати о одмору у својој земљи, па ће тако домаћи туристи део свог слободног времена и годишњих одмора провести у Србији, уместо у иностранству. Разлог томе су и ограничења по питању превентивне здравствене процедуре приликом уласка у земљу и повратка у земљу порекла, забринутост туриста у вези са здрављем, хигијеном и безбедношћу, као и избегавање путовања авионом и избор дестинација које су лако доступне другим превозним средствима, пре свега аутомобилом.

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

Структура прихода остала је иста као и у претходним годинама и чине их приходи из буџета, донација и сопствени приходи. Приходи из буџета остварују се путем субвенције од стране Министарства трговине, туризма и телекомуникација, а сопствене приходе ТОС остварује продајом робе-сувенира у малопродајним објектима-сувенирницама.

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

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

### 13. ПОЛИТИКА ЦЕНА

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

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

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

### 14. ПРИХОДИ

Структура прихода у 2021. години:

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

Табеларни преглед планираних прихода ТОС-а за 2021. годину

Рачун	Врста пословних прихода	План за 2020. годину	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	5	5/4
6010	Приходи од продаје робе (сувенира)	1.500.000	1.210.999	6.000.000	495,46
6401	Пренети приходи из претходне године	44.680.000	42.779.982	55.193.000	129,02
6402	Приходи из буџета-субвенције	300.000.000	300.000.000	450.000.000	150,00
6420	Приходи од донација	5.692.000	3.639.132	2.045.000	56,19
6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора	100.000	0,00	100.000	0
66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	200.000	51.596	500.000	969,07
67	Остали приходи - приходи од смањења обавеза према добављачима и приходи од рефакције ПДВ-а из иностранства	400.000	236.389	100.000	42,30
69	Ефекти промене рачуноводствене политике-приходи по основу исправке грешака ранијих периода	50.000	742	50.000	6.738,54
	<b>Укупно приходи</b>	<b>352.622.000</b>	<b>347.918.840</b>	<b>513.988.000</b>	<b>147,73</b>

#### 14.1. Приходи од продаје робе у малопродајном објекту сувенира

Туристичка организација Србије планира да у 2021. години оствари приход од продаје робе – сувенира у малопродајним објектима-сувенирницама, у износу од 6.000.000 динара, што износи 1,17 % од укупних прихода. ТОС врши набавку робе – сувенира, за даљу продају од добављача из Србије, који су специјализовани за израду ове врсте производа.

Првобитно планирана средства за 2020. годину, су Изменама и допунама Програма рада са финансијским планом у току 2020. године значајно смањена, имајући у виду пад промета у малопродајним објектима, услед појаве заразне болести COVID-19, изазване вирусом SARS-CoV-2. Имајући у виду да се у наредној години очекује престанак пандемије, па самим тим и нормализација рада сувенирница, очекује се повећање прихода, кроз повећање промета по основу посета како домаћих, тако и страних туриста, који купују производе са српским брэндом.

#### 14.2. Пренети приходи из претходне године

Планирана средства на име пренетих прихода из претходне године, у износу од 55.193.000 динара, су средства буџета Републике Србије из 2020. године и биће исказана у Билансу стања за 2020.годину, на пасивним временским разграничењима.

Пренети приходи су приходи из којих се финансирају преузете обавезе по уговорима закљученим у 2020., а који се реализују у 2021. години и односе се на оглашавање у домаћим и ино медијима, интернет оглашавање, закуп сајамског и штандовског простора на сајму у земљи (Међународни сајам туризма и сајам сувенира у Београду), као и on-line учешће на виртуелним сајмовима у иностранству на којима ће ТОС учествовати почетком 2021. године. Највећи део средстава исказан на овој позицији намењен је за оглашавање у земљи, ради окончања зимске кампање уговорене крајем 2020. године, као и оглашавање у иностранству на глобалним ТВ каналима као што су: BBC Global News, Euronews, Eurosport i Travel Channel. Такође, значајан износ средстава се преноси ради реализације друге фазе укључивања Србије на светску гастрономску мапу, кроз престижни Мишелин гастрономски водич, која се није завршила у 2020. због пандемије COVID-19. Поред тога, на овој позицији обезбеђена су средства за дигиталне кампање на платформи Trip Advisor, Culture Trip, Budget Traveller –инфлуенсерска кампања и друго. Овај приход у односу на укупан приход у процентима износи 10,74 %.

#### 14.3. Приходи из буџета Републике Србије

Планирана средства из буџета Републике Србије за 2021. годину, износе 450.000.000 динара и представљају најзначајнији приход од 87,55 % од укупних прихода. Наведена средства су обезбеђена Законом о буџету Републике Србије за 2021. годину („Службени гласник РС“, број 149/2020), раздео 32 – 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.

#### 14.4. Приходи од донација

Приходи од донација планирају се у износу од 2.045.000 динара и чине их приходи по основу донације немачке владине организације »Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GbmH“, Dag-Hammarskjöld-Weg 1-5, 65760 Eschborn, S.R. Немачка (у даљем тексту: GIZ Eschborn), ради финансирања пројекта Е-туриста, које Министарство

трговине, туризма и телекомуникација спроводи у сарадњи са ТОС-ом, путем објављивања огласних порука у електронским медијима у Србији.

У оквиру реализације промоције Пројекта Е-туриста, ТОС је обезбедио производњу огласних порука, а у циљу подршке локалним туристичким организацијама и едукације стручне јавности, везано за успостављање централног информационог система у области угоститељства и туризма, који ће дати велике бенефите системској реформи српског туризма.

Првобитно је било планирано да се ова активност заврши у току 2020. али је иста морала да буде одложена због пандемије COVID-19.

Укупна вредност уговореног пројекта износи 5.111.890 динара, с тим што је GIZ део средстава уплатио у 2020. години, а остатак средстава у износу од 2.045.000 динара, реализоваће у 2021. години.

#### 14.5. Приходи од изнајмљивања пословног простора

Приход од изнајмљивања пословног простора планиран је у износу од 100.000 динара, а односи се на изнајмљивање опремљене конференцијске сале, која се налази у оквиру пословног простора ТОС, и то пре свега за конференције, презентације и друге манифестације правним лицима и другим заинтересованим субјектима у земљи, а који су пословно и тематски везани за туристичку и конгресну понуду у земљи. Овај приход представља око 0,02 % у односу на укупне планиране приходе.

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

Пројекција ових прихода у износу од 500.000 динара, настала је као резултат планираних активности, пре свега кроз очекивани промет са иностранством током 2021. године, а ова врста прихода се остварује кроз курсне разлике које се јављају приликом плаћања обавеза према ино добављачима, нарочито у периоду пада курса страних валута.

#### 14.7. Остале приходе чине:

- приходи од смањења обавеза према добављачима и

- приходи од рефакције ПДВ-а из иностранства

Ови приходи планирани су за 2021. годину у износу од 100.000 динара, што представља око 0,02 % у односу на укупне приходе.

#### 14.8. Ефекти промене рачуноводствене политике – исправке грешака ранијих периода и пренос прихода

На позицији 69 - Ефекти промене рачуноводствене политике – исправке грешака ранијих периода и пренос прихода, планирана су средства у износу од 50.000 динара. Ова позиција се планира у складу са Законом о рачуноводству и Правилником о контном оквиру и садржини рачуна у контном оквиру за друга правна лица.

## 15. РАСХОДИ

Табеларни преглед планираних расхода за 2021. годину:

Конто	ОПИС	План за 2020. годину	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	5	5/4
50	Набавна вредност продате робе	1.200.000	1.075.205	5.000.000	465,03
51	Трошкови материјала	5.550.000	4.308.909	6.360.000	147,60
52	Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи	80.210.000	70.664.098	90.170.500	127,60
53	Трошкови производних услуга	234.162.000	159.148.842	371.015.500	233,12
54	Трошкови амортизације и резервисања	6.000.000	6.000.000	7.000.000	116,67
55	Нематеријални трошкови	22.750.000	20.701.191	32.342.000	156,23
56	Финансијски расходи	200.000	79.099	600.000	758,54
57	Остали расходи	1.550.000	77.318	1.000.000	1.293,36
59	Исправке грешака ранијих година	1.000.000	417.505	500.000	119,76
	<b>Укупно расходи</b>	<b>352.622.000</b>	<b>262.472.167</b>	<b>513.988.000</b>	<b>195,83</b>

Напомена:

- извршење плана за 2020. годину није коначно, односно приказани су трошкови закључно са месецом новембром, имајући у виду да у моменту сачињавања Финансијског плана за 2021. годину, нису реализовани трошкови за месец децембар. Извршење је приказано у проценту од око 75%.
- од планираних средстава за 2020. годину, поред расхода за 2020, због специфичности пословања ТОС-а, авансно су плаћени, и преузете су обавезе по уговору за Београдски сајам туризма који ће се одржати у првој половини 2021. године и за сајмове туризма у иностранству који се одржавају почетком 2021. године, који ће бити виртуелни, а на којима ће ТОС учествовати путем он-лине укључења (ITB Berlin и др.). Такође, из средстава 2020. године, авансно су плаћене и преузете обавезе по уговорима за кампању оглашавања у електронским (ТВ, радио и др.) и писаним медијима, дигиталним медијима -друштвене мреже (зимска кампања) за прва 3 месеца 2021. године, као и за ПР услуге у иностранству, првенствено на тржишту НР Кине, у складу са закљученим уговором путем јавне набавке, а који своју активност управо усмеравају на промоцију српског туризма.
- Процент резервисаних средстава заједно са приказаним извршењем и извршењем за месец децембар, чини преко 90% реализације плана за 2020. годину.

Образложење расхода по појединим позицијама у плану за 2021. годину, у односу на извршење плана за 2020.годину, као и табеларни приказ структуре планираних расхода за 2021. 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 и за ове намене планира се износ од 5.000.000 динара.

Велика разлика између реализације у 2020. и плана за 2021. је настала као последица великог пада продаје сувенира током претходне године због пандемије COVID-19, која је резултирала великим падом броја долазака и ноћења иностраних туриста у Србији, а који су највећи купци ових производа. Током 2021. очекује се стабилизација ситуације везано за пандемију и релативна нормализација туристичких токова, те тиме и броја страних туриста.

Конто	Врста расхода	Извршење за 2020. год.	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
500	Набавна вредност продате робе	1.075.205	5.000.000	465,03

### 15.2 Трошкови материјала

Преглед планираних трошкова материјала дат је у следећој табели:

Конто	Врста расхода	Извршење за 2020. годину	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
<b>51</b>	<b>Трошкови материјала</b>	<b>4.308.909</b>	<b>6.360.000</b>	<b>147,60</b>
511	Трошкови осталог материјала (режијског)	2.135.571	2.160.000	101,14
512	Трошкови горива и енергије	1.678.686	3.200.000	190,63
513	Трошкови резервних делова	88.478	200.000	226,04
514	Трошкови једнократног отписа алата и инвентара	406.174	800.000	196,96

Трошкови материјала у укупном износу од 6.360.000 динара, у планираним укупним расходима учествују са око 1,22%, а односе се пре свега на трошкове потрошног материјала у износу од 2.160.000 динара, трошкове горива и енергије у износу од 3.200.000 динара, трошкове резервних делова 200.000 динара и алата и ситног инвентара у износу од 800.000 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.

Извршење плана приказано у колони 3, не садржи трошкове настале у месецу децембру 2020. године.

### 15.3 Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи

Број и динамика запошљавања радника ТОС-а у 2021. години

Динамика запошљавања	2021. година											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
<b>Стање у 2020. години</b>	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
<b>План за 2021. годину</b>	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44
Пријем нових радника на одређено време	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
преузимање радника нови радници	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Одлазак кадрова</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
у редовну пензију	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
у инвалидску пензију	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
добровољни одлазак или по социјалном програму	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Технолошки вишак	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Стање на крају месеца</b>	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44	44

Квалификациона структура запослених

Степен квалификације	Број запослених у 2021. години
Висока стручна спрема	32
Виша школа	3
средња стручна спрема	9
3 степен стручности	0
основно образовање	0
Укупно	44

Оквирна старосна структура запослених

Старосна група	Број запослених у 2021. години
до 30 година	6
од 30 до 40 година	13
од 40 до 50 година	10
од 50 до 60 година	13
преко 60 година	2
Укупно	44

Трошкови плата запослених

Износ средстава за исплату плата, додатака и накнада запослених (зараде) у ТОС у 2021. години, планиран је износу од 57.000.000 динара (нето са припадајућим порезом и доприносима за обавезно социјално осигурање - бруто 1), а на име доприноса на терет послодавца износ од 9.490.500 динара, у складу са важећим законским прописима.

Пројектовани износ средстава за 2021. годину увећан је у односу на планирана средства у 2020. години за 5%, а планирање за ове намене вршено је у складу са чланом 8. и 41. Закона о платама државних службеника и намештеника („Службени гласник РС“, бр. 62/06, 63/06-исправка, 115/06-исправка, 101/07, 99/10, 108/13, 99/14 и 95/18), чланом 2. став 57. и 58. Закона о изменама и допунама Закона о буџетском систему („Службени гласник РС“, број 54/09, 73/10, 101/10, 101/11, 93/12, 62/13, 63/13 – исправка, 108/13, 142/14, 68/15 – др.закон, 103/15, 99/16, 113/17, 95/18, 31/19, 72/19 и 149/20), чланом 9. алинеја 10. Закона о буџету Републике Србије за 2021. годину („Службени гласник РС“, број 149/2020), којим се утврђује, почев од плате за децембар 2020. године, основица за обрачун и исплату плата у нето износу од 21.476,61 динара са припадајућим порезом и доприносима за обавезно социјално осигурање, а од плате за март 2021. године, утврђује се основица за обрачун и исплату плата у нето износу од 21.787,87 динара, са припадајућим порезом и доприносима за обавезно социјално осигурање, као и чланом 27. Правилника о раду Туристичке организације Србије, којим је дефинисано да се основна плата одређује множењем коефицијента са основицом за обрачун и исплату плата (у даљем тексту: основица), која се утврђује за сваку буџетску годину, Законом о буџету Републике Србије.

Истовремено напомињемо да је у планирани износ средстава укључен и износ по основу минулог рада запослених, као и износ зарада и то: за једну запослену која је током 2020. године одсуствовала по основу породилшког боловања, односно боловања ради неге детета до 3 године и једног запосленог по основу боловања преко 30. дана, а исплату накнаде средстава по овом основу вршио је Републички фонд здравствене заштите. У 2021. години, финансирање њихове зараде, у целости ће се вршити из средстава ТОС-а.

Такође, током 2020. године, велики број запослених радника је користио одсуство по основу боловања услед заразне болести COVID-19, изазване вирусом SARS-CoV-2, у којим случајевима је вршен обрачун и исплата боловања у висини 65% уговорене зараде, тако да је износ извршења, на позицији плата (зарада), мањи у односу на планирана средства.

Имајући у виду, да се током 2021. године очекује престанак епидемије, па самим тим и нормализација рада (пун фонд радних сати), то је укалкулисани износ и обухватио, као и износ по основу напредовања одређеног броја запослених, у складу са чланом 11. став 2. Закона о буџету Републике Србије за 2021. годину, чланом 29. Правилника о раду Туристичке организације Србије, којим је дефинисано да се запосленом може повећати износ коефицијента радног места, на основу обима и квалитета посла који је обављао у последње две године, на предлог руководиоца сектора/одсека. Руководиоци сектора/одсека своје предлоге за повећање коефицијената запослених дају директору пре припреме финансијског плана за наредну годину. Број запослених радника у 2021. години, остаје непромењен у односу на 2020. годину (41 запослен на неодређено време и 3 запослена на одређено време).

Табела нето плата + минули рад директора

опис	Нето плата	Минули рад
директор	195.623,93	4.694,97

Радна места пратећих и помоћно–техничких послова:

Табела нето плата + минули рад за помоћно – техничке послове

опис	Нето плата	Минули рад
Запослени 1	44.993,51	4.499,35
Запослени 2	44.993,51	1.979,71

Распон плата минимално - максимално

Максимална нето плата без минулог рада	Минимална нето плата без минулог рада	Распон макс/мин
195.623,93	44.993,51	4,35

Трошкови плата у 2020. години, реализовани су у бруто-2 износу од 51.273.871 динара, од чега бруто -1 износи 43.767.709 динара, а доприноси на терет послодавца износе 7.506.162 динара. Имајући у виду да се финансијски план за 2021. годину сачињава у децембру месецу, пре краја 2020. године, износ извршења је мањи за износ зараде за децембар 2020. године, и то у бруто-2 износу за око 4.877.005 динара.

Табела 1. Реализација плата у 2020.години

Реализација у 2020. год.	УКУПНО					ПОСЛОВОДСТВО			ЗАПОСЛЕНИ		Просечна бруто зарада (дин)
	Број запослених на неодређено време	Број запослених на одређено време	Укупан број запослених у 2019. год.	Маса бруто зарада (дин)	Просечна бруто зарада (дин)	Број запослених	Маса бруто зарада (дин)	Просечна бруто зарада (дин)	Број запослених	Маса бруто зарада (дин)	
I	41	3	44	4.138.768	94.063	1	268.664	268.664	43	3.870.104	90.002
II	41	3	44	4.218.611	95.877	1	268.346	268.346	43	3.950.265	91.867
III	41	3	44	3.991.417	90.714	1	268.346	268.346	43	3.723.071	86.583
IV	41	3	44	3.942.930	89.612	1	268.176	268.176	43	3.674.754	85.459
V	41	3	44	3.920.343	89.099	1	267.609	267.609	43	3.652.734	86.687
VI	41	3	44	3.934.110	89.412	1	267.115	267.115	43	3.666.995	85.279
VII	41	3	44	4.049.852	92.042	1	268.346	268.346	43	3.781.506	87.942
VIII	41	3	44	4.039.971	91.817	1	268.346	268.346	43	3.771.625	87.712
IX	41	3	44	4.136.250	94.006	1	268.346	268.346	43	3.867.904	89.951
X	41	3	44	4.097.405	93.123	1	268.346	268.346	43	3.829.059	89.048
XI	41	3	44	4.175.599	94.900	1	268.346	268.346	43	3.907.253	90.866
XII	41	3	44	4.180.887	95.020	1	268.346	268.346	43	3.912.541	90.989
Укупно	492	36	528	48.826.143	90.825	12	3.218.332	268.194	516	45.607.811	88.387

У 2020. години, реализован је планирани износ средстава за плате и накнаде плата запослених у проценту од око 98 %, уколико се укалкулише и зарада за децембар 2020. године. ТОС је у 2020. години имао 41 запосленог на неодређено време и 3 запослена на одређено време, како је и приказано у Табели- 1. Реализација плата у 2020. години.

Табела 2. Планиране плате у 2021.години – бруто 1

План за 2021.	УКУПНО					ПОСЛОВОДСТВО			ЗАПОСЛЕНИ		Просечна бруто зарада (динара)
	Број запослених на неодређено време	Број запослених на одређено време	Укупан број запослених у 2020	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (дин)	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (динара)	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	
I	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
II	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
III	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
IV	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
V	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
VI	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
VII	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
VIII	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
IX	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
X	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
XI	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
XII	41	3	44	4.750.000	107.954	1	283.151	283.151	43	4.466.849	103.880
Укупно	492	36	528	57.000.000	107.954	12	3.397.812	283.151	516	53.602.188	103.880

У табели 2. план плата у 2021. години, планиран је износ по месецима у бруто-1 износу.

У наставку следи Прилог:

Табела 2.1.- план плата (зарада) у 2021. години, по месецима у бруто -1 и бруто -2 износу.

### Маса за зараде (плате), број запослених и просечна зарада по месецима за 2021. годину - Бруто 1

у динарима

План по месецима 2021.	УКУПНО			СТАРОЗАПОСЛЕНИ*			НОВОЗАПОСЛЕНИ			ПОСЛОВОДСТВО		
	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада
I	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
II	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
III	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
IV	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
V	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
VI	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
VII	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
VIII	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
IX	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
X	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
XI	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
XII	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151
<b>УКУПНО</b>	<b>528</b>	<b>57.000.000</b>	<b>107.954</b>	<b>516</b>	<b>53.602.188</b>	103.880				<b>12</b>	<b>3.397.812</b>	<b>283.151</b>
<b>ПРОСЕК</b>	44	4.750.000	107.954	43	4.466.849	103.880				1	283.151	283.151

\*старозапослени у 2021. години су они запослени који су били у радном односу у предузећу у децембру претходне године

## Маса за зараде увећана за доприносе на зараде, број запослених и просечна зарада по месецима за 2021. годину - Бруто 2

у динарима

План по месецима 2021.	УКУПНО			СТАРОЗАПОСЛЕНИ*			НОВОЗАПОСЛЕНИ			ПОСЛОВОДСТВО		
	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада
I	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
II	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
III	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
IV	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
V	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
VI	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
VII	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
VIII	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
IX	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
X	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
XI	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
XII	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296
<b>УКУПНО</b>	<b>528</b>	<b>66.490.500</b>	<b>125.928</b>	<b>516</b>	<b>62.526.948</b>	<b>121.176</b>				<b>12</b>	<b>3.963.552</b>	<b>330.296</b>
<b>ПРОСЕК</b>	44	5.540.875	125.928	43	5.210.579	121.176				1	330.296	330.296

\*старозапослени у 2020. години су они запослени који су били у радном односу у предузећу у децембру претходне године

15.3.1 Накнаде за рад управног одбора и надзорног одбора Туристичке организације Србије за 2021. годину

Законом о туризму у члану 35. 36. и 37. прописано је да су органи ТОС-а, управни одбор, надзорни одбор и директор. Управни одбор има 5 чланова (председника и 4 члана), а надзорни одбор има 3 члана (председника и 2 члана).

За свој рад, председник и чланови управног, односно надзорног одбора ТОС-а примају накнаду, у складу са Пословником о раду управног одбора, односно Пословником о раду надзорног одбора, чија се висина утврђује посебним одлукама Управног и Надзорног одбора, а у висини одређеној у складу са важећим прописима.

Табела 1- Реализација накнада за рад председника и чланова Управног одбора у 2020.

Извршење у 2020. години	Накнаде за рад председника и чланова управног одбора			
	Број чланова управног одбора	Укупне нето накнаде за УО	Нето накнаде за чланове УО	Нето накнада за председника УО
I	5	279.230	214.791	64.438
II	5	279.230	214.791	64.438
III	5	279.230	214.791	64.438
IV	5	279.230	214.791	64.439
V	5	279.230	214.791	64.438
VI	5	279.230	214.791	64.438
VII	5	279.230	214.791	64.439
VIII	5	279.230	214.791	64.438
IX	5	279.230	214.791	64.438
X	5	279.230	214.791	64.439
XI	5	279.230	214.791	64.438
XII	5	279.230	214.791	64.438
Укупно		3.350.760	2.577.504	773.256

Табела 2- Реализација накнада за рад председника и чланова Надзорног одбора у 2020.

Извршење у 2020. години	Накнаде за рад председника и чланова надзорног одбора			
	Број чланова надзорног одбора	Укупне нето накнаде за НО	Нето накнаде за чланове НО	Нето накнада за председника НО
I	3	171.834	107.396	64.438
II	3	171.834	107.396	64.438
III	3	171.834	107.396	64.438
IV	3	171.834	107.396	64.438
V	3	171.834	107.396	64.438
VI	3	171.834	107.396	64.438
VII	3	171.834	107.396	64.438
VIII	3	171.834	107.396	64.438
IX	3	171.834	107.396	64.438
X	3	171.834	107.396	64.438
XI	3	171.834	107.396	64.438
XII	3	171.834	107.396	64.438
УКУПНО		2.062.008	1.288.752	773.256



Трошкови накнада за чланове Управног и Надзорног одбора у 2020. години, биће реализовани у бруто износу од 8.661.431 динара. Реализација у моменту израде плана (закључно са месецом новембром 2020.) износи 7.939.645 динара.

Износ накнаде за рад председника и чланова управног одбора за 2021. годину, неће се мењати и остаје на нивоу висине накнаде из 2020. године и укалкулисан је на основу Одлуке о усклађивању накнада за рад председника и чланова управног одбора број 49 од 10. јануара 2020. године, коју је донео управни одбор на седници одржаној 10. јануара 2020. године и Одлуке о усклађивању накнада за рад председника и чланова надзорног одбора број: 57 од 10. јануара 2020. године.

Наведене Одлуке донете су у складу са Закључком Владе 05 број: 121-1654/2017 од 3. марта 2017. године, којим се одређују критеријуми и мерила за утврђивање висине накнаде за рад председника и чланова управног одбора, односно надзорног одбора других облика организовања, чији је оснивач Република Србија.

У члану 3. предметног Закључка, дефинисано је да накнада за рад председника управног одбора, односно надзорног одбора не може бити виша од износа из тачке 2. овог Закључка, увећаног за 20%, тако да висина накнаде за председника управног, односно надзорног одбора износи 64.437,60 динара.

Бруто износ накнада за чланове управног одбора ТОС-а за 2021. годину је 5.419.720 динара, а за чланове надзорног одбора 3.242.280 динара, тако да су укупно планирана средства на овој позицији 8.662.000 динара.

Табела 3 – План накнада за чланове Управног одбора у 2021. години

План за 2021. годину	Планиране накнаде за чланове управног одбора			
	Број чланова управног одбора	Укупне нето накнаде за управни одбор	Нето накнаде за чланове управног одбора	Нето накнада за председника управног одбора
I	5	279.230	214.791	64.438
II	5	279.230	214.791	64.438
III	5	279.230	214.791	64.438
IV	5	279.230	214.791	64.439
V	5	279.230	214.791	64.438
VI	5	279.230	214.791	64.438
VII	5	279.230	214.791	64.439
VIII	5	279.230	214.791	64.438
IX	5	279.230	214.791	64.438
X	5	279.230	214.791	64.439
XI	5	279.230	214.791	64.438
XII	5	279.230	214.791	64.438
УКУПНО		3.350.760	2.577.504	773.256

Табела 4 – План накнада за чланове Надзорног одбора у 2021. години

План за 2021. годину	Планиране накнаде за чланове надзорног одбора			
	Број чланова надзорног одбора	Укупне нето накнаде за надзорни одбор	Нето накнаде за чланове надзорног одбора	Нето накнада за председника надзорног одбора
I	3	171.834	107.396	64.438
II	3	171.834	107.396	64.438
III	3	171.834	107.396	64.438

IV	3	171.834	107.396	64.438
V	3	171.834	107.396	64.438
VI	3	171.834	107.396	64.438
VII	3	171.834	107.396	64.438
VIII	3	171.834	107.396	64.438
IX	3	171.834	107.396	64.438
X	3	171.834	107.396	64.438
XI	3	171.834	107.396	64.438
XII	3	171.834	107.396	64.438
<b>УКУПНО</b>		<b>2.062.008</b>	<b>1.288.752</b>	<b>773.256</b>

### 15.3.2 Трошкови накнада по уговору о делу

Конто	Врста трошкова	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
0	1	2	3	3/2
5220	Трошкови накнада по уговору о делу	3.480.794	4.500.000	129,28

Средства на позицији 522- трошкови накнада по уговору о делу, планирана су пре свега по основу ангажовања лица на пословима информатора приликом отварања туристичке сезоне, као и лица за техничку помоћ приликом одржавања сајмова туризма и других промотивних догађаја у земљи. Износ средстава на овој позицији је незнатно увећан у односу на 2020. годину, имајући у виду планиране активности у Програму рада.

### 15.3.3 Остали лични расходи и накнаде

У 2021. години планирају се трошкови осталих личних расхода који су распоређени по следећим наменама:

Конто	Накнаде трошкова и остала лична примања	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52900	Солидарна помоћ, јубиларне награде, отпремине и др.	444.056	660.000	148,63
52910	Превоз на посао и са посла	1.364.933	1.800.000	131,87
52922	Остала давања запосленима (поклон деци запослених за Нову годину и Божић)	149.550	200.000	133,73
	<b>Укупно</b>	<b>1.958.539</b>	<b>2.660.000</b>	<b>135,81</b>

Трошкови личних расхода – превоз на посао и са посла, солидарна помоћ јубиларне награде, отпремине приликом одласка запослених у пензију, коришћење сопственог возила у службене сврхе и друга давања која се не сматрају зарадом, планирани су у износу од 2.660.000 динара.

Превоз на посао и са посла у износу од 1.800.000 динара, планиран је за 44 радника, који су запослени на неодређено и одређено време. За обрачун је коришћена постојећа цена превозне карте у јавном саобраћају у износу од 2.990 за прву зону и 3.275 динара за другу зону, а за два радника запослена на неодређено време се исплаћује и превоз у висни цене превозне карте на релацији Панчево-Београд, где им је место боравка.

Солидарна помоћ, отпремнине и јубиларне награде планирани су износу од 660.000 динара, а остала давања запосленима која се не сматрају зарадом (поклон пакетићи деци запослених за Нову годину и Божић) у износу од 200.000 динара.

Кonto	Трошкови службених путовања по наменама	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52911	Службена путовања у земљи и иностранству	3.376.135	4.947.000	146,53

Кonto	Трошкови службених путовања по наменама	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52930	Накнада трошкова физичким лицима која нису запослена код исплатиоца	1.890.327	2.911.000	153,99

Остали лични расходи и накнаде – службена путовања у земљи и иностранству за 2021. годину планирана су у износу од 4.947.000 динара, а на позицији 52930- накнаде трошкова физичким лицима која нису запослена код исплатиоца планиран је износ од 2.911.000 динара. Планирање средстава за ову врсту расхода у 2021. години, извршено на основу претпоставке о престанку ванредних околности услед ширења заразне болести COVID-19, изазване вирусом SARS-CoV-2 и у мањем су обиму у односу на године пре пандемије.

Епидемиолошка ситуација током 2020. године, довела је до одлагања или отказивања многих великих догађаја, како у целом свету, тако и у нашој земљи, што је знатно смањило трошкове по основу службених путовања, имајући у виду повећан број састанака на даљину и виртуелних догађаја.

Иако је тешко предвидети облик будуће индустрије манифестација, сматра се да ће доћи до преусмеравања на мање догађаје са повећаном удаљеношћу међу посетиоцима, с мерама друштвеног дистанцирања и поштовања превентивних здравствених процедура, а имајући у виду природу посла којим се ТОС бави, пре свега промоцију туризма на сајмовима, радионицама и другим догађајима у земљи и иностранству, овај вид активности је планиран и у Програму рада за наредну годину.

Поред трошкова дневница, превоза и смештаја, који настају током боравка запосленог на службеном путу у земљи и иностранству, планирани су и трошкови накнада физичким лицима која нису запослена код исплатиоца приликом боравка на службеном путу, а питању су лица, која као стручњаци из своје области, и заједно са запосленима ТОС-а, активно учествују у презентацији Србије као туристичке дестинације и стручна лица која су ангажована у области конгресног туризма.

Трошкови службених путовања планирани за 2021. годину, чине око 1,53 % укупних расхода.

#### 15.4. Остали пословни расходи – трошкови производних услуга

Кonto 53 – Трошкови производних услуга

На позицији 53 – трошкови производних услуга, ТОС за 2021. годину, планира износ од 371.015.500 динара, што представља 72,18% од укупно планираних расхода. Ови трошкови односе се пре свега на: трошкове издавачке делатности, трошкове услуга транспорта и телекомуникација, услуга одржавања, трошкове сајмова у иностранству и земљи, трошкове

манifestација у земљи, трошкове ПР агенција, трошкове оглашавања у земљи и иностранству, интернет оглашавање и Е-маркетинг, трошкове организовања студијских путовања новинара и туроператора, трошкове промотивног материјала и остале маркетиншке активности.

#### Конто 530 – Расходи за издавачку делатност

Конто	опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
530	Расходи за издавачку делатност	5.423.242	11.920.000	219,79

Расходи за издавачку делатност ТОС-а, односе се на издавање нових и репринт постојећих публикација, мапа и брошура, дигиталну штампу, превод, лекторисање текстова. Како је током текуће 2020. године смањена активност по питању организовања манифестација и промотивних догађаја, као и чињеница да је након марта месеца готово потпуно изостао долазак страних туриста, то је и позиција издаваштва имала смањену реализацију. За 2021. годину планиран је износ на нивоу претходних година јер се очекује делимична нормализација туристичког промета али и реализација учешћа на светском Ехро Dubai 2021.на коме Србија учествује.

#### Конто 531 – Трошкови транспортних услуга и телекомуникација

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	2.703.709	4.840.000	179,01

Позиција 531- Трошкови транспортних услуга и телекомуникација садржи трошкове телефона, интернета, превоза у земљи и шпедицију туристичког, рекламног материјала за сајмове и друге манифестације, отпреме поште, такси услуга и рент-а- кар услуге и за ове намене планира се износ од 4.840.000 динара.

Приказани износ извршења трошкова не садржи трошкове настале у децембру месецу 2020. године, као ни реалне трошкове који би настали, да је ТОС могао несметано да обавља своје планиране активности.

#### Конто 532 – Трошкови услуга одржавања

Конто	Трошкови услуга одржавања	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
532	Трошкови услуга одржавања	3.079.457	4.500.000	146,13

Трошкови услуга одржавања представљају трошкове одржавања два путничка аутомобила, опреме за рад у пословном простору ТОС-а, као и у инфо центрима и сувенирницама на тргу Републике и Авалски торањ, одржавање хигијене пословног простора, клима уређаја, ситне поправке, одржавања система за праћење присутности на послу, видео надзора и др.

Износ средстава извршења у 2020. години, није укључио трошкове за месец децембар, тако да су планирана средства за 2021. годину, у висини реалних трошкова пословне године.

#### Конто 533 – Трошкови закупнина

Конто	Трошкови закупнина	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
533	Трошкови закупнина	2.703.591	2.900.000	107,26

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 продајне објекте-сувенирнице на Тргу Републике и у оквиру комплекса Авалски торањ на Авали. Поред закупа пословног и гаражног простора, ТОС планира средства у 2021. години и по основу закупа сервера код овлашћених правних лица, за несметан рад сајта ТОС-а, као и за мејл адресе, имајући у виду значај и обим података који се даје на чување, као и чињеницу да ТОС не располаже одговарајућом опремом, која би обезбедила адекватно архивирање података.

Планирани износ је на нивоу плана за 2020. годину, имајући у виду да се ради о предвидивим трошковима, односно нема осцилација на тржишту, када су у питању цене ових услуга. У износ извршења нису обухваћени трошкови за месец децембар 2020. године.

#### Конто 5340 – Расходи за учешће на сајмовима у земљи

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5340	Сајмови у земљи	7.152.895	3.847.000	53,78

Када су у питању трошкови по основу учешћа на сајмовима у земљи, планирани износ је знатно мањи у односу на све претходне године, а искључиви разлог је неизвесна здравствена ситуација по питању пандемије изазване SARS-CoV-2 вирусом. Сајмови туризма у нашој земљи били су својеврсне манифестације које су окупљале велики број посетилаца и домаћих и страних и најбоља прилика да се презентује туристичка понуда наше земље. Још увек је неизвесно када ће се, и да ли ће се у 2021. години одржати традиционални сајмови, првенствено Београдски сајам туризма, а у склопу њега и Сајам сувенира, али ТОС, као главни промотер туристичке понуде Србије, ће свакако учествовати на овим сајмовима, те се с тим у вези и планирају средства у износу од 3.847.000 динара. Средства су, у односу на претходне године значајно мања, управо због рационалног планирања у непредвидивим околностима.

У Програму рада за 2021. годину, поред Београдског сајма, ту су још и сајам Youth fair Нови Сад, сајам туризма у Новом Саду у октобру месецу и сајам туризма у Крагујевцу у новембру. Учешће на овим сајмовима захтева минимална новчана средства и то по основу закупа опремљеног штандовског простора.

Конто 5341 – Расходи за учешће на сајмовима у иностранству

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53411	Сајмови у иностранству	26.979.723	11.120.000	41.22

Пројектовани износ од 11.120.000 динара за 2021. годину, на позицији трошкова за учешће на сајмовима у иностранству, је знатно мањи у односу на обим средстава претходних година. Планирање ове позиције, такође је условљено здравственом ситуацијом на глобалном нивоу. Потпуна неизвесност у погледу начина организовања сајма, па самим тим и учешћа, отежава реално планирање трошкова, јер је чињеница да је, присуство виртуелно организованом сајму, знатно повољније, у односу на одлазак на дестинацију и учешће у реалним трошковима које такав сајам изискује. С друге стране, бенефити од личног учешћа и присуства на таквим догађајима су немерљиви и поред знатно већих трошкова за учесника.

Имајући у виду све чињенице и резултате остварене приликом учешћа на сајмовима у иностранству у претходним годинама, ТОС је у плану активности за наредну годину, уврстио своје присуство на сајмовима: ITB Berlin (јануар-виртуелно), COTTM Peking (април-виртуелно), WTM 2021-London (новембар-виртуелно), и др., као и учешће на сајмовима конгресног туризма и то: CONVENTA Ljubljana (јануар-виртуелно), IMEX Frankfurt (мај-виртуелно), IBTM (новембар-Барселона) и др.

Планирана средства у висини од 11.120.000 динара, ће омогућити реализацију ове програмске активности у потпуности, у складу са Програмом рада за 2021. годину.

Конто 5390 – Трошкови манифестација у земљи

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5390	Трошкови манифестација у земљи	51.534	3.000.000	5.821,40

Планирање трошкова по основу организовања манифестација у земљи у 2021. години, је вођено претпоставком да ће се здравствена ситуација знатно поправити у односу на 2020. годину и да ће постојати могућност окупљања већег броја људи, што је и сврха оваквих догађаја, а све и даље уз примену здравствено безбедносних мера, које ће сигурно бити у примени и током целе наредне године.

У плану активности везаних за манифестације, наведене су првенствено изложбе у Београду на Сава Променеди („Стари градови Србије“ и „Укуси Србије“) у сарадњи са Београдом на води у оквиру протокола о сарадњи и другим партнерима из области туризма.

Тakoђе је планирано представљање туристичке понуе Србије, на догађају у Нишу у мају месецу. Организација осталих традиционалних манифестација које ТОС организује или на којима учествује (Туристички цвет, Туристички форум, Београдски манифест, учешће у организацији фестивала „Just Out“), су у плану, уколико епидемиолошка ситуација дозволи.

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

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53911	Сарадња ТОС-а са ПР агенцијама	5.673.437	6.000.000	105,76

ТОС на одабраним приоритетним тржиштима ангажује иностране ПР агенције које у складу са обимом планираних активности учествују у креирању имиџа Србије као туристичке дестинације, кроз обављање низа промотивних активности, и успостављају сарадњу са иностраним медијима и организаторима путовања.

Средства на овој позицији за 2021. годину, планирају се на ниову плана из 2020. године, који је знатно нижи од претходних година, на првом месту због смањеног обима активности проузрокован пандемијом COVID-19, и имајући у виду да ће се један део ПР активности реализовати на појединим тржиштима кроз сарадњу са Европском туристичком комисијом, а такође један део и кроз сарадњу са националном авио компанијом и другим авио компанијама у оквиру заједничке промоције.

Планирана средства су у складу са Планом активности, у делу који се односи на ПР услуге и то пре свега активности на тржиштима Европске уније (Француска и Немачка по пројектном задатку), као и на тржиштима Руске Федерације и Кине.

Конто 53922 – Оглашавање у земљи

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53922	Оглашавање у земљи	41.813.769	70.373.000	168,30

ТОС у 2021. години планира да настави рад на промоцији туристичких дестинација домаћим туристима и то пре свега путем оглашавања у електронским и штампаним медијима 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, дигиталне паное, оглашавање у писаним медијима (дневни листови, часописи) за време летње и зимске кампање, сарадња и оглашавање у туристичким часописима, продукција видео материјала (кратки промо спотови и џинглови).

Планирана средства већа су у односу на 2020. годину, имајући у виду, да због тренутне епидемије изазване вирусом SARS-CoV-2, акценат ће се ставити на промоцију туристичке понуде домаћим туристима. Подаци о понашању туриста након пандемије указују на то да ће много више туриста размишљати о одмору у својој земљи. То представља прилику за даље повећање броја домаћих туриста, као и могућност да се део слободног времена и годишњих одмора проведе у Србији, уместо у иностранству.

Такође, у 2021. години, далеко су мање шансе да ће туристи путовати авионом на далеке дестинације, нарочито због ограничења као што су превентивне здравствене процедуре приликом уласка у земљу и повратка у земљу порекла, тако да ће огромна већина бирати туристичка места, које су лако доступна другим превозним средствима, пре свега аутомобилом и која су у оквиру своје земље.



ТОС ће увећани буџет за оглашавање искористити за промовисање не само познатих дестинација, већ и мање познатих и до сада неоткривених туристичких кутака. Поред комфорних бања и планинских центара, посебан акценат ће бити на промоцији сеоског и етно туризма, активног и рекреативног одмора.

#### Конто 53923 – Оглашавање у иностранству

Конто	опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53923	Оглашавање у иностранству	8.077.220	95.740.000	1.185,31

Као и код оглашавања у земљи, у 2021. години, акценат ће се ставити и на оглашавање у иностранству, с обзиром да оглашавање као модел комуникације у промоцији, представља једно од најснажнијих маркетиншких средстава.

У 2021.години планира се оглашавање Србије као безбедне и сигурне туристичке дестинације, у коју страни туристи могу доћи након окончања пандемије. Поред оглашавања у писаним и електронским медијима на приоритетним тржиштима, планира се оглашавање на глобалним ТВ каналима и то Euronews, BBC News Global, Eurosport+ Travel Channel и др.

Поред тога, веома важно је истаћи да ТОС спроводи целогодишњу кампању у региону, путем оглашавања у општим и специјализованим часописима, посебно у специјализованим магацинима за одређени вид туризма или активности, у електронским медијима (радио и ТВ), дигиталним каналима комуникације, билборд кампањама и др.

Такође, планира се израда друге фазе реализације пројекта укључивања Србије на светску гастрономску мапу, са реномираним светским гастрономским водичем Мишелин. Имајући у виду да се 2019. године започело са спровођењем Пројекта укључивања Србије на мапу гастрономских дестинација и да је Србија током 2020.најављена као нова Мишелин дестинација, изузетно је важан наставак овог пројекта кроз следеће фазе. Друга фаза је започета 2020., али је због пандемије COVID-19 морала да се привремено заустави, те ће се реализовати у 2021. години. Овај пројекат је од изузетног значаја не само због позиционирања Србије као гастрономске дестинације, већ због укупног имиџа Србије као туристичке дестинације.

#### Конто 5393- Интернет оглашавање и Е- маркетинг

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5393	Интернет оглашавање и Е маркетинг	34.557.594	85.617.000	247,75

Трошкови на овој позицији односе се на промоцију путем друштвених мрежа, израду тематских микросајтова, промоција кроз travel портале, google adwords кампања, Facebook, Instagram, Twitter, mobile apps и друго и за ове намене планирана су средства у износу од 85.617.000 динара.



Оглашавање на интернет порталима и друштвеним мрежама, као медија комуникације који су доступни у целом свету и које 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.

Истраживања која се врше међу страним туристима који су посетили Србију, показују да све више њих бира Србију као атрактивну туристичку дестинацију, управо путем on line оглашавања, тако да ће се овом виду оглашавања посветити још већа пажња током 2021. године, као и претходних година.

У складу са наведеним тенденцијама, ТОС ће ставити додатни нагласак на дигиталну промоцију кроз оглашавање на најважнијим глобалним порталима као што је Trip Advisor, Budget Traveller, Culture Trip и др. и на дигиталну кампању на порталима у Кини и САД, кроз сарадњу са Европском туристичком комисијом, путем одобреног гранта.

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

Кonto	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5394	Расходи за организовање студијских путовања за новинаре, организаторе путовања и блогере	1.603.733	8.740.000	544,98

Једна од важних активности ТОС-а је организација студијских путовања за представнике организатора путовања из иностранства у Србију, а у циљу позиционирања Србије као туристичке дестинације, креирања тражње за туристичким производом Србије и уласка туристичког производа у програме страних организатора путовања. ТОС је ову активност веома успешно спроводио током претходних година, изузимајући текућу 2020. годину, када је ширење заразне болести COVID-19, онемогућило реализацију ове активности након марта месеца, скоро у потпуности. Изузетак су блогери из Француске, које пандемије није спречила да посете нашу земљу и сниме материјал за друштвене мреже.

У прва три месеца текуће године, пре настанка пандемије COVID-19 нашу земљу су посетили индијски организатори путовања и новинари, новинари из Финске, Турске, Француске, Кине и САД у сврху промоције српске туристичке понуде у својој земљи, а и глобално.

Ове посете планиране су и у 2021. години у време када то здравствена ситуација дозволи, а за ову активност опредељена су средства у износу од 8.740.000 динара, што је ниже од уобичајених трошкова за ове активности, али узимајући у обзир да се релативна нормализација путовања очекује тек од средине године.

Поред представника организатора путовања и привреде, ТОС ће у 2021. години, наставити да позива утицајне новинаре и блогере са приоритетних тржишта у циљу креирања свести код потенцијалних туриста о Србији као пожељној дестинацији.

Такође ће се наставити и са позивањем пословних клијената који организују корпоративне догађаје, конгресе и сајмове, како би смо представили Србију као спремну и квалитетну конгресну дестинацију.

Конто 5395 - Заједничке активности са другим субјектима у земљи

Конто	Заједничке активности	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	1.800.000	3.500.000	194,44

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.

Такође напомињемо да, износ реализације за ову активност у 2020.години није релевантан, јер је током целе текуће године, услед пандемије било немогуће остварити план.

За 2021.годину, планира се износ од 3.500.000 динара, који је у оквиру планираних износа претходних година.

Конто 5396 - Промотивни материјал

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5396	Промотивни материјал	1.071.740	2.969.000	277,03

Набавка промотивног материјала битан је део активности ТОС-а, у реализацији посла на промоцији туристичке понуде Србије. Брендирани промотивни материјал, део је традиције и колорита наше земље и као такав веома занимљив страном туристи као поклон или сувенир.

Брендирани промотивни материјал ТОС, уступа и државним органима и организацијама, страним делегацијама, приликом одржавања скупова у земљи и иностранству.

Планирани износ од 2.969.000 динара је опредељен, у складу са потребама и активностима ТОС-а.

Конто 5397 - Остале активности у земљи и иностранству

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	16.457.198	55.949.500	339,97

Ова група трошкова обухвата маркетиншке активности ТОС-а на промоцији туризма како у земљи, тако и у иностранству и то путем организовања посебних радионица, догађаја, презентација, фото конкурса, изложби и слично.

Ове активности ће бити од посебног значаја када се ситуација са пандемијом COVID-19 нормализује и туристички промет успостави, јер ће конкуренција на светском тржишту бити велика и организација што већег броја презентација и радионица неопходна. Организоваће се велики број виртуелних и редовних посебних догађаја, вебинара, радионица на одабраним приоритетним тржиштима на којима ће се промовисати општа и специјализована туристичка понуда Србије. С тим у вези постоји потреба за израдом већег броја различитих промотивних материјала (презентација) које морају пратити нове трендове у промоцији наметнуте виртуелним догађајима.

Поред наведеног, једна од приоритетних активности у 2021. години, свакако ће бити везана за прву фазу пројекта брендирања Србије, за коју су издвојена значајна средства

У складу са Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије до 2025. године, који подразумева креирање јасно дефинисаног и успешно комуницираног туристичког бренда Србије као туристичке дестинације, и ребрендирање и репозиционирање Србије на домаћем и међународном тржишту, потребно је започети пројекат брендирања. Овај пројекат обухвата расписивања тендера за израду националног бренда туризма Србије и креирање широког консултативног тима током процеса израде пројектног задатка, оцене и усвајања бренда, и то са представницима јавног и приватног сектора, академске заједнице, невладиних организација и других заинтересованих страна које су на директан начин укључени у процес комуникације бренда.

Такође, Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије до 2025. године, предвиђа се едукација ради подизања нивоа свести, знања и вештина у циљу имплементирања промотивних активности, које су креиране и базиране на туристичком доживљају, које се стављају у контекст опоравка туристичке привреде од кризе изазване пандемијом вируса КОВИД 19. Едукација ће се организовати у више фаза и њом ће бити обухваћене локалне туристичке организације, представници туристичке привреде-хотели-организатори путовања- водичи- институције културе и др.

У плану је такође континуирано уређивање сајта ТОС-а, израда дигиталних брошура које ће бити доступне на сајту, финансирање активности из области конгресног туризма, континуирано истраживања тржишта (како домаћих тако и иностраних туриста) након пандемије и друге маркетиншке активности, које ће допринети позиционирању Србије као атрактивне туристичке дестинације. Планиране активности ТОС ће спровести уколико епидемиолошка ситуација то дозволи и у складу са препорукама о заштити од епидемије.

#### 15.5. Трошкови амортизације и резервисања

Конто 540 – Трошкови амортизације и резервисања

Конто	Трошкови амортизације и резервисања	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
540	Трошкови амортизације	6.000.000	7.000.000	116,67

Трошкови амортизације планирани су у износу од 7.000.000 динара, а пројектовани су на основу евиденције основних средстава у 2020. години и применом прописаних амортизационих стопа за отпис.

## 15.6. Нематеријални трошкови

### Конто 550 - Трошкови непроизводних услуга

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
550	Трошкови непроизводних услуга	4.642.358	7.303.000	157,31

Трошкови непроизводних услуга односе се на услуге обезбеђења пословног простора, едукацију запослених, услуге прес клипинга, трошкове ревизије финансијских извештаја, 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.

Ови трошкови настају током редовног пословања, а планирани износ од 7.303.000 за 2021. годину, пројектован је на бази реализације трошкова током 2020. године и претходних година. Минимално повећање у односу на претходне године, настало је из разлога обезбеђивања лиценце за мејл сервер Microsoft exchange.

Износ извршења у 2020. години није коначан, обзиром да нису обухваћени трошкови за месец децембар.

### Конто 551 – Трошкови репрезентације

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
551	Трошкови репрезентације	1.609.020	4.350.000	270,35

Имајући у виду специфичности обављања делатности, у погледу промоције туризма Републике Србије у земљи и иностранству, средства репрезентације по својој намени се користе пре свега за потребе послужења на сајамским и другим манифестацијама, за студијске посете страних новинара, блогера и туроператера, страних организатора конгреса у организацији Конгресног бироа Србије.

Износ средстава за финансирање ових трошкова у 2021. години, планиран је у мањем износу у односу на претходне године, а основни разлог је измена активности по питању организације и учешћа на сајмовима у земљи и иностранству, имајући у виду виртуелни начин присуства истим, затим знатно мањи број студијских посета страних новинара, организатора путовања и блогера нашој земљи, као и извесно мањи број долазака у инспекцију дестинације за организацију конгресног туризма.

Минимални износ извршења трошкова на овој позицији у 2020. години, у односу на планирана средства, је последица епидемиолошке ситуације, која је трајала готово целе године и самим тим довела до смањене реализације планираних активности.

Конто 552 – Трошкови премије осигурања

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
552	Трошкови осигурања имовине и лица	295.323	489.000	165,58

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.

Средства у износу од 489.000 динара, пројектована су на основу планираних активности и анализе трошкова у претходним годинама.

Реализација трошкова у мањем износу од планираног у 2020. години, је директна последица отказа сајмова и других манифестација у иностранству од стране организатора, па самим тим и престанак потребе за одлазак на службени пут и осигурање запослених по том основу.

Конто 553 - Трошкови платног промета

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
553	Трошкови платног промета	473.596	1.300.000	274,50

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

Планирана средства за 2021. годину у износу од 1.300.000 динара, су на нивоу средстава претходних година, а имајући у виду очекивани промет са иностранством и то по основу оглашавања у традиционалним и дигиталним медијима, учешћа на виртуелним догађајима у иностранству и измирења обавеза према ПР агенцијама.

Поред трошкова платног промета са иностранством, планирани износ обухвата и трошкове банкарских услуга за сервисирање обавеза у земљи.

Износ извршења трошкова у 2020. години знатно је мањи у односу на планирана средства, имајући у виду обуставу активности након марта месеца, када је проглашена пандемија, и у износ извршења нису укључени трошкови за децембар 2020. године.

Конто 554 – Трошкови чланарина у пословним удружењима и међународним асоцијацијама

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
554	Чланарине у пословним удружењима и међународним асоцијацијама	4.433.430	4.500.000	101,50

Трошкови чланарина у пословним удружењима и међународним асоцијацијама планирају се у износу од 4.500.000 динара, имајући у виду да је ТОС чланица великог броја међународних удружења из области туризма и то: ICCA, DRV Немачка, ANTOR Норвешка, ANTOR Велика Британија, ANTOR Шведска, ETC, RDA, Transromanica, NTA из САД, EDEN Асоцијација, Удружење шведских туристичких новинара и других.

Планирани износ је у висини реализованих износа у претходним годинама, јер ТОС планира да и у наредној години, буде члан најзначајнијих међународних асоцијација из области туризма, од којих је свакако најзначајнија Еропска Туристичка Комисија-ЕТЦ.

#### Конто 555 – Трошкови пореза

Конто	Трошкови пореза	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
555	Трошкови пореза	7.792.939	13.000.000	166,82

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, пореза по одбитку за ино услуге (на тржиштима са којима наша земља нема потписан уговор о избегавању двоструког опорезивања) и осталих пореза.

Поред наведених пореза, највећу ставку на овој позицији чини обавеза по основу пдв-а, за који ТОС нема право одбитка, а нарочито по основу члана 12. Закона о порезу на додату вредност, ТОС-а има обавезу да обрачуна и плаћа пдв по интерним рачунима,

по основу којих нема могућност одбитка. То се пре свега односи на коришћење услуга извршених од стране ино доваљача као што су ПР услуге и услуге оглашавања у иностранству.

Средства за 2021. годину, планирана су у већем износу у односу на 2020. годину, након извршене процене трошкова по овом основу, а у складу са реализацијом плана активности у 2021. години.

#### Конто 559 – Остали нематеријални трошкови

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
559	Остали нематеријални трошкови	1.454.525	1.400.000	96,25

Остали нематеријални трошкови односе се на трошкове за таксе (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 2021. години, планирана су у приближно истом износу као у 2020. години, имајући у виду обим извршења и врсту трошкова.

## 15.7. Финансијски расходи

### Конто 56 - Финансијски расходи

Конто	Опис	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
56	Финансијски расходи	79.099	600.000	758,54

Финансијски расходи обухватају расходе по основу затезних камата, негативне курсне разлике по основу промета са иностранством, негативне курсне разлике приликом пописа обавеза и потраживања у валути на дан 31.12. и друге финансијске расходе.

Средства за 2021. годину планирана су у већем обиму у односу на текућу годину, имајући у виду да се очекује већи промет са иностранством, па самим тим и расход по основу курсних разлика, а истовремено се очекује и евентални завршетак судског спора који се води по основу кршења ауторских права, из којег може проистећи обавеза плаћања затезне камате.

Приказани износ извршења у 2020. години је знатно мањи у односу на план, а разлог је заустављање активности са иностранством услед проглашења пандемије, као и приказ извршења пре краја пословне године и свођења курсних разлика на дан 31.12., по годишњем попису.

## 15.8. Остали расходи

### Конто 57 – Остали расходи

Конто	Остали расходи	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
57	Остали расходи	77.318	1.000.000	1.293,36

Остали расходи обухватају расходе по основу кала, растура, квара и лома, губитке по основу расходовања опреме и мањкове робе по попису, судске трошкове, отпис потраживања од купаца и остале непоменуте расходе.

Средства за финансирање осталих расхода у наредној години у износу од 1.000.000 динара, планирана су у мањем обиму у односу на 2020. годину, имајући у виду да су анализом ове позиције констатовани мањи расходи и то, по основу отписа дотрајале расходоване опреме, као и евентуално завршетак судских спорова, које ће несумњиво пратити трошкови који се евидентирају у оквиру ове групе расхода.

Износ извршења није исказан у целости, обзиром да се на овој позицији књиже расходи по основу кала, растура, лома и мањкова робе, а расход по том основу се евидентира након завршетка годишњег пописа на дан 31.12. текуће године.

Истовремено напомињемо да у износу извршења нису исказани трошкови за децембар текуће године.

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

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

Кonto	Остали расходи	Извршење у 2020. години	План за 2021. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
59	Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода	417.505	500.000	119,76

На овој позицији у износу извршења за 2020. годину, исказани су накнадно утврђени расходи, који нису евидентирани у претходном периоду. За 2021. годину, планира се износ од 500.000 динара.



План прихода и расхода у 2021. години, извршен је на основу детаљне анализе сваке позиције појединачно, у складу са планом активности по тржиштима и маркетиншким циљевима, као и очекиваном стабилизацијом здравствене ситуације у земљи и свету.

У тренутку када успорава раст целокупне привреде, па и туризма као њене важне гране, пројекција активности у 2021. години, сачињена је на реалним претпоставкама опоравка након завршетка пандемије и враћања пословних процеса у нормалне токове.

Председник Управног одбора

др Ратка Вушуровић



## 7. Прилози

Прилог 1: Пројекција биланса успеха ТОС-а за 2021. годину

у хиљадама динара

Рачун група рачуна	ПОЗИЦИЈА	АПО	2020	2021	индекс
1	2	3	4	5	5/4
	<b>А. ПРИХОДИ И РАСХОДИ ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА</b>				
60 до 65	<b>I. ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ</b>	1001	283.078	513.338	181,34
60	1. ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1002	1.211	6.000	495,46
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	281.867	507.238	179,96
65	V ПРИХОДИ ОД НЕФИНАН. ИМОВИНЕ	1006		100	0,00
50 до 55,61	<b>Б. ПОСЛОВНИ РАСХОДИ</b>	1007	281.860	511.888	181,61
50	I. НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	1008	1.211	5.000	412,88
61	II. ПРИХОДИ ОД АКТИВИРАЊА РОБЕ	1009			
620	III. ПОВЕЋАЊЕ ВРЕДН. ЗАЛИХА НЕД.П	1010			
621	IV. СМАЊЕЊЕ ВРЕД. ЗАЛИХА НЕД.П.	1011			
51	V ТРОШКОВИ МАТЕРИЈЛА И ЕНЕРГИЈЕ	1012	4.743	6.360	134,09
52	VI ТРОШКОВИ ЗАРАДА, НАКНАДА ЗАРАДА И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	1013	75.887	90.171	118,82
53	VII ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	1014	171.506	371.015	216,33
540	VIII ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	1015	6.000	7.000	116,67
541	<b>IX ТРОШКОВИ РЕЗЕРВИСАЊА</b>	1016			
557	<b>X ТРОШКОВИ ДОНАЦИЈА</b>	1017			
55 осим 557	<b>XI НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ</b>	1018	22.513	32.342	143,66
	<b>В. ПОСЛОВНИ ДОБИТАК</b>	1019	1.218	1.450	119,05
	<b>О. ПОСЛОВНИ ГУБИТАК</b>	1020			

66	<b>I .ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ</b>	1021	52	500	961,54
660	<b>1.Приходи од фин,имовине од мат.</b>	1022			
661	<b>2.ПРИХОДИ ОД КАМАТА</b>	1023	45	80	177,78
662 и 663	<b>3.ПОЗИТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ</b>	1024	7	420	6.000,00
664	<b>4.Приходи од дивиденди</b>	1025			
669	<b>5.Остали прих.од финансијске имовине</b>	1026			
56	<b>II ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ</b>	1027	79	600	759,49
560	<b>1.Фин.расходи.из односа са мат.п.лиц.</b>	1028			
562	<b>2.Расходи камата</b>	1029	20	50	250,00
563,564,566	<b>3.НЕГАТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ</b>	1030	59	550	932,20
569	<b>4.ОСТАЛИ ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ</b>	1031			
	<b>III. ДОБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА</b>	1032			
	<b>IV.ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА</b>	1033	27	100	370,37
683 и 685	<b>V.ПРИХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА</b>	1034			
583 и 585	<b>VI.РАСХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА</b>	1035			
	<b>VII ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА</b>	1036			
	<b>VIII ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА</b>	1037			
67 и 68осим 683 и 685	<b>IX.ОСТАЛИ ПРИХОДИ</b>	1038	259	100	38,61
57 и 58 осим 583 и 585	<b>X.ОСТАЛИ РАСХОДИ</b>	1039	444	1.000	225,25
	<b>XI.ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕД. ПОСЛ. ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА</b>	1040	1.006	450	44,73
	<b>XII.ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХ. ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛ. ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА</b>	1041			
69-59	<b>XIII. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХ. ЕФЕКТИ ПРОМЕНЕ РАЧУН. ПОЛИТИКА</b>	1042			
59-69	<b>XIV.ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ЕФЕКТИ ПРОМЕНЕ РАЧУН.ПОЛИТИКА</b>	1043	1.006	450	44,73
	<b>Д.ВИШК ПРИХ.НАД РАСХ.ПРЕ ОПОРЕЗ.</b>	1044			
	<b>Ђ. ВИШК РАСХ.НАД ПРИХ.ПРЕ ОПОРЕЗ.</b>	1045			

	<b>Е. ПОРЕЗ НА РАЗЛ. ПРИХ. И РАСХОДА</b>				
721	ПОРЕСКИ РАСХОД ПЕРИОДА	1046			
	НЕТО ВИШАК ПРИХ. НАД РАСХОДИМА	1047			
	НЕТО ВИШАК РАСХ. НАД ПРИХОДИМА	1048			

Група рачуна рачун	Биланс стања	аоп	2020	2021	индекси
1	2	3	4	5	5/4
	<b>АКТИВА</b>				
	<b>А. СТАЛНА ИМОВИНА</b>	0001	22.050	26.000	117,91
	I НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	0002	15.671	17.000	108,48
02	II НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА , ОПРЕМА	0003	6.379	9.000	141,09
020.021 и део 029	1. Земљиште	0004			
022 и део 029	2. Грађевински објекти	0005			
023 и део 029	3. Постројења и опрема	0006	6.379	9.000	141,09
024 и део 029	4. Инвестиционе некретнине	0007			
02 осим	5. Остале некретнине, постројења и опрема	0008			
03	III БИОЛОШКА СРЕДСТВА	0009			
04	IV ДУГОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0010			
05	V ДУГОРОЧНА ПОТРАЖИВАЊА	0011			
	<b>Б. ОБРТНА ИМОВИНА</b>	0012	126.673	137.446	108,50
Класа 1	I ЗАЛИХЕ	0013	2.545	7.500	294,70
10	1. Залихе материјала	0014			
11 и 12	2.. Недовршена производња, недовршене услуге и готови производи	0015			
13	3. Роба	0016	2.136	3.800	177,90
15	4. Плаћени аванси за залихе и услуге	0017	409	3700	904,65
20	II ПОТРАЖИВАЊА ПО ОСНОВУ ПРОДАЈЕ	0018	1.307	1.500	114,77
22	III ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	0019	619	300	48,46
23	IV КРАТКОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0020			

24	<b>V ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ И ГОТОВИНА</b>	0021	64.852	58.066	89,54
27	<b>VI ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ</b>	0022	120	80	66,67
28	<b>VII АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА</b>	0023	57.230	70.000	122,31
	<b>V. УКУПНА АКТИВА</b> ПОСЛОВНА ИМОВИНА	0024	148.723	163.446	109,90
88	<b>G. ВАНБИЛАНСНА АКТИВА</b>	0025	10.161	10.161	100,00
	<b>ПАСИВА</b>				
	<b>A. УЛОЗИ</b>	0401	32.201	32.201	100,00
30	I. УЛОЗИ СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ ОСНИВАЧА И ДРУГИХ ЛИЦА	0402	32.201	32.201	100,00
34	II. НЕРАСПОРЕЂЕНИ ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА	0403			
340	Нераспоређени вишак прихода над расходима ранијих година	0404			
341	Нераспоређени вишак прихода над расходима текуће године	0405			
35	III ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА	0406			
350	1 Вишак расхода над приходима ранијих година	0407			
351	2 Вишак расхода над приходима текуће године	0408			
	<b>Б. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И ОБАВЕЗЕ</b>	0409	116.522	131.245	112,63
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	35	45	128,57
43	IV ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	0415	3.377	3.000	88,84
45 I 46	V ОСТАЛЕ КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0416	44.714	55.000	123,00
47	VI ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗ НА ДОДАТУ ВРЕДНОСТ	0417	1.630	2.500	153,37
48	VII ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗЕ, ДОПРИНОСЕ И ДРУГЕ ДАЖБИНЕ	0418	83	100	120,48
49	<b>VIII ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА</b>	0419	66.683	70.600	105,87

	<b>IX ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗНАД ВИСИНЕ УЛОГА СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ</b>	0420			
	<b>Г. УКУПНА ПАСИВА</b>	0421	148.723	163.446	109,90
<b>89</b>	<b>Д. ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА</b>	0422	10.161	10.161	100,00