

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

ПРОГРАМ РАДА
СА ФИНАНСИЈСКИМ ПЛАНОМ
ЗА 2024. ГОДИНУ

Београд, децембар 2023. године

1. УВОДНЕ НАПОМЕНЕ.....	5
2. ПРЕДСТАВЉАЊЕ ТОС.....	5
2.1. ПРЕГЛЕД ОСНОВНИХ ПОДАТАКА	5
2.2. ОСНИВАЊЕ	5
2.3. ДЕЛАТНОСТ	5
2.4. ОРГАНИ УПРАВЉАЊА И УНУТРАШЊА ОРГАНИЗАЦИЈА	6
2.5. РЕСУРСИ.....	6
2.5.1. <i>Основна средства</i>	6
2.5.2. <i>Запослени</i>	6
2.5.3. <i>Финансијска средства</i>	6
3. ВИЗИЈА И МИСИЈА.....	7
4. СТРАТЕГИЈА И МАРКЕТИНГ СМЕРНИЦЕ	7
4.1. СТАТИСТИЧКИ ПРЕГЛЕД ТУРИСТИЧКОГ ПРОМЕТА.....	7
5. ПРОГРАМ РАДА.....	8
5.1. ПРОМОЦИЈА СРБИЈЕ КАО ТУРИСТИЧКЕ ДЕСТИНАЦИЈЕ	8
5.2. ПРОМОЦИЈА И РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПРОИЗВОДА	9
5.3. ПЛАН АКТИВНОСТИ	9
5.3.1. <i>Активности на домаћем тржишту</i>	11
5.3.1.1. Сајмови у земљи	11
5.3.1.2. Посебни промотивни догађаји у земљи	11
5.3.2. <i>Активности на иностраним тржиштима</i>	12
5.3.2.1. Сајмови у иностранству	13
5.3.2.2. Посебни промотивни догађаји у иностранству	14
5.3.2.3. Студијске посете	14
5.3.2.4. Агенције за односе са јавношћу у иностранству	15
5.3.2.5. Оглашавање у иностранству	16
5.3.2.5.1. ТВ оглашавање	16
5.3.2.5.2. Радио оглашавање	16
5.3.2.5.3. Оглашавање у штампаним медијима.....	16
5.3.2.5.4. Дигитално оглашавање	16
5.3.3. <i>Пројекти</i>	17
6. КОМУНИКАЦИОНИ АЛАТИ И КАНАЛИ КОМУНИКАЦИЈЕ.....	17
6.1. ОГЛАШАВАЊЕ	18
6.1.1. <i>Друштвене мреже</i>	19
6.1.1.1. Тик-Ток (Tik-Tok).....	19
6.1.1.2. Инстаграм (Instagram).....	19
6.1.1.3. Фејсбук (Facebook)	20
6.1.1.4. Твитер (Twitter [X])	20
6.1.1.5. Линкдин (LinkedIn)	20
6.1.2. <i>Дигитални канали</i>	20
6.1.2.1. Телеграм.....	20
6.1.2.2. Вајбер (Viber)	20
6.1.2.3. Спотифај (Spotify).....	21
6.1.3. <i>Веб портали</i>	21
6.1.3.1. Веб портали у земљи.....	21
6.1.4. <i>Традиционални медији</i>	21
6.1.4.1. ТВ	22
6.1.4.2. Радио	22
6.1.4.3. Штамп	22
6.1.5. <i>Оглашавање на отвореном (Outdoor)</i>	22

6.1.5.1.	Лед дисплеји у јавном градском превозу.....	22
6.1.5.2.	Кула Београд.....	22
6.1.5.3.	Брендирање возила.....	22
6.2.	АНГАЖОВАЊЕ СПОЉНИХ МАРКЕТИНШКИХ САРАДНИКА.....	22
6.3.	ОДНОСИ СА ЈАВНОШЋУ.....	23
6.4.	ПРОМОТИВНИ ШТАМПАНИ И КОЛАТЕРАЛНИ МАТЕРИЈАЛ.....	23
6.5.	ПРОДУКЦИЈА.....	24
6.6.	САЈТ ТОС-А.....	25
6.7.	ИНФОРМАТИВНИ ЦЕНТРИ И ПРОДАЈА СУВЕНИРА.....	25
7.	ИСТРАЖИВАЊА И ЕДУКАЦИЈА.....	26
8.	ЗАЈЕДНИЧКЕ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА.....	26
8.1.	КООРДИНАЦИЈА АКТИВНОСТИ ЛОКАЛНИХ ТУРИСТИЧКИХ ОРГАНИЗАЦИЈА И СПРОВОЂЕЊЕ ЗАЈЕДНИЧКИХ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА.....	26
8.2.	САРАДЊА СА ОРГАНИМА, ОРГАНИЗАЦИЈАМА, ЈАВНИМ ПРЕДУЗЕЊИМА И УДРУЖЕЊИМА НА ДОМАЋЕМ ТРЖИШТУ ИЗ ОБЛАСТИ ТУРИЗМА, КАО И ВАН ОБЛАСТИ ТУРИЗМА, А КОЈЕ ИМАЈУ УТИЦАЈ НА УКУПНУ ТУРИСТИЧКУ ПОНУДУ.....	26
8.3.	САРАДЊА СА НАЦИОНАЛНИМ АВИО ПРЕВОЗНИКОМ Air SERBIA.....	26
8.4.	САРАДЊА СА ИНСТИТУЦИЈАМА КУЛТУРЕ.....	27
8.5.	ЗАЈЕДНИЧКЕ АКТИВНОСТИ НА ИНОСТРАНОМ ТРЖИШТУ.....	27
9.	ЧЛАНСТВО ТОС-А У МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА.....	27
10.	КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ.....	28
10.1.	ПРОГРАМ ПАРТНЕРСТВА.....	29
10.2.	ПРОГРАМ АСОЦИЈАЦИЈА И АМБАСАДОРСКИ ПРОГРАМ.....	29
10.3.	АКТИВНОСТИ КОНГРЕСНОГ БИРОА.....	29
10.4.	ЦИЉЕВИ КОНГРЕСНОГ БИРОА СРБИЈЕ ЗА 2024. ГОДИНУ.....	30
10.5.	ПРОГРАМ РАДА И МАРКЕТИНГ АКТИВНОСТИ КОНГРЕСНОГ БИРОА СРБИЈЕ ЗА 2024. ГОДИНУ.....	31
•	УЛОГА СТРАТЕГА.....	31
•	УЛОГА ФАСИЛИТАТОРА.....	31
•	УЛОГА ЕКСПЕРТА И.....	31
•	УЛОГА КОМУНИКАТОРА.....	31
10.5.1.	<i>Маркетинг активности на домаћем тржишту.....</i>	<i>31</i>
10.5.1.1.	Истраживање тржишта.....	32
10.5.1.2.	Организација догађаја као елемент маркетинг микса.....	32
10.5.1.3.	Оглашавање у медијима.....	33
10.5.2.	<i>Маркетинг активности на међународном тржишту.....</i>	<i>33</i>
10.5.2.1.	Истраживање тржишта.....	33
10.5.2.2.	Учешће на сајмовима и пословним скуповима.....	33
10.5.2.3.	Истицање кандидатура за организацију догађаја.....	34
10.5.2.4.	Организација студијских посета организаторима путовања и новинарима.....	34
10.5.2.5.	Јачање капацитета запослених у Конгресном бироу.....	35
10.5.2.6.	Презентација дестинације у иностранству.....	35
10.5.2.7.	Организација локалног пословног B2B форума.....	35
10.5.2.8.	Центар за одрживост Конгресног бироа Туристичке организације Србије.....	35
	ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ПОСЛОВАЊА.....	36
11.	ПРЕНОС СРЕДСТАВА У НАРЕДНУ ГОДИНУ (АВАНШНО ПЛАЋАЊЕ И ПРЕУЗЕТЕ ОБАВЕЗЕ).....	36
12.	НАБАВКА ОСНОВНИХ СРЕДСТАВА.....	36
13.	ПОЛИТИКА ЦЕНА.....	36

КЛАСА 6: ПРИХОДИ	36
14. ПРИХОДИ	36
14.1. ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ У МАЛОПРОДАЈНОМ ОБЈЕКТУ -СУВЕНИРА	38
14.2. ПРЕНЕТИ ПРИХОДИ ИЗ ПРЕТХОДНЕ ГОДИНЕ	38
14.3. ПРИХОДИ ИЗ БУЏЕТА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ	38
14.4. ПРИХОДИ ОД ОСТАЛИХ ДРЖАВНИХ ДОДЕЉИВАЊА ИЗ РЕПУБЛИЧКОГ БУЏЕТА	38
14.5. ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ, КАМАТЕ И ПОЗИТИВНА КУРСНА РАЗЛИКА КОД ПЛАЋАЊА ПРЕМА ИНОСТРАНСТВУ	39
14.6. ОСТАЛИ ПРИХОДИ	39
14.7. ЕФЕКТИ ПРОМЕНЕ РАЧУНОВОДСТВЕНЕ ПОЛИТИКЕ – ИСПРАВКЕ ГРЕШАКА РАНИЈИХ ПЕРИОДА И ПРЕНОС ПРИХОДА	39
КЛАСА 5: РАСХОДИ	40
15. РАСХОДИ	40
• Група 50- НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	41
15.1 НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	41
15.2 ТРОШКОВИ МАТЕРИЈАЛА	41
15.3 ТРОШКОВИ ПЛАТА, НАКНАДА ПЛАТА И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	42
15.3.1 Накнаде за рад управног одбора и надзорног одбора Туристичке организације Србије за 2024. годину	48
15.3.2 Трошкови накнада по уговору ван радног односа	50
15.3.3 Остали лични расходи и накнаде	50
15.4. ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	52
15.5. ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ И РЕЗЕРВИСАЊА	60
15.6. НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ	60
15.7. ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ	63
15.8. ОСТАЛИ РАСХОДИ	64
15.9 ЕФЕКТИ ПРОМЕНЕ РАЧУНОВОДСТВЕНЕ ПОЛИТИКЕ, ИСПРАВКЕ ГРЕШАКА РАНИЈИХ ПЕРИОДА И ПРЕНОС РАСХОДА	64

Прилог 1 ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНС СТАЊА 2024.год.

Прилог 2 ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНС УСПЕХА 2024 год.

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. ПРЕДСТАВЉАЊЕ ТОС

Туристичка организација Србије је званични институционални носилац промоције туризма Републике Србије на домаћем и иностраном тржишту.

Туристичка организација Србије ће и у 2024. години, предузимати активности на домаћем и иностраним тржиштима у циљу опоравка туризма у постковид периоду, промовишући туристичке производе, пратећи кретања и интересовања на различитим тржиштима. У том циљу наставиће се комуникација са крајњим туристима и пословном јавношћу кроз наставак промоције новог брэнда „СРБИЈА Доживи!“.

2.1. Преглед основних података

Назив: ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ
Адреса: Београд, Чика Љубина 8
Матични број: 17062867
ПИБ: 101824761
Адреса електронске поште: office@serbia.travel
Веб адреса: www.serbia.travel

2.2. Оснивање

Законом о туризму из 1994. године основана је Туристичка организација Србије (у даљем тексту ТОС), као званични институционални носилац промоције туризма Републике Србије на домаћем и иностраном тржишту званично је отпочела са радом 1. јануара 1995. године. 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 којим је дефинисан делокруг рада Туристичке организације Србије ("Службени гласник РС" број 17/2019).

2.4. Органи управљања и унутрашња организација

Органи ТОС су управни одбор, надзорни одбор и директор. Чланове управног и надзорног одбора и

директора именује Влада на предлог Министарства.

Управни одбор у оквиру своје надлежности обавља 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 представништва у иностранству и информативних центара у земљи, обавља и друге послове утврђене законом и статутом.

Надзорни одбор ТОС врши надзор над пословањем, прегледа извештај о пословању и завршни рачун и утврђује да ли су сачињени у складу са прописима, доноси пословник о свом раду, врши и друге послове у складу са законом и статутом.

Директор представља и заступа ТОС, организује и руководи радом ТОС, 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 и одговара за коришћење и располагање имовином и врши друге послове утврђене законом и статутом.

Унутрашња организација:

- Сектор за стратешке послове;
- Сектор за корпоративну подршку;
- Сектор за интерну подршку;
- 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 и других извора у складу са Законом.

Средства из буџета за рад ТОС, у износу од 500 милиона динара, обезбеђена су Законом о буџету Републике Србије за 2024. годину („Службени гласник РС“, број 92/2023), раздео 37 – Министарство туризма и омладине, програм 1507 – уређење и развој у области туризма, функционална класификација 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације

Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама.

3. ВИЗИЈА И МИСИЈА

Визија и мисија ТОС-а јесте да Србија постане незаобилазна дестинација свих путника жељних доживљаја. Желимо да допринесемо таквом доживљају туриста након којег ће пожелети да нам се изнова враћају и препоручују нас као пожељну дестинацију са које ће сваки туриста понети незаборавне доживљаје и искуства.

ТОС се труди да својим радом, активностима и идејама привуче што већи број, како иностраних тако и домаћих туриста, на све дестинације широм Србије, и тако допринесе развоју свих делова наше земље.

Циљ нам је да у сарадњи са туристичком привредом наставимо са промовисањем туристичке понуде наше земље, уочавамо нове туристичке ресурсе, подстичемо развој нових капацитета и побољшамо квалитет туристичке понуде.

4. СТРАТЕГИЈА И МАРКЕТИНГ СМЕРНИЦЕ

У складу са Стратегијским маркетинг планом туризма Србије до 2025. године, фазе реализације плана, приликом самог финансијског и пословног планирања, деле се на две етапе, прва у раздобљу 2021–22. година и друга у раздобљу 2023–24. година.

Друга фаза, односно друга етапа операционализације Стратегијског маркетинг плана, која започиње 2023. године, подразумева да ТОС постепено „излази“ из активности на домаћем и регионалном тржишту, и из улоге „иницијатора и носиоца“, прелази у улогу „подржаваоца“ активности. То значи да ТОС и даље има одговарајуће развојне и промотивне активности на домаћем и регионалном тржишту, може да задржи процес координације националних промотивних активности, али главни носиоци су саме ЛТО и РТО.

ТОС је главни носилац активности на фокусним тржиштима и тржиштима које треба пратити у оба периода, али у другој етапи ТОС ставља већи акценат на тзв. фокусна тржишта, како су дефинисана Стратегијским маркетинг планом.

4.1. Статистички преглед туристичког промета

Према подацима Републичког завода за статистику, у периоду јануар-октобар 2023. године у Републици Србији боравило је укупно 3.593.049 туриста, што је за 9% више у односу на првих 10 месеци 2022. године, од чега је домаћих било 1.786.064 (2% мање у односу на 2022.) или 50% од укупног броја гостију, а иностраних 1.806.985 (+ 22%), такође 50% од укупног броја гостију. У посматраном периоду остварено је укупно 10.808.562 ноћења (што је за 2% више у односу на исти период 2022. године), од чега су домаћи туристи остварили 6.077.087 ноћења (6% мање), што чини 56% од укупног броја остварених ноћења, а иностранци 4.731.475 (+ 15%) или 44% од укупног броја остварених ноћења.

Мерено бројем остварених ноћења, домаћи туристи у периоду јануар-октобар 2023. године највише су боравили на Златибору, затим следе Сокобања, Врњачка Бања, Копоник, Београд итд., а иностранци у Београду, затим следе Нови Сад, Златибор, Суботица, Ниш итд.

Према подацима Народне банке Србије девизни прилив од туризма у првих 10 месеци 2023. године износио је 2,263 милијарде \$, односно 2,091 милијарди €, што је за 4% више у поређењу са истим периодом 2022. године.

У доњој табели приказан је, по земљама, туристички промет у периоду јануар – октобар 2023. године, са тржишта са којих долази највећи број страних туриста.

Земља	Ноћења страних туриста	% 2023/2022.
Руска Федерација	565.988	+ 26 %
Турска	438.724	+ 22 %
Босна и Херцеговина	297.395	+ 3 %
Немачка	248.882	+ 16 %
Кина	239.994	+ 64 %
Румунија	220.954	+ 51 %
Северна Македонија	211.171	+ 21 %
Црна Гора	203.400	+ 15 %
Хрватска	179.428	+ 19 %
Бугарска	146.540	+ 51 %

* Извор: Републички завод за статистику Србије (Саопштење УТ10 за октобар 2023.).

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 и акција поделе ваучера надлежног Министарства допринеле су расту укупног туристичког промета у 2023. години.

5. ПРОГРАМ РАДА

5.1. Промоција Србије као туристичке дестинације

Основна активност ТОС-а је промоција Србије као туристичке дестинације на домаћем и иностраном тржишту. Ову активност прате подржавајуће активности и маркетиншка инфраструктура. Промотивне активности имају за циљ подизање свести о бренду Србије као туристичке дестинације, креирање домаће и иностране туристичке тражње, као и повећање туристичког промета и прилива од туризма.

Стратегијским маркетинг планом туризма Србије до 2025. године предвиђене су следеће промотивне активности ТОС:

- 1) Спровођење промотивних/маркетиншких кампања, које се базирају на различитим каналима комуникације и које имају различите географске и демографске циљне групе.

- 2) Организовање студијских посета за организаторе путовања и медије, у сарадњи са локалним туристичким организацијама и туристичком привредом, при чему је садржај усаглашен са тржишним трендовима и кретањима на страни туристичке тражње.
- 3) Организовање студијских посета за локалне и стране блогере и инфлуенсере, као једна од комплементарних активности промотивних камања која се одвија на савременим каналима комуникације (пре свега друштвеним мрежама), при чему су програм, теме и садржај прилагођени циљаним корисницима и жељеном досегу.
- 4) Унапређење наступа на сајмовима, кроз редефинисање приоритетних сајмова (сходно тржиштима), и кроз сарадњу ТОС–РТО–ЛТО–приватни сектор, имајући у виду да сајмови представљају високобуџетну активност; унапређење и у домету организовања наступа, садржаја и састанака, као и учешће ТОС–РТО–ЛТО–приватног сектора у финансирању наступа и активности.
- 5) Сарадња са ПР агенцијама на одабраним тржиштима, по јасно дефинисан параметрима мерења резултата активности, што обухвата и успостављање подршке продаји на бази платформе сарадње с приватним сектором.
- 6) Организовање различитих промотивних и пословних догађаја и радионица у земљи и иностранству, кроз платформе сарадње ТОС–РТО–ЛТО–приватни сектор.

5.2. Промоција и развој туристичких производа

На основу стратешких праваца из Стратегијског маркетинг плана туризма Републике Србије, Служба за развој и промоцију туристичких производа ће наставити са активностима које су усмерене на промоцију следећих производа: градови, природа и активни одмор, култура (манифестације и догађаји), гастрономија и вински туризам, бањски туризам (spa i wellness), MICE туризам.

Трендови у сфери маркетинга туристичких дестинација се нису променили у односу на претходну годину. Комуникација се доминантно базира на е-технологији. Статистички подаци говоре да се савремени туриста, пре него што се упуту на одређену дестинацију, са истом првенствено упознаје путем препорука травел инфлуенсера, блогера, оцена на интернет претраживачима. Присутност на мрежама је приоритет приликом одабира дестинације, а самим тим и приликом промоције.

Један од главних разлога посете дестинацији је аутентичност, а важан мотив за путовањем су и емоције. Кроз доминантност поруке Србија Доживи, туристи треба да осете потребу да открију нове пределе, градове у којима се преплићу различите културе, скривене лепоте нетакнуте природе.

5.3. План активности

У оквиру плана активности акценат ће бити на сарадњи са ЛТО кроз заједничке промотивне активности које ће као резултат имати представљање различитих крајева Србије. Сваке године ће се представити други градови Србије кроз културу, природу и гастрономију краја. Кампања ће имати за циљ да се промовишу градови Србије који се не налазе на листи топ дестинација по броју посета туриста, а како би се увећао број долазака и ноћења.

Национална престоница културе за 2024. годину биће полазна тачка летње промотивне кампање Туристичке организације Србије. Како националне престонице културе развијају и истичу културне

садржаје у свом граду, кампања Туристичке организације Србије ће промовисати те садржаје као део туристичке понуде поред активног одмора, аутентичне гастрономије, винског туризма.

Град Београд ће бити централно место летње промотивне кампање, као место окупљања и сусрета различитих култура, обичаја, историје Србије.

Промоција туристичких производа попут активног одмора, бањског туризма, природних атракција ће се радити на начин који је пријемчив широј публици, преко online кампања, организовањем наградних игара путем канала комуникације ТОС-а за избор најбоље фотографије, најбољег снимка, организовањем изложби и прављењем промотивних спотова кадровима награђених учесника.

Кампања: Укључивање Србије на мапу светских гастрономских дестинација

Вински туризам и гастрономија, иако у Стратегијском маркетинг плану туризма Републике Србије нису дефинисани као посебни производи, незамењив су део сваке туристичке понуде. Богатство понуде у нашој земљи која се разликује од краја до краја, доприноси разноврсности туристичке понуде различитих туристичких дестинација.

Промоцији и развоју гастрономске понуде Србије доприноси сарадња са Michelin Гастрономским водичем. Michelin Гастрономски водич кроз сертификацију ресторана подиже свест о дестинацији, побољшава њен имиџ, привлачи туристе, утиче на раст прихода и на повећање квалитета услуге.

С обзиром на позитивну оцену кулинарског потенцијала Србије, спроведену током 2019. године, након реализоване прве фазе - процеса евалуације, у 2020. години се прешло на другу фазу дугорочне сарадње Michelin-а са Туристичком организацијом Србије.

Прва селекција, реализована крајем 2021. године, је обухватила 14 ресторана у Београду. Друга селекција – селекција за 2023. годину је објављена децембра 2022. године. Поред свих ресторана који су раније понели ознаке, а то су били ресторан Iva New Balkan Cuisine који је понео ознаку „Bib Gourmand“ за врхунски гастрономски квалитет и одличну вредност за уложени новац, док су препоручени ресторани Salon 1905, Gušti mora, JaM, Enso, Homa, Magellan, The Square, Legat 1903, Ebisu, Comunale Cafè e Cucina, Mezestoran Dvorište и Langouste, као и ресторан Бела Река, који је посебно препознат због своје посвећености одрживом развоју и чињенице да су састојци који се користе за припрему хране у овом ресторану потпуно органски и долазе са Хомољских планина, селектована су као препоручена нова три београдска ресторана: Metropolitan Grill у хотелу Hyatt Regency, Skylounge у хотелу Хилтон и Twenty Two у хотелу Metropol Palace.

Промоција селекције подразумева сарадњу ТОС-а и Michelin Гастрономског водича кроз промоцију на друштвеним мрежама и објављивање текстова на порталу Michelin Гастрономског водича на тему гастрономске и туристичке понуде Београда. Све године процеса од друге до шесте, да би се остало у Michelin Гастрономском водичу и да би се кроз Michelin канале водила промотивна – маркетиншка кампања (као што су промотивни догађаји, штампање водича и/или мапе, издавање press release, промоција на Michelin дигиталним и осталим каналима комуникације) захтева активно учешће Туристичке организације Србије у промотивним и маркетиншким активностима, уз одговарајуће финансијско учешће. Стога се наставак сарадње са Michelin Гастрономским водичем планира и за 2024. годину.

Кампања: Израда интернационалног гастрономског водича Србије

Ова кампања подразумева израду GAULT & MILLAU Гастрономског водича за 2024. годину.

Јединствени водич Gault & Millau за Србију, чувени је гастрономски водич који на једном месту даје преглед најбољих ресторана, посластичарница, сеоских домаћинстава, винарија, пивара, једном речју свих пружалаца услуга хране и пића у Србији, уз оцену њиховог квалитета по јединственој методологији.

Издавањак трећег издања водича Gault & Millau се очекује у априлу 2024. године. Водич ће имати преко 300 страна и биће двојезичан (српско/енглески). Предвиђени тираж је 6.000 примерака, а дистрибуција ће се вршити кроз канале ТОС-а (информативни центри ТОС-а и локалних туристичких организација, на сајмовима и другим посебним догађајима и презентацијама), као и у дигиталном облику путем сајта <https://rs.gaultmillau.com>.

Израда водича се спроводи у две фазе: прва фаза је обилазак угоститељских и сродних објеката у Србији од стране независних оценитеља, а друга фаза је писање самог водича, опремање фотографијама, приређивање за штампу, штампа и достављање водича наручиоцу, организовање гала промоције, промотивне и маркетиншке активности: објављивање целокупног водича на web страници Gault & Millau који има 500.000 корисника, на мобилној апликацији коју користи 200.000 корисника, кобрендинг на налепницама које се додељују ресторанима, организовање промотивних догађаја, оглашавање у најчитанијим традиционалним и дигиталним медијима и на друштвеним мрежама.

5.3.1. Активности на домаћем тржишту

5.3.1.1. Сајмови у земљи

- Сајам туризма у Београду
- Сајам туризма у Новом Саду
- Сајам туризма у Крагујевцу
- Сајам туризма у Нишу

5.3.1.2. Посебни промотивни догађаји у земљи

- Караван "Србија Доживи"
- Туристички форум 2024. године, септембар.
- Туристички цвет 2024. децембар
- Учешће на догађајима које организују други правни субјекти, РТО-ЛТО и др.

Караван "Србија Доживи", ће бити најважна летње промотивне туристичке кампање са три догађаја, Београд-Ужице-Београд. У Београду ће бити представљање целокупне туристичке понуде Србије, у Ужицу промоција националне престонице културе и поново Београд, гастро караван, представљање укуса Србије.

На Туристичком 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.

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. Награда се додељује у децембру месецу на догађају организованом за тај повод.

5.3.2. Активности на иностраним тржиштима

Стратегијским маркетинг планом туризма Републике Србије (СМПТРС) су дефинисана приоритетна тржишта како би се осигурало да се ресурси усмере на најефикаснији могући начин. Ресурси за проактивну маркетиншку активност су лимитирани и морају се усредсредити на мањи број тржишта како би се осигурали бољи резултати.

Три категорије иностраних тржишта на којима ће ТОС, у складу са СМПТРС бити активна у 2024. години су:

1. Регионална тржишта, која доприносе великом броју посетилаца, односно имају највећи удео у оставреном броју долазака и ноћења иностраних туриста. На овим тржиштима, Србија би требало да тежи да заштити тржишни удео и повећа га, настављајући да привлачи постојеће туристе и да обезбеђује нову тражњу у будућности.

Регионална тржишта на којима ће ТОС имати континуитет промотивних активности у 2024. години су Босна и Херцеговина, Хрватска, Црна Гора, Словенија, Северна Македонија, Бугарска, Румунија, Мађарска, Грчка и Турска. Активности ће у највећој мери обухватити маркетиншке кампање и ПР активности усмерене ка медијима - новинарима и инфлуенсерима, кроз организацију студијских посета, а у мањој мери учешће на сајмовима туризма и посебним догађајима.

2. Фокусна тржишта имају висок ниво раста и доприносе великом броју посетилаца. У предстојећем раздобљу, та тржишта треба да буду висок приоритет и Србија би требало да настави и појача промотивне активности на њима, како би повећала број посета и дужину боравка. Ово су тржишта на којима је највећа прилика за партнерства са авио-компанијама и организаторима путовања. Од фокусних тржишта ће се у 2024. години акценат ставити на Немачку, односно у ширем смислу тржишта немачког говорног подручја што укључује и Аустрију и Швајцарску, на Кину и САД.

На тржишту немачког говорног подручја, у сарадњи са ангажованом ПР агенцијом, реализоваће се активности појачаног присуства у медијима, кроз редовно слање информација о туризму Србије, кроз организовање студијских посета Србији за медије, како новинаре тако и инфлуенсере, учешће на сајму туризма у Берлину, појачану комуникацију и сарадњу са организаторима путовања.

Што се тиче Кине, одржаваће се постигнути ниво активности, пре свега у области одржавања постојеће и успостављање нове сарадње са кинеским организаторима путовања, организовање студијских посета за медије и организаторе путовања, учешће на сајмовима туризма, пре свега ITB China на штанду Европске туристичке комисије, сарадњу и подршку националном авио превозиоцу у сфери промоције успостављених директних летова.

Русија, иако фокусно тржиште и највеће по броју ноћења туриста у 2023. години, неће и даље бити обухваћена промотивним активностима, осим промотивних активности усмерених ка заједници Руса који привремено бораве у Србији, за које се показало да су заинтересовани за путовања и провођење краћих одмора у туристичким дестинацијама широм Србије.

Тржиште САД је током 2023. године забележило значајан раст и нашло се на 12. месту по броју ноћења у Србији. Значајан допринос овом расту је и појачана доступност, кроз увођење директног лета Air Serbia из Чикага. Такође, ТОС је у сарадњи и уз подршку Европске туристичке комисије током 2023. године спровела пројект промоције туризма на тржишту САД усмерен превасходно ка организаторима путовања, а у оквиру пројекта Essential Balkans који је објединио регионалну промоцију Србије, Црне Горе и Румуније.

За 2024. годину, за тржишта Кине и САД, ТОС ће поново аплицирати код Европске туристичке комисије за учешће у пројектима промоције, и то: учешће на сајму ITB China у Шангају, дигитална промоција на оба тржишта усмерена ка потенцијалним туристима, промоција усмерена ка организаторима путовања.

3. Тржишта у настајању показују значајни ниво раста, те чине тржишта са великим потенцијалом, а задатак ТОС-а као носиоца маркетинга туризма Србије је да самостално и у сарадњи с партнерима (као што су авио-компаније и организатори путовања) ради на подизању свести потенцијалних туриста о Србији као туристичкој дестинацији и креирању тражње за дестинацијом.

Имајући у виду активности националног авиопревозиоца Air Serbia и успостављање великог броја нових директних авионских линија ка дестинацијама у Европи, али и других авио компанија које континуирано повећавају број директних летова ка Београду, што је један од основних предуслова (доступност) за активацију промотивних и маркетиншких активности, тежиште ће бити стављено на тржишта Шпаније, Италије, Велике Британије, Француске, Холандије, Шведске. Нова тржишта на којима ће ТОС имати активности, а у вези са успостављеном сарадњом са кључним организаторима путовања и туристичким агенцијама, су Јерменија, Грузија и Азербејџан.

5.3.2.1. Сајмови у иностранству

Сајмови на којима ће ТОС бити носилац наступа су:

- Place2Go, Загреб, Хрватска, 18-20.01.
- FITUR, Мадрид, Шпанија, 24-28.01.
- Сајам туризма, Бања Лука, Република Српска, 01-03.03.
- ITB Берлин, Немачка, 05-07.03.
- Holiday and Spa Expo, Софија, Бугарска, 15-17.03.
- TTG Travel Experience, Римини, Италија, 09-11. октобар
- WTM Лондон, Велика Британија, 05-07.11.

Сајмови у иностранству на којима ће ТОС учествовати у партнерству са туристичким организацијама Београда и Војводине:

- EMITT, Истанбул, Турска, 06-09.02. - На штанду ТОБ-а
- Utazas, Будимпешта, Мађарска, 22-25.02. - На штанду ТОБ-а
- Philoxenia, Солун, Грчка, новембар - На штанду ТОБ-а

Сајмови у иностранству на којима ће ТОС учествовати у партнерству са Европском туристичком комисијом:

- ITB China, Шангај, Кина, 24-29.05.

Сајмови у иностранству на којима ће ТОС учествовати у партнерству са институцијама Републике Србије и Air Serbia:

- Сајам туризма Гуанџоу, Кина

5.3.2.2. Посебни промотивни догађаји у иностранству

Посебни промотивни догађаји у иностранству су догађаји на којима се ТОС обраћа одабраним циљним групама, било да су у питању организатори путовања и туристичке агенције, медији или публика – потенцијални туристи.

Догађаји који су планирани у 2024. години су:

- Радионица New Deal Europe, Лондон, Велика Британија
- Промотивни догађај “Пролећни фестивал”, Будимпешта, Мађарска
- Промотивни догађај за медије и туристичку привреду, Венеција, Италија – у сарадњи са Air Serbia и аеродромом
- Промотивни догађај у резиденцији Амбасаде Р. Србије, Париз, Француска
- Анимација у Српској кући поводом Олимпијаде, Париз, Француска
- Balkan Trafik Festival, Брисел, Белгија
- Промотивни догађај у сарадњи са Aviareps, Мадрид - Барселона - Лисабон, Шпанија и Португал
- Промотивни догађај, САД - У сарадњи са Air Serbia и Европском туристичком комисијом
- Промотивни догађај у Азербејџану
- Промотивни догађај, Турска, B2B
- Roadshow, Кина, Пекинг и Гуанџоу
- Промотивни догађај, Амбасада Р. Србије у Хагу, Холандија, у сарадњи са Air Serbia
- Промотивни догађај, Амбасада Р. Србије у Штокхолму, Шведска, у сарадњи са Air Serbia
- Промотивни догађај, Гетеборг, Шведска, у сарадњи са Air Serbia.

5.3.2.3. Студијске посете

У 2024. години планирано је да се организују студијске посете Србији за представнике медија са напред наведених тржишта на којима ће ТОС имати промотивне активности.

ТОС позива утицајне ТВ екипе, новинаре и блогере са одабраних 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, највише у сарадњи са Air Serbia и другим авио компанијама, организовати и студијска путовања за представнике организатора путовања. У одабиру представника иностране привреде који ће посетити Србију и у реализацији ових посета сарађиваће се и са локалним туристичким организацијама и домаћом туристичком привредом.

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.

Студијске посете ће, проред тржишта која су за 2024. годину циљана као приоритетна, бити организована и у сарадњи са авио превозиоцима, пре свега са Air Serbia али и са другима који успостављају нове авио линије ка Србији, као и са великим организаторима путовања са нових тржишта са којих се очекује значајнији раст посета Србији.

С тим у вези, студијске посете ће бити организоване са следећих тржишта: Бугарска, Грчка, Мађарска, Турска бивше СФРЈ, Немачка, САД, Кина, Француска, Италија, Шпанија, Велика Британија, Холандија, Шведска, Белгија, Португал, Јерменија и Грузија.

5.3.2.4. Агенције за односе са јавношћу у иностранству

ТОС на одабраним приоритетним тржиштима ангажује иностране ПР агенције као подршку својим промотивним и маркетиншким активностима. Агенције за односе са јавношћу, у складу са обимом планираних активности, врше следеће послове:

- Достављају анализе – информације о трендовима на тржишту;
- Врше истраживање и одабир учесника студијских путовања за иностране организаторе путовања, новинаре и блогере, као и праћење ефеката студијских путовања;
- Пружају подршку у организовању конференција за новинаре и посебних презентација;
- Информишу јавност путем медија о туристичкој понуди Србије (кроз писање и слање медијских саопштења, интервјуа, електронских вести и едиторијала);
- Пружају одговарајућу стручну помоћ и подршку медијима при објављивању чланака о Србији

- (информације, фотографије);
- Дају подршку ТОС-у у вези са интернет оглашавањем и активностима на друштвеним мрежама;
 - Организују и реализују састанке са организаторима путовања, као и интервјуе за медије приликом наступа на сајмовима;
 - Одговарају на упите привреде и потенцијалних туриста са тржишта;
 - 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;
 - Прате ефекте 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 2024. години биће ангажоване по пројектима на следећим тржиштима: Кина, Немачка (за немачко говорно подручје, укључујући Аустрију и Швајцарску), САД, Турска, бивше СФРЈ, земље региона (Бугарска, Грчка, Румунија, Мађарска), а по потреби и у Француској.

5.3.2.5. Оглашавање у иностранству

5.3.2.5.1. ТВ оглашавање

Оглашавање кроз рекламне ТВ кампање пред летњу и зимску капању планира се на тржиштима Босне и Херцеговине, и то на ВН телевизији и Алтернативној телевизији, и у Црној Гори, на ТВ Вијести и на Радио-телевизији Црне Горе.

5.3.2.5.2. Радио оглашавање

Радио оглашавање пред зимску и летњу кампању планирано је на тржиштима бивше СФРЈ, односно у Словенији, Хрватској, Босни и Херцеговини, Црној Гори и Македонији.

5.3.2.5.3. Оглашавање у штампаним медијима

Оглашавање у штампаним медијима пред зимску и летњу сезону планирано је у Бугарској, Румунији и Грчкој.

Оглашавање и промотивне кампање у штампаним медијима планирају се у Француској, Бенелуксу и Великој Британији.

5.3.2.5.4. Дигитално оглашавање

Дигитално оглашавање на порталима најчитанијих медија (информативних и специјализованих туристичких) пред зимску и летњу туристичку сезону планира се на тржиштима бивше СФРЈ (Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора и Северна Македонија), Румуније, Бугарске, Грчке, Мађарске и Турске.

У Кини се дигитално оглашавање планира у сарадњи са великим online туристичким агенцијама.

У сарадњи са Европском туристичком комисијом, кроз пројекте сарадње и суфинансирања, промотивне кампање ће се спровести на тржиштима САД и Кине.

Оглашавање кроз глобалне туристичке портале ће се усмерити ка западноевропским тржиштима, на којима, у складу са СМПТРС, уоченим кретањима на тржишту и повећаном доступношћу, треба појачати промотивне активности. Тржишта која ће се циљати су Немачка, Француска, Италија, Шпанија и Велика Британија.

5.3.3. Пројекти

- Пројекат Културно наслеђе Србије онлајн.2. у сарадњи са Заводом за проучавање културног развитка (ЗАПРОКУЛ)

Увођење дигиталних технологија у промоцију културно-историског наслеђа је све присутније последњих година. У одговору на очекивања савремених туриста, на локалитетима у Србији се уводе бројне атракције које се заснивају на електронским средствима. Туристичка организација Србије заједно са ЗАПРОКУЛ-ом наставља пројекат ЗАПРОКУЛ-а „Културно наслеђе Србије онлајн“ којим је обухваћена анализа званичних веб-сајтова шест археолошких локалитета у Србији: Виминацијума, Феликс Ромулијане, Царске палате Сирмијум, Винче, Царичиног града и Лепенског Вира. Пројекат ће размотрити примену нових технологија уведених ради боље промоције и презентације културно-историјског наслеђа.

Пројекат ће бити реализован током једнодневнoг скупа: предавања истраживача ЗАПРОКУЛ-а и радионице са експертима из области дигиталних медија. Учесници: представници поменутих археолошких локалитета, надлежни музеји и Заводи за заштиту споменика културе, локалних самоуправа, локалних туристичких организација и експерти дигиталних медија

- Дигитализација туристичке понуде Србије

ТОС, као део радне групе, учествује у пројекту “ Дигитализација туристичке понуде Србије”, чији је циљ успостављање националне дигиталне платформе која ће објединити основне информације о свим туристима, значајним локалитетима, манифестацијама, рутама и регијама. Платформа ће омогућити корисницима да на једноставан начин имају увид у туристичке локације Републике Србије

- Пројекат туристичке сигнализације

Пројекат Министарства туризма и омладине и Туристичке организације Србије на изради плана туристичке сигнализације одређених туристичких дестинација, као саветодавна улога ТОС-а у повезивању ЛТО и министарства.

- Пројекти промотивних кампања у сарадњи са Европском туристичком комисијом

ТОС као активна чланица Европске туристичке комисије, где из године у годину учествује у промотивним кампањама суфинансираним од стране овог тела које окупља националне туристичке организације европских земаља, за 2024. годину планира учешће у две плаћене кампање: кампањи усмереној ка тржишту САД и Канаде, и кампањи усмереној ка тржишту Кине. Ове се кампање реализују у сарадњи са другим националним туристичким организацијама у оквиру пројеката заједничког представљања на тржиштима под окриљем брeнда Visit Europe, за шта се конкурише за одобрење суфинансирања од стране Европске туристичке комисије из средстава Европске комисије.

6. КОМУНИКАЦИОНИ АЛАТИ И КАНАЛИ КОМУНИКАЦИЈЕ

Промоција Србије као туристичке дестинације у 2024. години биће представљена кроз пажљиво одабране и пажљиво усмерене маркетиншке активности током целе године. Уз праћење најновијих трендова у свету и прилагођавање њима Маркетинг служба Туристичке организације Србије поставља стратегију у складу са највишим стандардима, а како би сви туристички производи и комплетна понуда српског туризма били лако препознати од стране домаћих и иностраних гостију, уједно представили Србију као атрактивну и безбедну туристичку дестинацију.

Поред традиционалних и тренутно активних дигиталних канала комуникације у 2024. години у плану је увођење нових дигиталних канала Тик-Ток, Вајбер и Телеграм, односно у оквиру „outdoor“ плакати у просторијама Пошта Србије, а на домаће веб портале ће се увести „web vidget“ за промоцију садржаја на новом веб сајту ТОС-а.

Новина током 2024. године биће и активирање новог дизајна веб презентације ТОС-а која ће у себи имати као главну карактеристику „storytelling“ странице, а које ће уз опште информације, са основних страница дестинација и производа, допуњавати садржај занимљивостима које ће привлачити туристе својим атракцијама и јединственим доживљајима. Поред самог новог садржаја на веб сајту увешће се четбот уз подршку вештачке интелигенције, који ће се поред веб сајта применити и на платформе Фејсбук и Вајбер.

Грађењем и неговањем односа са медијима, новинарима, инфлуенсерима обезбедиће се медијска покривеност и присутност у циљу јачања брэнда, понуде и позиције Србије као туристичке дестинације, и ТОС-а као поузданог партнера.

6.1. Оглашавање

Друштвене мреже на којима је ТОС активан, а које представљају добар полигон за брендирање и интерактивну комуникацију с потенцијалним и постојећим пратиоцима ће и даље служити као главни и основни погон промоција путем дигиталних канала.

Оглашавање на друштвеним мрежама подразумева промовисање објава и плаћене огласе у циљу повећања видљивости садржаја на страницама чији је администратор и креатор ТОС и на којима се промовише туризам Србије, као и повећања броја пратилаца ТОС-ових налога и развој базе сталних пратилаца. У 2024. години, фокус ће бити на домаћем тржишту и на приоритетним иностраним тржиштима, региону, док ће се на осталим тржиштима периодично покретати кампање у циљу промоције појединачних догађаја.

Услед добре позиционираности веб сајта Туристичке организација Србије на Google претрази, оглашавање путем Google платформе оријентисано је на Google Display мрежу коју чини више од 2 милиона сајтова, видео записа и апликација до којих долази чак 90% корисника широм света. Овом врстом оглашавања долазимо до широке публике и јачамо свест о нашем брэнду – Србији као туристичкој дестинацији, градимо дугорочну стратегију, повећавамо посете ка сајту и на тај начин их детаљније упознајемо са нашом комплетном понудом.

Видео оглашавање подразумева пласирање филмова и спотова на YouTube платформи која, након Google-а, представља највећу претраживачку платформу на свету, са преко 2 милијарде активних корисника на месечном нивоу.

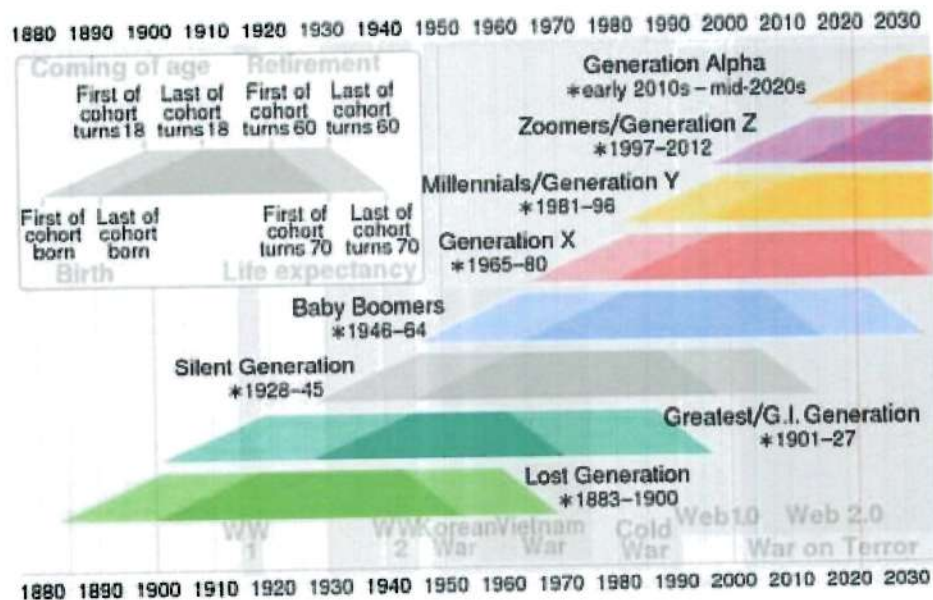
6.1.1. Друштвене мреже

6.1.1.1. Тик-Ток (Tik-Tok)

Планирано је отварање налога на друштвеној мрежи Тик-Ток под називом *serbiatourism* и редовно попуњавање профила промотивним садржајем.

Тик-Ток је друштвена мрежа која има много већи рич (број јединствених корисника који су видели објаву) него Инстаграм.

На друштвеној мрежи Тик-Ток преовлађује Генерација Z, која спада у посебну циљану групу за разлику од друштвених мрежа као што су Фејсбук, Инстаграм, Линкдин и слично, где знатно више преовлађују Генерације X и Y.



Промотивне активности ће се заснивати на прављењу и постављању кратке видео форме праћене популарном музиком које нису рађене у професионалном маниру режије и монтаже, већ прилагођене снимку “из руке” мобилним телефоном.

Током првих 6 месеци радиће се само “класичне” објаве и попуњавати профил, док ће се касније, након добро попуњеног профила, радити и спонзорисане објаве, а са циљем прикупљања већег броја пратилаца, самим тим и боље промоције.

6.1.1.2. Инстаграм (Instagram)

Наставићемо са трендом свакодневних објаву, прича и “reels”.

Главни фокус друштвене мреже Инстаграм у 2024. години је промена приступа у изгледу објаву (постова), учинити их различитим и атрактивнијим. Набављањем нових атрактивних фотографија обогатићемо и приказ постова.

За постове који нису спонзорисани (boost-овани) правићемо карусел, више фотографија у низу које се листају у једној објави. Уједно у такве врсте, карусел, постова унети и само текстуалне делове где је пропратни текст везан за промоцију туристичког производа који се промовише њиме.

Увешћемо нове универзалне и генералне хештагове попут #serbia #holiday #mountain #lake #river #spa #food #culture #wine и слично, у зависности од производа који се промовише кроз објаву или "reels".

Током 2024. године пратићемо и ширење нове друштвене мреже повезане са Инстаграмом - **Threads**.

6.1.1.3. Фејсбук (Facebook)

Наставићемо са трендом свакодневних објава и прича.

Правићемо спонзорисане објаве са каруселом (више фотографија у једној објави).

Увешћемо нове универзалне и генералне хештагове попут #serbia #holiday #mountain #lake #river #spa #food #culture #wine и слично, у зависности од производа који се промовише кроз објаве.

Уз Фејбук друштвену мрежу биће повезан четбот који ће корисницима давати мноштво корисних информација.

6.1.1.4. Твитер (Twitter [X])

У 2024. години повећаћемо број објава на друштвеној мрежи X.

Свакодневно ћемо слати минимум једну објаву о актуелном туристичком производу.

6.1.1.5. Линкдин (LinkedIn)

Наставићемо са трендом објава о ангажовању Туристичке организације Србије у циљу промоције активности, а самим тим и промоције туристичких производа.

6.1.2. Дигитални канали

6.1.2.1. Телеграм

Планирано је отварање канала на друштвеној-чет мрежи Телеграм под називом **serbiatourism**, а у сврху додатног промовисања туристичке понуде Србије ка источно-европском тржишту. Корисници Телеграм мреже су свих генерација и полова, а географски гледано највише из Русије.

Објаве на мрежи Телеграм су сличне као и на Фејсбуку, Инстаграму и Твитеру, и не базирају се на инвентивности, већ у нашем случају на проширењу базе пратилаца који би били анимирани објавама о туристичким производима Србије.

6.1.2.2. Вајбер (Viber)

Отварање Вајбер канала **serbiatourism** путем ког ће се промовисати туристички производи, периодичним слањем објава, а који ће стизати у оквиру Вајбер апликације свима који су "везани" за канал ТОС-а, додатно ће скренути пажњу на туристичке потенцијале Србије.

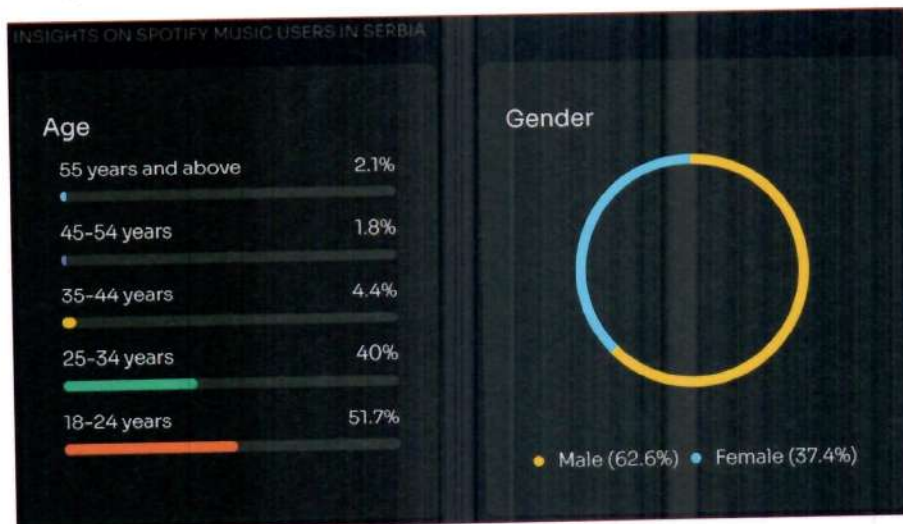
Такође уз Вајбер канал ће бити повезан и четбот који ће корисницима давати мноштво корисних информација.

6.1.2.3. Спотифај (Spotify)

Платформа Спотифај која је распрострањена посебно међу миленијалцима и користи се за готово свакодневно слушање музике, активна је у целом свету са преко 550 милиона корисника. У Србији је према истраживању из марта 2023. било 73.573 активна корисника и тај број расте свакодневно.

Заступљеност реклама на Спотифају у Србији је доста мали, скоро да их уопште нема, па би постављањем адекватне промоције између песама рекламна порука долазила до бољег изражаја.

План је да се током 2024. године активира рекламни канал Спотифај.



Извор: <https://www.start.io/audience/spotify-music-users-in-serbia>

6.1.3. Веб портали

6.1.3.1. Веб портали у земљи

Планирано је састављање тема за писање ПР текстова за веб портале у земљи. Одабраћемо 10 најпосећенијих веб портала и договорити периодичне ПР текстове о актуелним туристичким производима.

На посебно изабраним туристичким порталима вршиће се рекламирање путем банера.

6.1.4. Традиционални медији

6.1.4.1. ТВ

Током укупно четири месеца годишње, два у зимској и два у летњој кампањи, ангажоваћемо ТВ станице са фокусом на ТВ станице са националном фреквенцијом ради закупа медијског простора и пуштања промо видео спота током кампања.

Изабраћемо, према квалитету и гледаности, једну или више туристичких ТВ емисија које ћемо подржати спонзорством уз инструкције о потребама промоције актуелних туристичких производа.

6.1.4.2. Радио

Током укупно четири месеца годишње, два у зимској и два у летњој кампањи, ангажоваћемо радио станице са фокусом на радио станице са великом слушаношћу ради закупа медијског простора и пуштања промо радио цингла током кампања.

Изабраћемо, према квалитету и слушаности, једну или више туристичких радио емисија које ћемо подржати спонзорством уз инструкције о потребама промоције актуелних туристичких производа.

6.1.4.3. Штамп

Кроз стручне и специјализоване туристичке часописе радиће се ПР текстови за промоцију неког од актуелних туристичких производа прилагођени часопису.

Крајем 2023. године је уговорено са дневном новином Вести (Франкфуртске Вести), која се продаје највише српској дијаспори у Европи и Аустралији, слање ПР текстова са пратећим фотографијама, без накнаде. Уговор ће трајати до раскида.

6.1.5. Оглашавање на отвореном (Outdoor)

6.1.5.1. Лед дисплеји у јавном градском превозу

Објављиваћемо промо видео спотова на лед дисплејима у оквиру јавног градског превоза у већим градовима Србије. Објаве ће пратиле сезонске кампање, зимску и летњу.

6.1.5.2. Кула Београд

Атрактивна Кула Београд у оквиру Београда на води, која је поред симбола престонице и специјална подлога за оглашавања на отвореном, па ће се користити за маркетинг активности током 2024. године у више периода током године постављањем промотивних видеа.

6.1.5.3. Брендирање возила

Планирано је брендирање возила градског превоза у градовима у Србији где је то могуће, као и возила у оквиру специјалних туристичких ТВ емисијама где то буде могуће.

6.2. Ангажовање спољних маркетиншких сарадника

Зарад подршке при промоцији туристичких дестинација и производа кроз различите канале информисања неопходно је успоставити пословни однос са спољним сарадницима који пружају следеће услуге:

- Праћење медијских објава на дневном нивоу, а у вези са туризмом Србије и Туристичком организацијом Србије;

- Прављење видео материјала кроз праћење активности ТОС-а, догађаја и активности у области туризма ради информисања јавности и медија.

Агенција за промоцију и закуп рекламног простора

Планирано је ангажовање агенције за израду креативних решења и текстова за потребе ТОСа-а приликом промоције и уједно посредовања при оглашавању на друштвеним мрежама Фејсбук, Инстаграм, ЈуТјуб, Твитер и Гугл.

6.3. Односи са јавношћу

Односи са јавношћу подразумевају редовну комуникацију и информисање јавности о активностима ТОС-а.

Веб сајт ТОС-а - редовно и правовремено ажурирање страница на веб сајту Туристичке организације Србије са акцентом на Календар догађаја, Вести, Јавних набавки и сл.

Саопштења за медије - Слање групних мејлова за медије о активностима Туристичке организације Србије. Ту се подразумева и гостовања других локалних туристичких организација у просторијама ТОС-а, промотивних догађаја и других сличних активности.

Месечно слање њузлетера - Пријављеним корисницима њузлетера минимум једном месечно слати текстове о актуелним туристичким дешавањима у Србији, као и промотивне текстове везане за актуелне туристичке производе.

Сарадња са новинарима - Грађење односа поверења и унапређење сарадње са медијима зарад благовременог извештавања, прављења прилога и репортажа.

Односи са јавношћу доприносе развоју брэнда, чувању вредности и позитивног имиџа ТОС.

6.4. Промотивни штампани и колатерални материјал

Промотивни штампани и колатерални материјал, као један од важних комуникационих алата у процесу промоције новог брэнда Србија Доживи, доживљава трансформацију, у складу са усвојеном стратегијом комуникације новог брэнда.

Штампана издања имају и свој пут дистрибуције и доступна су свим заинтересованим странама:

- у инфо-центрима Туристичке организације Србије;
- на сајмовима, специјализованим манифестацијама и др.;
- преко дипломатско-конзуларних представништава Србије у иностранству;
- на захтев државних органа и других заинтересованих организација и институција, за потребе међународних скупова и приликом посета страних делегације;
- преко инфо-центра локалних туристичких организација;
- организованом дистрибуцијом пред летњу и зимску туристичку сезону већих одабраних количина промотивног материјала до туристичких центара за потребе хотела и објеката за смештај.

Брошуре у дигиталном облику су доступне на интернет страници ТОС-а, где је омогућено листање публикација, као и њихово преузимање у ПДФ формату. Процес публиковања брошура, праћен је редовним ажурирањем података, као и сталним процесом обнављања базе фотографија у циљу представљања актуелне туристичке понуде.

Колатерални материјал се односи на производе који промовишу Србију и ТОС и служе као додатни алат промоције приликом наступа на сајмовима и посебним догађајима у земљи и иностранству.

У наставку се налази преглед издавачког програм Туристичке организације Србије и план нових издања за 2024.

У 2024 години одржава се Летња олимпијада у Паризу те ће се све брошуре које немају француски превод, превести на француски језик, због Српске куће на летњој олимпијади.

1.Штампана издања – репринт, језичке мутације

- ✓ Општа брошура СРБИЈА доживи! (српски, енглески, кинески)
- ✓ 52 викенда у Србији (тројезично издање)-план превода на грчки, румунски, мађарски и бугарски
- ✓ Туристичка карта Србије (у више језичких мутација)
- ✓ Карта манастира (у више језичких мутација)
- ✓ Кампинг и караванинг, у сарадњи са Кампинг асоцијацијом Србије – тројезично издање (српски, енглески, немачки)
- ✓ Пешачење, бициклизам (српски, енглески)
- ✓ Културни мозаик-прво издање у 2023 (српски, енглески)- превести на француски и немачки
- ✓ Мој Дунав- прво издање у 2023 (енглески, српски)-превести француски и немачки
- ✓ Место сусрета -прво издање у 2023 (енглески)
- ✓ Постери Србије - 10 мотива
- ✓ Serbia Meeting Planer's Guide (енглески)
- ✓ Дворски комплекс Србије (двојезично српско-енглеско)

Све брошуре које немају превод на француски језик ,биће преведене, због Српске куће на летњој олимпијади у Паризу.

1. Електронска издања

- ✓ Календар приредби - српски језик
- ✓ Билтен туристичка понуда за летњу сезону – српски језик
- ✓ Билтен туристичка понуда за зимску сезону – српски језик
- ✓ Хотелски адресар - двојезично издање (енглеско-немачки)
- ✓ Укуси Србије – српски језик
- ✓ Османско наслеђе у Србији - српски, турски, немачки, енглески
- ✓ Руско наслеђе у Србији – српски, руски
- ✓ Србија путеви вина – српски језик

2. Нова штампана издања

- ✓ Узбудљива природа- прво издање у 2024 (српски, енглески)
- ✓ Бање Србије- прво издање у 2024
- ✓ Гастрономски водич Gault&Millau Србија 2024

6.5. Продукција

Планирана је израда минимум два видео спота, зимски и летњи, у високој резолуцији који ће током сезонским промотивних кампања промовисати туризам у Србији на локалним и иностраним телевизијама. Спотови ће се користити и у све друге сврхе где то буде било могуће: на сајмовима, на пријемима у амбасадама, на промотивним догађајима и друго.

Неопходно је ангажовање продуцентске куће за израду видео спотова високе резолуције.

Израда радио џингла који ће бити коришћен приликом промотивних активности на радио станицама. Планирана је израда два радио џингла за зимску односно летњу кампању.

Прављење кратких видео форми за друштвене мреже.

Ангажовање фотографа приликом важних догађаја за ТОС као што је Сајам туризма у Београду, Туристички Цвет и сл. за израду квалитетних фото и видео материјала у сврху додатне промоције активности ТОС-а.

Откуп фотографија са мотивима туристичких производа Србије.

6.6. Сајт ТОС-а

Планирана је израда новог визуелног идентитета кроз нови дизајн веб презентације Туристичке организације Србије са имплементацијом четбота.

Нови дизајн веб сајта ће се базирати на новом модерном приступу посетиоцу кроз краће форме презентовања дестинација на основним страницама док ће акценат бити на причама, посебним страницама, које ће посетиоца привући свом атрактивношћу, необичношћу и посебношћу. Главна идеја је да се тиме унапреди веб сајт из угла главних претраживача као што су Гугл и сл. (SEO).

Један од главних осврта је респонзивност веб сајта, да је прилагођен мобилном телефону, затим лаптопу и таблети. Према Гугл аналитици преко 80% посетилаца веб сајта ТОС-а је путем мобилног телефона.

Сам дизајн ћемо применити и униформисати на сва 4 сајта у власништву ТОС-а: serbia.travel, scb.travel, turisticforum.rs i turisticicvet.rs

Како би се сајт употпунио адекватним текстовима који прате форме модерног читаоца, а уједно не нарушавају оптимизацију за веб претраживаче, планирано је анагажовање текстописца са адекватном позадином при таквом стилу писања.

Имплементација четбота у оквиру веб сајта ТОС-а ради пружања директних информација посетиоцима сајта. У оквиру имплементације прављење сценарија и усмеравање разговора посетиоца и четбота.

6.7. Информативни центри и продаја сувенира

Туристи и посетиоци информације о туристичкој понуди Србије, осим електронским путем, могу добити у информативним центрима Туристичке организације Србије: Чика Љубина 8, први спрат, Аеродром Београд и Информативни центар -сувенирница на Авалском торњу. Новим брендом Доживи Србију, дефинисан је и визуелни идентитет простора.

Инфо центри као начин директне комуникације са посетиоцима и туристима представљају драгоцен извор информација о навикама и интересовањима туриста, које су основ за креирање и спровођење анкете о најчешћим интересовањима и питањима посетилаца инфо центара.

У складу са активностима које се спроводе на граничним прелазима ,планирамо обнављање визуала и билборда добродошлице на граничним прелазима.

7. ИСТРАЖИВАЊА И ЕДУКАЦИЈА

У циљу даљег подизања квалитета угоститељске понуде у сегменту врхунских београдских ресторана, са жељом да се у догледно време достигне квалитет на нивоу Michelin звездица, ТОС ће у сарадњи са Michelin-ом током 2024. године организовати две едукативне радионице (masterclass) за шефове кухиња ресторана који се налазе у Michelin селекцији.

У циљу бољег разумевања савремених трендова у туризму, праћења законских регулатива и новог маркетиншког приступа у промоцији дестинација организоваће се едукације за запослене у ТОСу као и за представнике ЛТО .

Спровешћемо поступак за истраживање тржишта које ће бити полазна основа за израду новог стратегијског маркетинг плана.

Ангажоваћемо екстерног сарадника (агенцију) за истраживање медијског тржишта како бисмо имали прецизан увид у најгледаније ТВ станице и емисије, најслушаније радио станице и емисије, најчитаније дневне новине, као и добили извор најпосећенијих веб портала у Србији. Резултати истраживања би се користила за квалитетније планирање промотивних кампања и избора медија за оглашавање.

8. ЗАЈЕДНИЧКЕ АКТИВНОСТИ СА СУБЈЕКТИМА ЈАВНОГ И ПРИВАТНОГ СЕКТОРА

8.1. Координација активности локалних туристичких организација и спровођење заједничких активности са субјектима јавног и приватног сектора

Координација активности се односи на давање сагласности на програме рада локалних туристичких организација, информисање о новим садржајима, новим смештајним капацитетима, израду и дистрибуцију нових брошура и видео материјала, одржавање едукација са циљем унапређења знања из области маркетинга у туризму и у промоцији туристичких производа и отварања нових тржишта.

8.2. 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 које доприносе даљем унапређењу промоције Србије као туристичке дестинације свих учесника из различитих области деловања, учешће ТОС-а у раду радне групе Владе на ревитализацији Овчарско кабларске клисуре, учешће у раду управног одбора Регије Западне Србије, чланство у комисији за доделу Плаве заставе, Амбасада животне средине, чланство у Скупштини Тврђаве Голубачки град, одобравање програма рада ЛТО.

8.3. Сарадња са националним авио превозником Air Serbia

Имајући у виду даље ширење мреже летова националног авио-превозника Air Serbia, што је основ за интензивирање промотивних делатности на тржиштима са којима постоји добра повезаност, ове активности ће се реализовати кроз заједничке пројекте промоције Србије као туристичке дестинације

на иностраним тржиштима: организовање заједничких промотивних догађаја, учешће на сајмовима туризма у иностранству, организовање студијских посета за представнике медија и организатора путовања, заједничку продукцију и дељење садржаја путем друштвених мрежа, као и промоцију националног авиопревозног пута кроз дигиталне кампање.

8.4. Сарадња са институцијама културе

Сарадња обухвата активности и учешће у пројектима са Министарством културе РС, Републичким заводом за заштиту споменика РС, као и регионалним заводима за заштиту споменика културе, бројним музејима и галеријама у циљу промоције културно-историјског наслеђа.

8.5. Заједничке активности на иностраном тржишту

У циљу даљег раста туристичког промета са приоритетних тржишта, реализоваће се заједничке активности, и то са партнерима као што су авио компаније, аеродроми, домаћи и инострани организатори путовања који у својим програмима имају понуду одмора за Србију, и другим партнерима са којима постоји интерес за заједничке активности. Ове активности ће подразумевати учешће на промотивним догађајима, организацију студијских посета медија и организатора путовања, заједничке објаве на друштвеним мрежама, учешће у заједничким кампањама.

9. ЧЛАНСТВО ТОС-А У МЕЂУНАРОДНИМ ОРГАНИЗАЦИЈАМА

➤ Европска туристичка комисија (ЕТЦ)

Активности у 2024. години су учешће на пролећној и јесењој Генералној скупштини Европске туристичке комисије, учешће на годишњем састанку Маркетинг групе Европске туристичке комисије, учешће у истраживањима, учешће у дигиталним промотивним активностима ЕТЦ-а. Такође, ТОС у сарадњи са земљама региона планира да учествује у заједничким пројектима кофинансираном од стране ЕТЦ који се тиче промоције на тржиштима Кине и САД, а конкурисаће се и за пројекат додатних средстава за промоцију – дигитални маркетинг на тржиштима Европе и САД.

➤ Асоцијација Трансроманика

У оквиру активности на промоцији пута културе Трансроманика реализоваће се израда нових информативних табли испред манастира Студеница, Жича, Градац, Сопоћани и Ђурђеви Ступови како би посетиоци могли бити упознати са једним од осам путева културе Савета Европе чији је део и Србија.

Развијање туристичког програма путовања који би за тему имало романичко наслеђе у Србији, као полазну тачку овог пута културе. Актери овог пројекта биле би ЛТО Краљева, Рашке и Новог Пазара и рецептивне туристичке агенције у Србији.

Пројекат би подразумевао консултације са консултантом из домена туризма и културе наслеђа и организацију два студијска путовања за представнике туристичке привреде.

➤ Учесће у раду Регионалног савета за сарадњу (РЦЦ)

Регионални савет за сарадњу (РЦЦ) је током септембра 2023. године покренуо 4. издање регионалног такмичења – Балкатон, онлајн такмичење за најбоље дигиталне идеје и решења са Западног Балкана, које се фокусира на одрживи туризам, зелену економију и предузетништво. Активности током 2024.

године ће се надовезати на наведене активности из 2023. године.. Туристичка организација Србије је део РЦЦ-а заједно са Министарством туризма и омладине.

➤ Чланство у Adventure Travel Trade Association

Adventure Travel Trade Association је највећа глобална мрежа лидера авантуристичких путовања. Заједницу чини око 30.000 индивидуалних водича, туроператора, саветника за путовања, дестинацијских менаџмент организација, едукатора, произвођача опреме и туристичких медија који деле уверење и посвећеност одрживом туризму. Везе и креативност ове заједнице окупљају се и виртуелно и лично како би креирали и испоручили решења која покрећу пословање и наше заједнице ка одговорној будућности.

Србија би чланством у овој организацији добила прилику да своју туристичку понуду активног одмора представи директно заједници која је заинтересована за ту врсту понуде, такође би имала приступ великом броју истраживања и едукативних радионица намењених члановима.

➤ ICCA (International Congress and Convention Association)

➤ Стратегијска алијанса националних конгресних бироа Европе

Конгресни биро Туристичке организације традиционално учествује у раду ове две велике међународне организације за пословна путовања и догађаје. У 2024. години планирано је да се рад у чланство у овим организацијама настави.

➤ Дунавски центар - Danube Competency Center (DCC)

10. КОНГРЕСНИ БИРО СРБИЈЕ

Конгресни биро Србије основан је 2007. године, као посебно одељење Туристичке организације Србије, са мисијом да развија, промовише и позиционира Србију као водећу и најбрже растућу дестинацију у Југоисточној Европи за пословна путовања и догађаје. Конгресни биро Србије основан је по узору на сличне организације у другим земљама које се на специјализован начин баве маркетингом дестинације за пословна путовања и догађаје. Концепт Конгресних бироа постоји још од 1896. године када је основана прва организација Детроитска конгресна и бизнис лига (*The Detroit Convention and Businessmen's League*) претеча Међународног удружења конгресних бироа из САД (*International Association of Convention & Visitor Bureaus*) из 1915. године и свих наредних организација.

У 2022. години Конгресни биро Туристичке организације Србије прославио је 15 година постојања у оквиру Туристичке организације Србије заузевши 47. позицију на међународној ICCA (*International Congress and Convention Association*) ранг листи, поправивши тако свој резултат за 3 места у односу на 2019. годину. У 2006. години, години пре оснивања Конгресног бироа, Србија је била на деоби 73. места са свега 6 међународних догађаја који су одржани у Србији.

Своје активности Конгресни биро Србије спроводи преваходно са партнерима из конгресне индустрије и то кроз свој *Програм партнерства*, *Програм Асоцијација* и *Амбасадорски програм*. Конгресни биро Србије је пуноправни члан Стратегијске Алијансе Националних конгресних бироа као и међународног удружења за конгресе и конвенције (ICCA).

10.1. Програм партнерства

Конгресни биро Србије настоји да спроведе Програм партнерства заједно са представницима конгресне индустрије, што омогућава успостављање формалних односа у процесу дефинисања понуде за одржавање састанака и других пословних догађаја у Србији и координисан приступ међународном тржишту. Формализацијом партнерских односа, Конгресни биро Србије жели да окупи конгресну индустрију како би се постигли следећи циљеви: Статус конгресне индустрије; Дефинисање понуде; Комуникација; Образовање; Побољшање продаје; Економија обима и позиционирање.

Кроз свој Програм партнерства, Конгресни биро Србије створио је јаку мрежу партнера из конгресне индустрије – хотела, конгресних простора, *DMC* и *PCO* агенција и других сродних пружалаца услуга. Сви партнери прошли су строге квалификационе критеријуме како би Програм гарантовао извршност услуге међународним клијентима и делегатима. Један од кључних критеријума је искуство у раду на конгресима међународних и европских удружења, корпоративним догађајима и подстицајним пословним путовањима. Сви партнери примењују међународне стандарде и раде у складу са важећим српским законима и прописима.

10.2. Програм асоцијација и амбасадорски програм

Програм асоцијација је иницијатива Конгресног бироа Србије за развијање партнерских односа између националних удружења и индустрије догађаја, у циљу припреме организованог приступа међународном конгресном тржишту. Програм је усмерен на српска удружења, друштва и институције способне да привуку међународне конгресе и пословне догађаје који промовишу српске иновације и стручност глобалној пословној и професионалној заједници. Суштинска порука је „Сад је право време да размислите о томе да ли желите да будете домаћин међународне конференције овде у Србији“. Као резултат тога, Амбасадорски програм је платформа и модел извршности који одаје признање професионалцима чија су преданост и рад пресудно допринели угледу Србије на пољу међународних састанака.

10.3. Активности Конгресног бироа

Конгресни биро Србије спроводи маркетинг дестинације кроз активности на међународном и домаћем тржишту. У оквиру својих активности Конгресни биро се позиционира и као сервис домаћим и међународним организаторима пословних догађаја.

Услуге које Конгресни биро Србије пружа укључују, али нису ограничене на:

- Координацију и вођење процеса надметања за међународне догађаје
- Пружање информација и препорука у вези са могућностима за пословна путовања и догађаје у Србији

- Веза са PCO и DMC агенцијама
- Преговарање са хотелима, конгресним просторима и другим пружаоцима услуга
- Организовање инспекција дестинације и тура упознавања
- Стратешки маркетинг
- Саветовање о управљању и креативна решења
- Континуирано образовање и специјализована обука
- Контакт и подршка владиних институција

10.4. Циљеви Конгресног бироа Србије за 2024. годину

Циљеви Конгресног бироа Србије постављени су у складу са глобалном агендом Светске туристичке организације постављену на 6 стубова и препорукама Стратегијске алијансе конгресних бироа Европе. Агенда UNWTO и препоруке САКБЕ у фокус стављају два кључна фактора за трансформацију туризма након кризе, то су:

- 1. Људи**
- 2. Партнерства**

Иако је на тржишту Р. Србије опоравак од кризе у смислу туристичког промета евидентан, последице кризе осетиће се и у годинама које долазе. Највећи изазов представља тржиште радне снаге, које је претрпело велики одлив кадрова, а који је додатно изражен вишегодишњим негативним демографским трендовима и условима рада. Ово је посебно важно за основне позиције и позиције средњег менаџмента. Такође, више година грађена партнерства између људи а и компанија су услед одлива радне снаге сада угрожена.

Из тог разлога, као одговорна организација задужена за маркетинг дестинације у фокусу свих циљева и акција за предстојећу годину Конгресни биро Туристичке организације Србије имаће такође првенствено људе, јачање њихових капацитета на свим нивоима и стварање платформе за размену идеја, знања, искустава и креирање дугорочних партнерстава.

Циљеви Конгресног бироа Србије у 2024. години су:

1. Значајније укључивање и препознавање рецептивних пословних путовања и догађаја у укупној извозној агенди Србије
2. Подстицање знања, образовања и изградње капацитета учесника са стране понуде кроз обуке, тренинге и стварање платформи за размену знања и искустава
3. Повећање конкурентности Србије као дестинације за пословна путовања и догађаје
4. Промоција и унапређење доприноса пословних путовања и догађаја циљевима одрживог развоја, посебно смањењу сиромаштва и очувању животне средине

У складу са прокламованим циљевима за 2024. годину израђен је план и програм активности на домаћем и међународном туристичком тржишту.

10.5. Програм рада и маркетинг активности Конгресног бироа Србије за 2024. годину

За потребе значајнијег укључивања и препознавања пословних путовања и догађаја у укупној извозној агенди Србије, није довољан рад само Конгресног бироа Србије као националног конгресног бироа. Неопходна је јача улога и формирање конгресних бироа на нивоу развијених дестинација које имају тражњу и туристичке капацитета за пружање услуга. Уз то је потребан маркетинг дестинације за потребе пословних путовања и догађаја и то на један синхронизован и систематизован приступ на нивоу Србије као дестинације. На тај начин може се очекивати значајније укључивање и препознавање пословних путовања и догађаја као изузетно важног елемента у извозној агенди.

За то је, јасно, потребно пружање подршке националног конгресног бироа у контексту израде стратегија, фасилитације у преносу знања, саветодавној подршци и снажној промоцији и комуникацији са свим заинтересованим странама.

Ова кључна улога Конгресног бироа Србије у складу је са пројекцијама Стратегијске алијансе конгресних бироа Европе(САКБЕ) и агендом Светске туристичке организације које се поклапају у кључним факторима за трансформацију туризма. И једна и друга организација препознају људе и партнерства као основу за трансформацију туризма након кризе. Све улоге које је САКБЕ идентификовао да би конгресни биро морао да заузме на тржишту у центру имају људе и партнерства. Они су и пре избијања пандемије доживљавали својеврсну кризу у контексту функције и улоге које имају, али се сада пружила прилика за трансформацију и добијање једне тачније 4 нове улоге. То су:

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

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

Маркетинг активности Конгресног бироа Туристичке организације Србије креирани су у складу са Стратегијским маркетинг планом и још увек важећом Стратегијом развоја туризма Владе РС. Активности су осмишљене тако да прате програмске улоге и циљеве Конгресног бироа, а дефинисане су на нивоу домаћег и међународног тржишта. Обим активности као и елементи маркетинг микса различито су комбиновани на домаћем и међународном тржишту, пре свега због идентификованих разлика на страни тражње.

10.5.1. Маркетинг активности на домаћем тржишту

Међу основним маркетинг активностима на домаћем тржишту издваја се организација различитих догађаја који треба да одговоре постављеним програмским циљевима. Предвиђени догађаји имаће различите функције од едукације и размене знања, до стварања платформи за нова партнерства, развијање модела изврности и слично. У фокусу свих догађаја су људи и изградња њихових

капацитета као и креирање могућности за стварање партнерстава. Све догађаје пратиће редовно оглашавање у медијима посебно кроз део односа са јавношћу.

Посебан сегмент у активностима на домаћем тржишту биће истраживање тржишта, осмишљено кроз редовну анкету Конгресног бироа Србије конгресној индустрији и пословној тражњи на дестинацији. У наставку следи детаљније објашњење свих активности.

10.5.1.1. Истраживање тржишта

Истраживање тржишта је основни механизам за прикупљање информација и сазнања о дешавањима на тржишту и требало би да служи као полазна основа у процесу доношења одлука и формирања стратегијских циљева и планова. Иако уже од маркетинг истраживања по својој природи, редовно истраживање тржишта КБС представља једну нову праксу на нашем тржишту.

Ово истраживање спроводило би се у два наврата. У другом кварталу и четвртм кварталу 2024. године. У првом кварталу највећи фокус био би на страну тражње, док би се у другом кварталу већа пажња посветила туристичкој понуди. Резултати истраживања били би спремни за годишњу презентацију и дисеминацију резултата свим заинтересованим странама на тржишту. Јасно је да би ови резултати послужили додатно и за припрему плана за 2025. годину а последично и за сваку наредну.

10.5.1.2. Организација догађаја као елемент маркетинг микса

Овим планом предвиђена је организација неколико догађаја у земљи различите форме и функције на домаћем тржишту. Предвиђени догађаји су:

— Презентација плана рада и сајамских наступа Конгресног бироа Србије према конгресној индустрији

Овај догађај планиран је за крај јануара месеца 2024. године како би се представници туристичке понуде на време упознали са планом и програмом рада, а посебно планираним сајамским наступима, како би своје пријаве и обавезе у случају заједничких наступа и излагања могли правовремено да планирају и изврше.

— Пролећни и јесењи редовни састанак и коктел конгресне индустрије

Ова два догађаја осмишљена су са превасходном функцијом координације заједничког наступа на два највећа светска сајма пословних путовања и догађаја IMEX и IBTM. Будући да се први догађај у мају месецу, пролећни састанак предвиђен је за април и координацију свих суизлагача, док је јесењи састанак предвиђен за октобар месец. Сваки састанак биће пропраћен и радионицом за све учеснике, будући да се ради о јединственој прилици за размену знања за све учеснике.

— Форум професионалних асоцијација Србије

Овај догађај осмишљен је као платформа за размену знања и искустава представника струковних удружења и асоцијација из Србије. Основни циљ јесте јачање капацитета и свести представника струковних удружења о значају интелектуалног капитала дестинације за њен маркетинг, као и важност професионалног управљања удружењима.

— Састанак поводом бенчмарк анализе конгресних дестинације Србије

Овај догађај осмишљен је као догађај малог формата са представницима 7 конгресних дестинација у Србији и консултантима који би урадили бенчмарк анализу конгресних дестинација у Србији како би свака дестинација могла на бољи начин да сагледа своју позицију а затим и да се упореди са другим дестинацијама у Србији, региону и свету. Планирани период одржавања је јун месец.

→ **Едукација конгресне индустрије**

Едукација конгресне индустрије јесте први корак ка увођењу сертификације професионалаца који раде у индустрији пословних догађаја и путовања. Основни циљ овог догађаја је јачање капацитета свих учесника на страни туристичке понуде. Предлог је да у едукацију спроводе заједно међународни и домаћи експерти.

→ **Вече конгресних амбасадора и награда "Млади конгресни амбасадори"**

Вече конгресних амбасадора је традиционални догађај који служи за неговање односа и развој модела изврсноности оних учесника на тржишту који првенствено својим радом, угледом и ауторитетом у великој мери утичу на привлачење домаћинстава великог броја догађаја. Овај догађај планиран је за децембар месец. По узору на 2023. Годину овом догађају претходиће такмичење за студенте туризма чији ће победници добити признање млади конгресни амбасадори и прилику за присуство свечаној вечери у част конгресних амбасадора.

10.5.1.3. Оглашавање у медијима

Активности на пољу оглашавања тачније односа са јавношћу предвиђене су пре свега кроз редовну комуникацију и информисање јавности о свим активностима путем веб странице Конгресног бироа Србије, затим профила на друштвеним мрежама а потом и кроз објаве у стручним онлајн и штампаним медијима у вези за активностима које Конгресни биро спроводи. Динамика и тон активности предвиђени су комуникационим планом Конгресног бироа Србије.

10.5.2. Маркетинг активности на међународном тржишту

Најзначајније маркетинг активности на међународном тржишту разликују се у односу на активности на домаћем тржишту пре свега захваљујући другој циљној групи ка којој су усмерене. Маркетинг активности на међународном тржишту пре свега су усмерене на промоцију и позиционирање дестинације и с тим у вези највећи део активности и буџета опредељен је за наступе на сајмовима, организацију студијских посета организаторима путовања и новинарима као и подршци у истицању кандидатура за догађаје у Србији.

10.5.2.1 Истраживање тржишта

Индустрија догађаја се готово у потпуности опоравила од пандемије вируса Ковид 19, међутим навике и очекивања организатора догађаја као и учесника су се промениле. У 2023. години одржан је већи број међународних конгреса и КБС жели да испита задовољство свих организатора и учесника на међународним догађајима који су се одржали у Србији у претходној години како би боље разумели све предности и недостатке у ланцу вредности.

Истраживање би било спроведено у првих 6 месеци 2024. са циљем дефинисања даљих акција и формулације маркетинг активности ка сваком тржишту.

10.5.2.2 Учешће на сајмовима и пословним скуповима

У 2024. години планирано је учешће на неколико најважнијих сајмова и пословних скупова од интереса са Р. Србију. Њихов редослед и аргументација поређан је хронолошки у односу на термин одржавања.

→ **Састанак директора конгресних бироа Европе – први квартал 2024.**

У питању је редован састанак директора конгресних бироа Европе на којем ће бити представљен план рада Стратегијске алијансе и избори за новог генералног секретара. Присуство овом састанку је у форму учесника. Тачна дестинација у Европи још увек није изгласана.

— **Регионални сајам пословних путовања – Конвената – Љубљана – Фебруар 2024**

Традиционални регионални сајам који се одржава у Љубљани од 1. до 2. фебруара и на којем учествује око 100 излагача из региона. Конгресни биро Туристичке организације Србије традиционално учествује на овом догађају као излагач где у просеку одржи више од 30 састанака за 2 дана.

— **Регионални сајам пословних путовања – Meet the bidder– Варшава– Пољска 2024**

У складу са глобалним тенденцијама и преусмеравањем одређених кључних тржишта у плану за 2024. годину је наступ на регионалном сајму пословних путовања у Варшави. У 2022. и 2023. години примећен је значајно већи упит организатора пословних путовања из овог региона и због те чињенице Конгресни биро жели да појача своје присуство у овом региону.

— **Састанак одељка централне и источне Европе ICCA – прва половина 2024**

У питању је редовни састанак свих чланица ICCA из региона централне и источне Европе који се одржава у првој половини године. Имајући у виду да је изабрано ново руководство ICCA у чијем јавном заговарању је Србија активно учествовала, биће ово прва прилика за састанак и разговор о програмским циљевима ICCA. Учешће у овом догађају предвиђено је у форми учесника.

— **IMEX сајам пословних путовања и догађаја – Франкфурт – Мај 2024**

IMEX је један од највећих сајмова пословних путовања и догађаја на свету. Већ неколико година за редом се одржава у Франкфурту и окупља на стотине излагача и купаца из целог света. У 2023. години Конгресни биро Србије имао је запажени наступ и планирано учешће на овом догађају је у виду излагача.

— **Састанак директора конгресних бироа Европе – трећи квартал–**

У питању је редовни јесењи састанак директора Конгресних бироа Европе. Тачна дестинација биће потврђена на састанку у јануару. Учешће на овом догађају планирано је у виду учесника.

— **ICCA World Congress 2024**

У питању је највећи догађај и окупљање конгресне индустрије у 2024. години. Организатор догађаја је Међународна асоцијација за конгресе и конвенције ICCA, а будући да је Србија редовни члан скупштине, учешће у овом догађају предвиђено је на нивоу учесника.

— **IBTM сајам пословних путовања и догађаја – новембар/децембар 2024**

IBTM представља један од два највећа сајма пословних путовања и догађаја на свету и редовно се одржава у Барселони крајем календарске године. Србија је традиционално учествовала на овом сајму, изузев 2022. године када због финансијских потешкоћа није била у прилици. Учешће на овом догађају предвиђено је у форми излагача заједно са суизлагачима из конгресне индустрије.

10.5.2.3. Истицање кандидатура за организацију догађаја

У 2023. години предато је преко 20 кандидатура у којима се Србија надметала. Имајући у виду да је у 2024. години планиран завршетак радова на реконструкцији конгресног центра Сава, као и да су и друге дестинације у Србије најавиле изградњу конгресних капацитета, планом је предвиђен активан приступ и већи број послатих кандидатура у 2024. години.

10.5.2.4. Организација студијских посета организаторима путовања и новинарима

У 2024. години предвиђена је организација две студијске посете за међународне организаторе догађаја и пословних путовања. Прва студијска посета планирана након регионалног сајма Конвента у којој би учествовало 5 међународних учесника.

Друга студијска посета планирана је за јесен, уз накнадно дефинисање прецизних термина а након наступа на сајму ИМЕХ на основу чега би се проценио потенцијал могућих учесника у тури.

10.5.2.5. Јачање капацитета запослених у Конгресном бироу

Тржишне промене се убрзавају и неопходно је континуирано усавршавање и јачање капацитета запослених како би били у прилици да на конкурентан начин управљају промоцијом и позиционирањем дестинације. Тим Конгресног бироа појачан је претходне године и тиме се додатно јавила потреба за усавршавањем колектива. У 2024. Години планирано је учешће запослених у обуци и сертификацији за 2 званична сертификата у односу на њихову радну позицију и ангажман. У питању су ICCA сертификати "Certified International Convention Executive и "Certified International Convention Specialist".

10.5.2.6. Презентација дестинације у иностранству

У складу са повећаним бројем дестинација са којима је Србија данас повезана, попут Француске, Шпаније, Скандинавије и далеких дестинација као и пословним шансама и компанијама које сарађују са Србијом на појединим тржиштима у сарадњи са националним авио превозником планиране су 2–3 стратешке презентације дестинације за пословне купце на кључним тржиштима.

10.5.2.7. Организација локалног пословног B2B форума

Највећи регионални пословни форум овог типа је Конвента у Љубљани. Упркос чињеници да Београд има значајно веће капацитете и повезаност од Љубљане, Словенија захваљујући Конвенти успева да се позиционира испред Србије и Хрватске и читавог региона по броју догађаја и учесника између осталог захваљујући овом форуму на који долазе купци из целог света. Предлог за 2024. Годину је да Конгресни биро Туристичке организације Србије буде иницијатор једног оваквог форума на којем би радила Air Serbia, Конгресни центар Сава, локалне PCO и DMC агенције и наравно остали пружаоци услуга. Улога конгресног бироа била би сведена на координацију и презентацију дестинације на овом форуму.

10.5.2.8. Центар за одрживост Конгресног бироа Туристичке организације Србије

Конгресни биро Туристичке организације Србије покренуо је иницијативу у 2023. години за покретање пројекта који ће се звати Центар за одрживост. Центар би требало да послужи у маркетингу дестинације и на домаћем и на међународном тржишту пре свега преко 3 кључне компоненте. То су:

- База локалних експерата за одрживост
- Колекција примера добре праксе из конгресне индустрије
- База знања о одрживим догађајима

Ове компоненте чиниће саставни део сваке кандидатуре које КБС буде радио у будућности. Такође, сви ресурси центра биће стављени на располагање међународним организаторима догађаја као и домаћој конгресној индустрији. Коначно, у плану је и синергетска промоција свих компонената центра са члановима програма партнерства. Ова активност је у складу са глобалном иницијативом Net Zero Carbon Event, чији је КБС учесник, европским економским планом European Green Deal и 17 циљева одрживог развоја Уједињених нација.

ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН ПОСЛОВАЊА

Финансијски план пословања Туристичке организације Србије (ТОС), за 2024. годину, пројектован је тако, да се све планиране активности на промоцији туристичке понуде наше земље, одвијају на најефикаснији и најрационалнији начин.

11. ПРЕНОС СРЕДСТАВА У НАРЕДНУ ГОДИНУ (авансно плаћање и преузете обавезе)

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

12. НАБАВКА ОСНОВНИХ СРЕДСТАВА

У 2024. години планира се набавка једног путничког аутомобила за службене потребе запослених у Туристичкој организацији Србије, ради несметаног обављања делатности, набавка рачунарске и друге опреме за рад (компјтери, штампачи и фотокопир апарати), као и набавка нематеријалне имовине (нови сајт ТОС-а, промотивни филмови, лиценце и сл.).

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

ТОС послује по нетржишним принципима, из буџета Републике Србије добија средства по наменама, у висини стварних трошкова по активностима, за промоцију туристичке понуде Србије на иностраном и домаћем тржишту, за материјалне трошкове 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 око 20% и тако добијени износ увећа за припадајући износ ПДВ.

У 2024. години се не планира повећање малопродајне цене сувенира.

КЛАСА 6: ПРИХОДИ

14. ПРИХОДИ

Структуру прихода ТОС-а чине приходи из буџета путем субвенције од стране Министарства туризма и омладине, приходи од осталих државних додељивања из републичког буџета и сопствени приходи, који се остварују продајом робе-сувенира у малопродајном објекту-сувенирници.

Структура прихода у 2024. години:

- Приходи од продаје робе – сувенира;
- Пренети приходи из претходне године;
- Приходи из буџета Републике Србије;
- Финансијски приходи;
- Остали ванредни приходи

Табеларни преглед планираних прихода ТОС-а за 2024. годину

Рачун	Врста пословних прихода	План за 2023. годину	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	5	5/4
6010	Приходи од продаје робе (сувенира)	6.500.000	5.455.680	6.500.000	119,10
6401	Пренети приходи из претходне године	24.696.190	23.132.619	22.000.000	95,10
6402	Приходи од субвенција из републичког буџета	415.000.000	415.000.000	500.000.000	120,50
6409	Приходи од осталих државних додељивања из републичког буџета	44.350.000	44.350.000	0,00	0,00
6512	Приходи од изнајмљивања пословног простора	100.000	0,00	0,00	0,00
66	Финансијски приходи, камате и позитивна курсна разлика код плаћања према иностранству	100.000	22.886	50.000	218,50
67	Остали приходи - приходи од смањења обавеза према добављачима и приходи од рефакције ПДВ-а из иностранства	750.000	330.567	400.000	121,00
69	Ефекти промене рачуноводствене политике-приходи по основу исправке грешака ранијих периода	50.000	0,00	50.000	0,00
	Укупно приходи	491.546.190	488.291.752	529.000.000	108,30

- *Група 60 - приходи од продаје робе, производа и услуга*

14.1. Приходи од продаје робе у малопродајном објекту -сувенира

Приходи од продаје робе (сувенира) део су укупних прихода Туристичке организације Србије, а у 2024. години планира се износ од 6.500.000 динара. Планирани износ је на нивоу текуће године, имајући у виду укупан промет током десет месеци 2023. године, као и чињеницу да се не планира повећање цене робе – сувенира. ТОС врши набавку робе – сувенира, за даљу продају од добављача из Србије, који су специјализовани за израду ове врсте производа.

- *Група 64- приходи од донација, дотација, субвенција и сл.*

14.2. Пренети приходи из претходне године

Планирана средства на име пренетих прихода из претходне године, у износу од 22.000.000 динара, су средства из буџета Републике Србије из 2023. године и биће исказана у Билансу стања за 2023. годину, на пасивним временским разграничењима.

Пренети приходи су приходи из којих се финансирају преузете обавезе по уговорима закљученим у 2023., а који се реализују у 2024. години и односе се на: ПР услуге у иностранству, организовање едукативних радионица (masterclass) за шефове кухиња ресторана који се налазе у Michelin селекцији, израда гастрономског водича Gault & Millau, оглашавање у домаћим медијима, интернет оглашавање, закуп сајамског и штандовског простора по основу учешћа ТОС-а на сајмовима туризма у иностранству, који се одржавају почетком наредне године (FITUR Madrid, ITB Берлин и Conventa Љубљана), као и за унапред плаћене обавезе по основу лиценци за рад, стручне литературе и сл.

14.3. Приходи из буџета Републике Србије

Планирана средства из буџета Републике Србије за 2024. годину, износе 500.000.000 динара и представљају најзначајнији приход од 94,50 % од укупних прихода. Наведена средства су обезбеђена Законом о буџету Републике Србије за 2024. годину („Службени гласник РС“, број 92/2023), раздео 37 – Министарство туризма и омладине, програм 1507- уређење и развој у области туризма, функција 473 – Туризам, програмска активност 0011, Подршка раду Туристичке организације Србије, економска класификација 451 – Субвенције јавним нефинансијским предузећима и организацијама.

14.4. Приходи од осталих државних додељивања из републичког буџета

За ову врсту прихода није планиран износ, имајући у виду да ће се посебним Закључком Владе дефинисати активности ТОС-а и износ средстава, на име учешћа у реализацији пројекта организације међународног сајма вина „Винска визија Отворени Балкан“ у 2024. години.

У колони извршења у 2023. години исказани су приходи по основу опредељених средстава за финансирање пројекта Другог међународног сајма вина «Винска визија Отворени Балкан», у складу са Закључком СП 08 број: 00-65/2023 од 19. априла 2023. године.

- *Група 66- финансијски приходи*

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

Финансијски приходи- конто 66, планирани су у износу од 50.000 динара, 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.

- *Група 67 – остали приходи*

14.6. Остали приходи

Остали приходи евидентирају се на конту 67 и чине их приходи од вишкова залиха робе, наплаћена отписана потраживања, приходи од накнаде штете, добици од продаје постројења и опреме, приходи од усклађивања вредности потраживања и имовине и остали непоменути приходи. Ови приходи планирани су за 2024. годину у износу од 400.000 динара, имајући у виду планиране активности и основ приходовања.

- *Група 69 - Ефекти промене рачуноводствене политике – исправке грешака ранијих периода и пренос прихода*

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

У оквиру групе 69 - Ефекти промене рачуноводствене политике – исправке грешака ранијих периода и пренос прихода, планирана су средства у износу од 50.000 динара, односно у висини прихода из претходних година. 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.

КЛАСА 5: РАСХОДИ

15. РАСХОДИ

Табеларни преглед планираних расхода за 2024. годину:

Конто	ОПИС	План за 2023. годину	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	5	5/4
50	Набавна вредност продате робе	5.500.000	4.123.383	5.500.000	133,40
51	Трошкови материјала	5.850.000	4.672.625	6.400.000	137,00
52	Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи	112.445.776	96.484.075	126.912.272	131,50
53	Трошкови производних услуга	322.862.190	258.918.547	330.642.156	127,70
54	Трошкови амортизације и резервисања	5.500.000	5.500.000	6.000.000	109,10
55	Нематеријални трошкови	38.528.224	29.729.847	36.000.000	121,10
56	Финансијски расходи	300.000	281.850	2.795.572	991,90
57	Остали расходи	360.000	40.591	14.700.000	36.214,90
59	Исправке грешака ранијих година	200.000	38.784	50.000	128,90
	Укупно расходи	491.546.190	399.789.702	529.000.000	132,30

Напомена:

- извршење плана за 2023. годину није коначно, односно приказани су трошкови закључно са месецом октобром, имајући у виду да у моменту сачињавања Финансијског плана за 2024. годину, нису реализовани трошкови за новембар и децембар. Извршење је приказано у проценту од око 81,30%.

Из средстава за 2023. годину, извршена су авансна плаћања и преузете обавезе по уговорима и то: за кампању оглашавања у земљи у електронским медијима (ТВ и радио) и дигиталним медијима - друштвене мреже (зимска кампања) за прво тромесечје 2024. 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. Такође, авансно су плаћене обавезе по основу уговора о закупу простора на сајмовима туризма у иностранству (FITUR Madrid, ITB Берлин и Conventa Љубљана), по основу претплате на стручну литературу и набавку лиценци за софтвере у 2024. години.

- Процент резервисаних средстава заједно са приказаним извршењем и извршењем за месец новембар и децембар 2023. године, чини преко 96% реализације плана за 2023. годину.

Образложење расхода по појединим позицијама у плану за 2024. годину, у односу на извршење плана за 2023. годину, као и табеларни приказ структуре планираних расхода за 2024. годину, дат је у наставку:

- **Група 50- набавна вредност продате робе**

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 5.500.000 динара.

Пројектовани износ на овој позицији у 2024. години, настао је након анализе промета рада сувенирнице током 2023. године, као и очекиваног пораста промета у складу са повећањем броја туриста у 2024. години.

Преглед планираних трошкова набавне вредности продате робе, дат је у следећој табели:

Конто	Врста расхода	Извршење за 2023. годину	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
500	Набавна вредност продате робе	4.123.383	5.500.000	133,40

- **Група 51- Трошкови материјала и енергије**

15.2 Трошкови материјала

Преглед планираних трошкова материјала дат је у следећој табели:

Конто	Врста расхода	Извршење за 2023. годину	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
51	Трошкови материјала	4.672.625	6.400.000	137,00
511	Трошкови материјала (режијског)	1.183.610	1.500.000	126,70
512	Трошкови горива и енергије	3.193.511	4.500.000	140,90
513	Трошкови резервних делова	122.667	200.000	163,00
514	Трошкови једнократног отписа алата и инвентара	172.837	200.000	115,70

Трошкови материјала у укупном износу од 6.400.000 динара, планирају се за набавку потрошног материјала у износу од 1.500.000 динара, трошкове горива и енергије у износу од 4.500.000 динара, трошкове резервних делова 200.000 динара и алата и ситног инвентара у износу од 200.000 динара. Трошкове материјала чине: резервни делови за 2 путничка аутомобила, компјутере, штампаче и копир апарате, материјал за одржавање пословног простора, канцеларијски материјал, тонери за штампаче и други потрошни материјал. Трошкови горива и енергије су гориво за путничке аутомобиле, електрична и топлотна енергија за пословни простор.

Извршење плана приказано у колони 3, не садржи трошкове настале у последња два месеца 2023. године, имајући у виду време израде финансијског плана, односно евидентиране трошкове закључно са октобром текуће године.

• **Група 52 -Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи**

15.3 Трошкови плата, накнада плата и остали лични расходи

Број и динамика запошљавања радника ТОС-а у 2024. години

Динамика запошљавања	2024. година											
	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Стање у 2023. години	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46	46
План за 2024. годину	46	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
Пријем нових радника на одређено време	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
преузимање радника	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
нови радници	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Одлазак кадрова	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
у редовну пензију	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
у инвалидску пензију	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
добровољни одлазак или по социјалном програму	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Технолошки вишак	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Стање на крају месеца	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48

Квалификациона структура запослених

Степен квалификације	Број запослених у 2024. години
Висока стручна спрема	36
Виша школа	3
средња стручна спрема	9
3 степен стручности	0
основно образовање	0
Укупно	48

Оквирна старосна структура запослених

Старосна група	Број запослених у 2024. години
до 30 година	7
од 30 до 40 година	6
од 40 до 50 година	17
од 50 до 60 година	14
преко 60 година	4
Укупно	48

Трошкови плата запослених

Износ средстава за исплату плата, додатака и накнада запослених (зараде) у ТОС у 2024. години, планиран је износу од 82.336.320 динара (нето са припадајућим порезом и доприносима за обавезно социјално осигурање - бруто 1), а на име доприноса на терет послодавца износ од 12.473.952 динара, у складу са важећим законским прописима.

Планирани износ средстава за плате, обухватио је средства обрачуната за 48 запослених радника у 2024. години, за пун фонд сати, укључујући и минули рад. Број запослених радника у 2024. години, износиће 41 запослен на неодређено време и 7 запослених на одређено време.

Поред тога, износ за плате садржи и увећање од 10%, а 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, 95/18 и 14/22), чланом 27е 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, 149/20, 118/21, 138/22 и 92/23), чланом 9. и 10. аLINEЈА 13. Закона о буџету Републике Србије за 2024. годину („Службени гласник РС“, број 92/2023), којим се утврђује, основица за обрачун и исплату плата у нето износу од 28.849,86 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.

Напомињемо да извршење на позицији плата садржи пројектоване износе за последња два месеца 2023. године, имајући увиду време израде финансијског плана, који садржи податке закључно са октобром месецом.

Табела нето плата + минули рад директора

опис	Нето плата	Минули рад
директор	259.648,74	7.270,16

Радна места пратећих и помоћно-техничких послова:

Табела нето плата + минули рад за помоћно – техничке послове

опис	Нето плата	Минули рад
Запослени 1	66.931,68	535,45
Запослени 2	66.931,68	3.480,45

Распон плата минимално - максимално

Максимална нето плата без минулог рада	Минимална нето плата без минулог рада	Распон макс/мин
259.648,74	66.931,68	3,88

Трошкови плата у 2023. години, биће реализовани у бруто износу од приближно 80.540.265 динара, од чега бруто -1 износи 69.943.782 динара, а доприноси на терет послодавца износе 10.596.483 динара.

Имајући у виду да се израда финансијског плана за 2024. годину врши у новембру, у износ извршења је укалкулисан процењени износ средстава за плате за новембар и децембар 2023. године.

Табела 1. Реализација плата у 2023.години - бруто 1

Реализација у 2023.год.	УКУПНО					ПОСЛОВОДСТВО			ЗАПОСЛЕНИ		
	Број запослених на неодредено време	Број запослених на одређено време	Укупан број запослених у 2023. год.	Маса бруто -1 зарада (дин)	Просечна бруто зарада (дин)	Број запослених	Маса бруто зарада (дин)	Просечна бруто зарада (дин)	Број запослених	Маса бруто зарада (дин)	Просечна бруто зарада (дин)
I	38	7	45	5.590.774	124.239	1	340.225	340.225	44	5.250.549	119.331
II	38	7	45	6.027.143	133.937	1	337.168	337.168	44	5.689.975	129.318
III	38	7	45	5.785.491	128.566	1	343.056	343.056	44	5.442.435	123.692
IV	38	7	45	5.727.979	127.288	1	337.838	337.838	44	5.390.141	122.503
V	38	7	45	5.855.543	130.123	1	342.749	342.749	44	5.512.794	125.291
VI	38	7	45	5.858.541	130.190	1	328.431	328.431	44	5.530.110	125.684
VII	38	7	45	5.787.022	128.600	1	343.056	343.056	44	5.443.966	123.726
VIII	38	7	45	5.786.344	128.585	1	343.056	343.056	44	5.443.288	123.711
IX	38	7	45	5.800.028	128.890	1	343.056	343.056	44	5.456.972	124.022
X	39	7	46	5.725.917	124.476	1	343.056	343.056	45	5.382.861	119.619
XI	39	7	46	5.975.000	129.891	1	343.056	343.056	45	5.631.944	125.154
XII	39	7	46	6.024.000	130.957	1	343.056	343.056	45	5.680.944	126.243
Укупно	459	84	543	69.943.782	128.810	12	4.087.805	340.650	531	65.855.977	124.022
просек	38	7	45	5.796.450	128.810	1	340.650	340.650	44	5.456.968	124.022

Планирани износ средстава за плате и накнаде плата у 2023. години, реализовани је у проценту од око 98 %, када се укалкулишу зараде за новембар и децембар 2023. године.

Неуτροшена средства за плате, биће враћена у буџет након израде завршног рачуна за 2023. годину.

Табела 2. Планиране плате у 2024.години – бруто 1

План за 2024.	УКУПНО					ПОСЛОВОДСТВО			ЗАПОСЛЕНИ		
	Број запослених на неодређено време	Број запослених на одређено време	Укупан број запослених у 2024	Маса бруто -1 зарада (дин)	Просечна бруто зарада (дин)	Број запослених	Маса бруто зарада (динара)	Просечна бруто зарада (динара)	Број запослених	Маса бруто зарада (дин)	Просечна бруто зарада (дин)
I	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
II	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
III	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
IV	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
V	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
VI	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
VII	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
VIII	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
IX	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
X	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
XI	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
XII	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009
Укупно	492	84	576	82.336.320	142.945	12	4.499.136	374.928	564	77.837.184	138.009
просек	41	7	48	6.861.360	142.945	1	374.928	374.928	47	6.486.432	138.009

У табели 2. план плата у 2024. години, планиран је износ по месецима у бруто-1 износу.

У наставку следи Прилог:

Табела 2.1.- план плата (зарада) у 2024. години, по месецима у бруто -1 и бруто -2 износу

Маса за зараде увећана за доприносе на зараде, број запослених и просечна зарада по месецима за 2024. годину - Бруто 2

у

По цима 4.	УКУПНО			СТАРОЗАПОСЛЕНИ*			НОВОЗАПОСЛЕНИ			ПОСЛОВОДСТВО			Динарима
	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	Број запослених	Маса зарада	Просечна зарада	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	
НО	576	94.810.272	164,601	540	85.530.840	158.390	24	4.098.672	170.778	12	5,180,760	431,730	
ЕК	48	7.900.856	164,601	45	7.127.570	158.390	2	341.556	170.778	1	431,730	431,730	

запослени у 2024. 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 2024. 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 2023.год.

Извршење у 2023. 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	389.901	299.924	89.977
II	5	389.901	299.924	89.977
III	5	389.901	299.924	89.977
IV	5	389.901	299.924	89.977
V	5	389.901	299.924	89.977
VI	5	389.901	299.924	89.977
VII	5	389.901	299.924	89.977
VIII	5	389.901	299.924	89.977
IX	5	389.901	299.924	89.977
X	5	389.901	299.924	89.977
XI	5	389.901	299.924	89.977
XII	5	389.901	299.924	89.977
укупно		4.678.812	3.599.088	1.079.724

Табела 2- Реализација накнада за рад председника и чланова надзорног одбора у 2023.

Извршење у 2023. 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	239.939	149.962	89.977
II	3	239.939	149.962	89.977
III	3	239.939	149.962	89.977
IV	3	239.939	149.962	89.977
V	3	239.939	149.962	89.977
VI	3	239.939	149.962	89.977
VII	3	239.939	149.962	89.977
VIII	3	239.939	149.962	89.977
IX	3	239.939	149.962	89.977
X	3	239.939	149.962	89.977
XI	3	239.939	149.962	89.977
XII	3	239.939	149.962	89.977
укупно		2.879.268	1.799.544	1.079.724

Трошкови накнада за чланове управног и надзорног одбора у 2023. години, биће реализовани у бруто износу од 11.866.000 динара. Реализација у моменту израде плана (закључно са месецом октобром 2023.) износи 9.888.335 динара.

Табела 3 – План накнада за чланове Управног одбора у 2024. години

План за 2024. 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	389.901	299.924	89.977
II	5	389.901	299.924	89.977
III	5	389.901	299.924	89.977
IV	5	389.901	299.924	89.977
V	5	389.901	299.924	89.977
VI	5	389.901	299.924	89.977
VII	5	389.901	299.924	89.977
VIII	5	389.901	299.924	89.977
IX	5	389.901	299.924	89.977
X	5	389.901	299.924	89.977
XI	5	389.901	299.924	89.977
XII	5	389.901	299.924	89.977
укупно		4.678.812	3.599.088	1.079.724

Табела 4 – План накнада за чланове Надзорног одбора у 2024. години

План за 2024. 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	239.939	149.962	89.977
II	3	239.939	149.962	89.977
III	3	239.939	149.962	89.977
IV	3	239.939	149.962	89.977
V	3	239.939	149.962	89.977
VI	3	239.939	149.962	89.977
VII	3	239.939	149.962	89.977
VIII	3	239.939	149.962	89.977
IX	3	239.939	149.962	89.977
X	3	239.939	149.962	89.977
XI	3	239.939	149.962	89.977
XII	3	239.939	149.962	89.977
укупно		2.879.268	1.799.544	1.079.724

Износ накнаде за рад председника и чланова управног одбора, односно надзорног одбора за 2024. годину, планиран је у висини накнаде из 2023. године.

Бруто износ накнада за чланове управног одбора ТОС-а за 2024. годину је 7.422.680 динара, а за чланове надзорног одбора 4.443.320 динара, тако да су укупно планирана средства на овој позицији 11.866.000 динара.

15.3.2 Трошкови накнада по уговору ван радног односа

Конто	Врста трошкова	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
0	1	2	3	3/2
5220	Трошкови накнада по уговору ван радног односа	3.191.716	3.900.000	122,20

Средства на позицији 522- трошкови накнада по уговорима ван радног односа, 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 и иностранству.

Износ трошкова извршења у 2023. години није коначан, имајући у виду да није исказано извршење за последња два месеца 2023. године.

15.3.3 Остали лични расходи и накнаде

У 2024. години планирају се трошкови осталих личних расхода који су распоређени по следећим наменама:

Конто	Накнаде трошкова и остала лична примања	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52900	Солидарна помоћ, јубиларне награде, отпремине и друга давања	198.120	200.000	100,90
52910	Превоз на посао и са посла запослених	1.451.572	1.700.000	117,10
52922	Остала давања запосленима (поклон деци запослених за Нову годину и Божић)	0,00	400.000	0,00
	Укупно	1.649.692	2.300.000	139,40

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 2.300.000 динара.

Превоз на посао и са посла у износу од 1.700.000 динара, планиран је за укупан број запослених у 2024. години, и то тако што је за обрачун коришћена постојећа цена превозне карте у јавном саобраћају у износу од 2.200 као и износ за једног запосленог, чије је место пребивалишта ван Београда.

Солидарна помоћ и јубиларне награде планирани су износу од 200.000 динара, а остала давања запосленима која се не сматрају зарадом (поклон пакетићи деци запослених за Нову годину и Божић) у износу од 400.000 динара. У колони извршење није евидентиран износ, имајући у виду да се ова врста давања исплаћује крајем године.

Укупан износ извршења није коначан, јер нису евидентирани трошкови за новембар и децембар, обзиром на време израде финансијског плана за 2024. годину.

- **Трошкови службених путовања у земљи и иностранству**

Конто	Трошкови службених путовања по наменама	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52911	Службена путовања у земљи и иностранству	8.642.164	10.036.000	116,10

Конто	Трошкови службених путовања по наменама	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
52930	Накнада трошкова физичким лицима, која нису запослена код исплатиоца	2.941.378	4.000.000	136,00

Остали лични расходи и накнаде – службена путовања у земљи и иностранству за 2024. годину, планирана су у износу од 10.036.000 динара, а на позицији 52930- накнаде трошкова физичким лицима, која нису запослена код исплатиоца, планиран је износ од 4.000.000 динара.

Средства за ове намене планирана су у складу са чланом 9. и 20. Уредбе о накнади трошкова и отпремнини државних службеника и намештеника („Службени гласник РС“, бр.98/2007-пречишћен текст, 84/2014, 84/2015, 74/2021 и 119/2023).

Пројектовани износи на име трошкова службених путовања запослених, у складу су са планираним активностима ТОС-а, и то пре свега приликом учествовања на међународним сајмовима туризма у иностранству и другим манифестацијама у земљи и иностранству, ради презентације туристичке понуде наше земље, а у оквиру којих учествују, поред запослених и представници медија, за које је неопходно обезбедити смештај и превоз до одређене дестинације.

Такође, у циљу презентације наше земље као пожељне дестинације за организацију конгреса из свих области, а нарочито из области здравства, финансирају се трошкови превоза и смештаја у иностранству за реномиране представнике конгресне индустрије, који својим активностима успешно представе конгресне могућности и предности организовања конгреса и конференција у Србији.

С тим у вези, у току 2023. године, организовано је више конгреса који су довели преко неколико хиљада учесника из иностранства и тако поспешили туристички промет у нашој земљи.

Укупан износ извршења није коначан, јер нису евидентирани трошкови за новембар и децембар, обзиром на време израде финансијског плана за 2024. годину.

- **Група 53 – Трошкови производних услуга**

15.4. Трошкови производних услуга

У оквиру групе 53 – трошкови производних услуга за 2023. годину, планиран је износ од 330.642.156 динара. Ови трошкови односе се пре свега на: трошкове издавачке делатности (штампа брошура), трошкове услуга транспорта и телекомуникација, услуге одржавања, трошкове сајмова у земљи и иностранству, манифестација у земљи и презентације туристичке понуде у иностранству, трошкове ПР агенција, оглашавања у земљи и иностранству, интернет оглашавања 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 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
530	Расходи за издавачку делатност	13.839.414	16.870.000	121,90

Расходи за издавачку делатност ТОС-а, односе се на издавање нових и репринт постојећих публикација, мапа и брошура, дигиталну штампу, превод и лекторисање текстова. За 2024.годину, планиран је износ у складу са предвиђеним активностима и буџетским средствима. У току 2024. године, акценат ће бити на изради репринт издања великог броја брошура, имајући у виду нови бренд, који је започео примену у 2022.години, а током 2023., наставио имплементацију у све сегменте пословања, првенствено у брошуре и публикације са туристичком понудом земље.

Конто 531 – Трошкови транспортних услуга и телекомуникација

Конто	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
531	Трошкови транспортних услуга и телекомуникација	2.492.867	2.800.000	112,30

Трошкови транспортних услуга и телекомуникација, планирани су у складу са реалним потребама који прате пословање, а такође и након анализе извршења, које је евидентирано на овој позицији током 2023. године.

Позиција садржи трошкове фиксног и мобилног телефона, интернета и интернет домена, превоза у земљи и шпедицију туристичког, рекламног материјала за сајмове и друге манифестације у иностранству, отпреме поште, такси услуге и рент-а- кар услуге, тако да се за ове намене планира износ од 2.800.000 динара.

Конто 532 – Трошкови услуга одржавања

Конто	Трошкови услуга одржавања	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
532	Трошкови услуга одржавања	4.566.968	5.000.000	109,50

Трошкови услуга одржавања представљају трошкове одржавања два путничка аутомобила, опреме за рад у пословном простору и у инфо центрима и сувенирници, која се налази у оквиру комплекса Авалски торањ, одржавање хигијене пословног простора, клима уређаја, текуће одржавање пословног простора, одржавање система за праћење присутности на послу, видео надзора и др.

Износ средстава извршења у 2023. години, није укључио трошкове за последња два месеца текуће године, тако да су планирана средства за 2024. годину, у висини реалних трошкова пословне године.

Кonto 533 – Трошкови закупнина

Кonto	Трошкови закупнина	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
533	Трошкови закупнина	2.125.137	4.600.000	216,50

Трошкови закупнина представљају трошкове закупа гаражног простора за 2 службена аутомобила, закуп простора за инфо центар на аеродрому Никола Тесла, као и закуп простора за сувенирницу у оквиру комплекса Авалски торањ на Авали.

Поред закупа пословног и гаражног простора, ТОС планира средства у 2024. години и по основу закупа мејл сервера код овлашћених правних лица, као и закуп сервера за несметан рад сајта ТОС-а, имајући у виду значај и обим података, који се даје на чување и чињеницу да ТОС не располаже одговарајућом опремом, која би обезбедила адекватно архивирање података. Имајући у виду, да је у току израда новог сајта, који ће садржати иновације као што је chat bot, потребно је обезбедити средства и за закуп сервера за ове потребе.

У износ извршења нису обухваћени трошкови закупа за новембар и децембар 2023. године.

Кonto 5340 – Расходи за учешће на сајмовима у земљи

Кonto	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5340	Сајмови у земљи	50.477.019	16.750.000	33,20

Када су у питању трошкови по основу учешћа на сајмовима у земљи, исказани износ је на нивоу буџета претходних година, имајући у виду да ТОС традиционално учествује на сајмовима туризма, који се одржавају у нашој земљи и то: Међународни сајам туризма у Београду и сајмови туризма у Новом Саду, Крагујевцу и Нишу. Сајмови туризма у нашој земљи су својеврсне манифестације, које окупљају велики број посетилаца и домаћих и страних и најбоља су прилика, да се презентује туристичка понуда наше земље.

У износ извршења обухваћени су и трошкови по основу учешћа у организацији сајма вина «Винска визија – Отворени Балкан», имајући у виду да ТОС већ другу годину активно учествује у организацији овог важног догађаја и за ове намене добија средства из буџета.

Кonto 5341 – Расходи за учешће на сајмовима у иностранству

Кonto	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53411	Сајмови у иностранству	51.313.999	56.000.000	109,10

Средства у износу од 56.000.000 динара за 2024. годину, на име трошкова за учешће на сајмовима туризма у иностранству, су у складу са планираним активностима и извршеном анализом цена закупа сајамског простора и других трошкова, који прате учешће на оваквим догађајима.

Такође, имајући у виду резултате остварене приликом учешћа на сајмовима у иностранству у претходним годинама, као и чињеницу, да је велика заинтересованост домаће привреде и локалних туристичких организација, за заједничким учешћем на међународним сајмовима туризма, ТОС је у свој план рада за 2024. годину уврстио учешће на неколико веома значајних сајмова и то: FITUR - Madrid, Place2Go -Загреб, Сајам туризма- Бања Лука, Holiday&Spa- Sofija, Conventa Ljubljana, ITB Berlin, TTG Римини, WTM London, IMEX Frankfurt и IBTM Barselona. Такође, у плану рада је предвиђено учешће ТОС-а на сајму ITB China, Шангај, Кина у партнерству са Европском туристичком комисијом.

Планирана средства ће омогућити у потпуности реализацију ове програмске активности, у 2024. години.

Кonto 5390 – Трошкови манифестација у земљи

Кonto	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5390	Трошкови манифестација у земљи	4.685.248	5.700.000	121,700

Планирање трошкова по основу организовања манифестација у земљи је у складу са Програмом рада за наредну пословну годину.

У плану активности везаних за манифестације, наведене су првенствено: Промоција летње туристичке сезоне у Београду и Ужицу, имајући у виду да је град Ужице изабран за националну престоницу културе у 2024. години, Караван «Србија Доживи», Драгачевски сабор трубача, Belgrade Beer Fest, Belgrade Music Week, Туристички форум, Туристички цвет, изложбе на одговарајућу тему и друге манифестације, које могу бити од важности за туристичку промоцију.

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

Кonto	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53911	Трошкови ПР услуга у иностранству	3.847.733	6.000.000	155,90

Ради што успешније промоције туристичке понуде, ТОС на одабраним приоритетним тржиштима ангажује иностране ПР агенције, које учествују у креирању имиџа Србије, као туристичке

дестинације, кроз обављање низа промотивних активности, и успостављају сарадњу са иностраним медијима, инфлуенсерима и организаторима путовања.

Средства на овој позицији за 2024. годину, су у висини средстава у претходне две године и распоредиће се на тржишта, која су до сада дала најбоље резултате и то пре свега: Кина, Немачка (за немачко говорно подручје, укључујући Аустрију и Швајцарску), САД, Турска, бивше СФРЈ, земље региона (Бугарска, Грчка, Румунија, Мађарска), а по потреби и у Француској.

ПР активности ће се 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.

У износ извршења нису евидентирани трошкови за последња два месеца 2023. године.

Кonto 53922 – Ogлашавање у земљи

Кonto	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53922	Оглашавање у земљи	17.901.580	30.800.000	172,10

Планирани износ средстава ће, у складу са Програмом рада за 2024. годину, омогућити наставак рада 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).

ТОС ће путем оглашавања промовисати не само познате дестинације, већ и мање познате и до сада неоткривене туристичке дестинације. Поред бања и планинских центара, посебан акценат ће бити на промоцији сеоског туризма, активног и рекреативног одмора.

Кonto 53923 – Ogлашавање у иностранству

Кonto	опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
53923	Оглашавање у иностранству	9.150.227	15.200.000	166,10

Оглашавање у традиционалним медијима као модел комуникације у промоцији, представља једно од и даље важних маркетиншких средстава, тако да се у 2024. години, планира оглашавање у електронским медијима (ТВ и Радио) у иностранству, пре свега у региону и то: (ВН телевизија и Алтернативна ТВ, у Црној Гори - ТВ Вијести, Радио-телевизији Црне Горе, на радију у Словенији, Хрватској, Босини и Херцеговини, и Македонији).

Поред тога, веома важно је истаћи да ТОС спроводи континуирану кампању у региону, као и у земљама бивше СФРЈ, путем оглашавања у специјализованим часописима, посебно у специјализованим магацинима за одређени вид туризма или активности (Бугарској, Румунији, Грчкој, Француској, Бенелуксу и Великој Британији).

Кonto 5393- Интернет оглашавања и Е- маркетинг

Кonto	Опис	Извршење у 2023.години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5393	Интернет оглашавања и Е маркетинг	45.829.136	81.700.000	178,30

Интернет оглашавања и е-маркетинг су доказани вид успешне комуникације међу корисницима, а главне предности интернет маркетинга су могућност циљаног рекламирања, мерење резултата кампања и нижи трошкови у односу на традиционалне методе маркетинга.

ТОС континуирано планира и спроводи кампање туристичке промоције користећи дигиталне канале попут Google, интернет портале, како домаће тако и у иностранству и друштвене мреже (facebook, instagram, twitter, linkedin).

Поред традиционалних и тренутно активних дигиталних канала комуникације у 2024. години, у плану је увођење нових и то: Тик-Ток и Телеграм, односно у оквиру „outdoor“ плакати у просторијама Пошта Србије, а на домаће веб портале ће се увести „web vidget“ за промоцију садржаја на новом веб сајту ТОС-а.

Програмом рада за 2024. годину, овој активности дат је посебан значај, а имајући у виду да су истраживања вршена међу страним туристима који су посетили Србију, показала да, све више њих бира Србију као атрактивну туристичку дестинацију, управо путем on line оглашавања.

Такође, сарадња ТОС-а и Michelin Гастрономског водича, започета још 2021. године, а базирана је тако, да је промоција прве селекције подразумевала сарадњу ТОС-а и Michelin Гастрономског водича кроз промоцију на друштвеним мрежама и објављивање шест текстова на порталу Michelin Гастрономског водича на тему гастрономске и туристичке понуде Београда.

Друга селекција – селекција за 2023. годину је објављена крајем 2022. године и поред свих ресторана који су раније понели ознаке, селектована су, као препоручена нова три београдска ресторана, а све то је подразумевало објаву годишњег Michelin водича за Београд у дигиталном облику на „Michelin Водич дигиталној платформи“, која ће бити брендирана искључиво брендovima компаније Michelin.

Све године процеса од друге до шесте, да би Србија остала у Michelin Гастрономском водичу и да би се кроз Michelin канале водила промотивна – маркетиншка кампања, захтева активно учешће Туристичке организације Србије у промотивним и маркетиншким активностима, уз одговарајуће финансијско учешће, те ће се сарадња наставити и у 2024. години.

Дигитално оглашавања на порталима најчитанијих медија (информативних и специјализованих туристичких) пред зимску и летњу туристичку сезону планира се на тржиштима бивше СФРЈ (Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина, Црна Гора и Северна Македонија), Румуније, Бугарске, Грчке, Мађарске и Турске.

У Кини се дигитално оглашавање планира у сарадњи са великим online туристичким агенцијама.

У сарадњи са Европском туристичком комисијом, кроз пројекте сарадње и суфинансирања, промотивне кампање ће се спровести на тржиштима САД и Кине.

Оглашавање кроз глобалне туристичке портале ће се усмерити ка западноевропским тржиштима, на којима, у складу са СМПТРС, уоченим кретањима на тржишту и повећаном доступношћу, треба појачати промотивне активности. Тржишта која ће се циљати су Немачка, Француска, Италија и Велика Британија.

Опредељена средства на овој позицији финансираће промоцију туристичке понуде наше земље путем друштвених мрежа (google кампања, Facebook, Instagram, Twitter), израду тематских микросајтова и оглашавање путем туристичких портала и банера.

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

Конто	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5394	Расходи за организовање студијских путовања за новинаре, организаторе путовања и блогере	13.850.274	15.700.000	113,40

ТОС позива утицајне ТВ екипе, новинаре и блогере са одабраних 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 писаних репортажа 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, квалитативном анализом садржаја објављених чланака, као и 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 аранжмане за Србију, као и укупном заступљеношћу Србије у програмима страних организатора путовања.

У циљу реализације ове активности, ТОС ће у сарадњи са националном авио компанијом (Air Serbia) и другим авио компанијама, организовати студијска путовања за представнике организатора путовања.

У одабиру представника иностране привреде који ће посетити Србију и у реализацији ових посета сарађиваће се и са локалним туристичким организацијама и домаћом туристичком привредом.

С тим у вези, студијске посете ће бити организоване са следећих тржишта: Бугарска, Грчка, Мађарска, Турска бивше СФРЈ, Немачка, САД, Кина, Француска, Италија, Шпанија, Велика Британија, Холандија, Шведска, Белгија, Португал, Јерменија и Грузија.

Такође, наставиће се и са позивањем пословних клијената који организују корпоративне догађаје, конгресе и сајмове, како бисмо представили Србију као спремну и квалитетну конгресну дестинацију.

Кonto 5395 - Заједничке активности са другим субјектима у земљи

Кonto	Заједничке активности	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5395	Заједничке активности са другим субјектима у земљи и иностранству	518.852	1.200.000	231,30

Средства на овој позицији планирана су на име учешће ТОС-а у спровођењу заједничких промотивних активности са локалним туристичким организацијама, непрофитним организацијама, невладиним сектором, удружењима и привредним друштвима која се баве туризмом и иницијативама за промоцију туризма.

Сарадња обухвата активности које доприносе даљем унапређењу промоције Србије као туристичке дестинације, свих учесника из различитих области деловања, учешће ТОС-а у пружању подршке хотелској индустрији, информисање о новим садржајима, новим смештајним капацитетима, израда и дистрибуција нових брошура и видео материјала, одржавање едукација са циљем унапређења знања из области маркетинга у туризму и у промоцији туристичких производа и отварања нових тржишта.

Планирани износ средстава значајно ће допринети на заједничкој промоцији туризма у земљи и иностранству.

Кonto 5396 - Промотивни материјал

Кonto	Опис	Извршење у 2023години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5396	Промотивни материјал	3.959.472	6.000.000	151,50

Планирање и набавка промотивног материјала битан је део активности ТОС-а, у реализацији промотивних активности и туристичке понуде Србије.

Брендиран промотивни материјал, део је традиције и колорита наше земље и као такав веома занимљив страном туристи, као поклон или сувенир, а често се уступа и државним органима и организацијама и страним делегацијама, приликом одржавања скупова у земљи и иностранству.

Планирани износ опредељен је у складу са потребама и активностима исказаним у Програму рада за 2024. годину.

Кonto 5397 - Остале активности у земљи и иностранству

Кonto	Опис	Извршење у 2023.години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
5397	Остале маркетинг активности у земљи и иностранству	34.473.922	66.322.156	192,40

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.

Програмом рада за 2024. годину планирани су посебни промотивни догађаји у иностранству на којима се ТОС обраћа одабраним циљним групама, било да су у питању организатори путовања и туристичке агенције, медији или публика – потенцијални туристи. Планирани догађаји су на следећим дестинацијама: Радионица New Deal Europe -Лондон, Промотивни догађај “Пролећни фестивал”, Будимпешта, промотивни догађај за медије и туристичку привреду, Венеција, Италија – у сарадњи са Air Serbia и аеродромом, Промотивни догађај у резиденцији Амбасаде Р. Србије, Париз, Анимација у Српској кући поводом Олимпијаде, Париз, Француска, Balkan Trafik Festival, Брисел, Белгија, Промотивни догађај у сарадњи са Aviagers, Мадрид - Барселона - Лисабон, Шпанија и Португал, Промотивни догађај, САД - У сарадњи са Air Serbia и Европском туристичком комисијом, Промотивни догађај у Азербејџану, Промотивни догађај, Турска, B2B, Roadshow, Кина, Пекинг и Гуанџоу, Промотивни догађај, Амбасада Р. Србије у Хагу, Холандија, у сарадњи са Air Serbia, Промотивни догађај, Амбасада Р. Србије у Штокхолму, Шведска, у сарадњи са Air Serbia, Промотивни догађај, Гетеборг, Шведска, у сарадњи са Air Serbia.

Поред тога, реализовани су пројекти везани за гастрономију, издавањем гастрономског водича Gault & Millau, у којем се наша гастрономска понуда, а чије је прво издање штампано на српском и француском језику, тако да се на овај начин Србија уврстила, као гастрономска дестинација, не само у Michelin-овом, већ у још једном престижном светском водичу. Излазак другог издања водича Gault & Millau је реализован у 2023. години, а ново треће издање се очекује у априлу 2024. године. Водич ће имати преко 300 страна и биће двојезичан (српско/енглески). Предвиђени тираж је 6.000 примерака, а дистрибуција ће се вршити кроз канале ТОС-а (информативни центри ТОС-а и локалних туристичких организација, на сајмовима и другим посебним догађајима и презентацијама), као и у дигиталном облику путем сајта <https://rs.gaultmillau.com>

Имајући у виду значај оваквог пројекта, Туристичка организација Србије наставља да подржава позиционирање Србије као гастрономске дестинације на међународној сцени и на тај начин иде у корак са најбољим светским гастрономским дестинацијама, из којих разлога се и у 2024. години, планирају средства за ново издање Gault & Millau водича.

Део планираних средстава биће издвојен за организовање едукативних радионица за шефове кухиња ресторана из Michelin селекције, а у циљу даљег подизања квалитета угоститељске понуде у сегменту врхунских београдских ресторана, са жељом да се у догледно време достигне квалитет на нивоу Michelin звездица. С тим у вези, ТОС ће у сарадњи са Michelin-ом током 2024. године организовати три едукативне радионице (masterclass) за шефове кухиња ресторана који се налазе у Michelin селекцији.

Као део маркетинг активности, планирано је континуирано уређивање сајта ТОС-а са припремом за миграње података на нови сајт током 2024. године, континуирано истраживања тржишта (како домаћих тако и иностраних туриста), финансирање активности из области конгресног туризма и друге маркетиншке активности, које ће допринети позиционирању Србије, као атрактивне туристичке дестинације.

- **Група 54- Трошкови амортизације и резервисања**

15.5. Трошкови амортизације и резервисања

Конто 540 – Трошкови амортизације и резервисања

Конто	Трошкови амортизације и резервисања	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
540	Трошкови амортизације	5.500.000	6.000.000	109,10

Трошкови амортизације планирани су у износу од 6.000.000 динара, а пројектовани су на основу евиденције основних средстава у 2023. години, као и набавке нове опреме за рад и нематеријалне имовине у 2024. години и применом прописаних амортизационих стопа за отпис.

- **Група 55 – Нематеријални трошкови**

15.6. Нематеријални трошкови

Конто 550 - Трошкови непроизводних услуга

Конто	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
550	Трошкови непроизводних услуга	6.954.668	9.000.000	129,40

Трошкови непроизводних услуга односе се на услуге обезбеђења пословног простора, 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 за 2024. годину, пројектован је на бази реализације трошкова током 2023. и претходних година.

Износ извршења у колони 3. није коначан, обзиром да нису обухваћени трошкови за новембар и децембар 2023. године.

Конто 551 – Трошкови репрезентације

Конто	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
551	Трошкови репрезентације	8.088.166	8.800.000	108,80

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, који долазе у инспекцију дестинације.

За потребе промоције туризма планиране студијске посете ће бити организоване са следећих тржишта: Бугарска, Грчка, Мађарска, Турска, бивше СФРЈ, Немачка, САД, Кина, Француска, Италија, Шпанија, Велика Британија, Холандија, Шведска, Белгија, Португал, Јерменија и Грузија, за које су планирана средства поред превоза и смештаја и по основу репрезентације, а у сврху упознавања са гастрономском понудом наше земље.

Износ средстава за финансирање ове позиције у 2024. години, у складу је са планираним активностима у Програму рада за 2024. годину, као и извршеном проценом у односу на реализацију ових трошкова у претходним годинама.

Кonto 552 – Трошкови премије осигурања

Кonto	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
552	Трошкови осигурања имовине и лица	691.177	800.000	115,70

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

Планирани износ средстава пројектован је на основу планираних активности и анализе трошкова у претходним годинама.

Износ извршења у 2023. години не садржи трошкове за последња два месеца текуће године.

Кonto 553 - Трошкови платног промета

Кonto	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
553	Трошкови платног промета	513.684	650.000	126,50

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 2024. годину, су на нивоу средстава претходних година, а имајући у виду очекивани промет са иностранством и то по основу оглашавања у електронским и дигиталним медијима, учешћа на промотивним 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.

У износ извршења трошкова нису укључени трошкови за новембар и децембар 2023.године.

Конто 554 – Трошкови чланарина у пословним удружењима и међународним асоцијацијама

Конто	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
554	Чланарине у пословним удружењима и међународним асоцијацијама	4.268.201	3.900.000	91,40

Имајући у виду да је дуги низ година ТОС чланица великог броја међународних удружења и асоцијација из области туризма и то: ICCA, DRV Немачка, RDA, Transromanica, EDEN, DCC, планирана су средства по основу чланарина у наведеним асоцијацијама, као и за чланство у једној од најзначајнијих, а то је свакако Европска Туристичка Комисија-ЕТЦ, са којом је реализовала велики број пројеката у претходним годинама, а такође су у плану и пројекти током 2024.године.

Конто 555 – Трошкови пореза

Конто	Трошкови пореза	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
555	Трошкови пореза	8.298.750	11.000.000	132,60

Трошкови пореза планирају се за измирење обавеза по основу пореза на имовину, пореза на име финансирања запошљавања особа са инвалидитетом, накнада за заштиту и унапређење животне средине и осталих пореза.

Поред наведеног, највећу ставку на овој позицији чини обавеза по основу пдв-а, за који ТОС нема право одбитка. Поред евиденције пдв-а у земљи, ТОС у складу са чланом 12. Закона о порезу на додату вредност, има обавезу и обрачуна пдв-а по интерним рачунима, за услуге извршене од стране ино доваљача као што су ПР услуге и услуге оглашавања у иностранству, а за које такође нема право одбитка.

Средства за 2024. годину, планирана су у ускладу са Програмом рада и предвиђеним активностима на домаћем и иностраном тржишту.

Имајући у виду да је ТОС у обавези да врши тромесечни обрачун пореза на додату вредност, у износ извршења нису укључени трошкови за последњи квартал 2023.године.

Конто 559 – Остали нематеријални трошкови

Конто	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
559	Остали нематеријални трошкови	915.200	1.850.000	202,10

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 2024. години, планирана су у вишем износу у односу на текуће трошкове једне пословне године и то за износ трошкова парничног поступка по пресуди за повреду ауторских права Вишег суда у Београду П4 бр.230/18 од 24.01.2023. године, којом се обавезује тужена Туристичка организација Србије, да исплати трошкове парничног поступка по наведеној пресуди.

Такође, у 2024. години очекује се окончање још једног судског спора, чији је предмет отказ уговора о раду 21.12. 2009. године, бившем запосленом раднику од стране Туристичке организације Србије, тако да се планирају средства за измирење судских трошкова по пресуди у вези наведеног спора.

Износ извршења у 2023.години не садржи трошкове који ће настати током новембра и децембра текуће године.

15.7. Финансијски расходи

Конто 56 - Финансијски расходи

Конто	Опис	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
56	Финансијски расходи	281.850	2.795.572	991,90

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.

У 2024. години трошкови по основу затезних камата ће бити знатно виши у односу на претходне године, имајући у виду да се очекује окончање два судска спора и то по основу повреде ауторских права, тужиоца Драгољуба Замуровића, где се тужена обавезује да поред износа накнаде неимовинске штете исплати и камату од дана доношења пресуде 24.01.2023. године, па све до дана исплате и другог спора чији је предмет отказ уговора о раду 21.12. 2009. године, бившем запосленом раднику од стране Туристичке организације Србије. у којем ће тужена Туристичка организација Србије бити у обавези да поред износа главнице спора исплати и камату од дана доношења пресуде па до дана исплате.

С тим у вези, планирани износ у највећем делу је намењен за финансирање трошкова камата по наведеним пресудама.

Износ извршења у 2023.години не садржи трошкове новембра и децембра текуће године.

- **Група 57- Остали расходи**

15.8. Остали расходи

Конто 57 – Остали расходи

Конто	Остали расходи	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
57	Остали расходи	40.591	14.700.000	36.214,90

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 непоменуће расходе.

Планирани износ за 2024. годину, поред редовних трошкова који прате пословање једне пословне године за које је планиран износ од 30.000 динара, увећани су и за додатне трошкове по основу два судска спора и то првог, започетог 2018. године, када је Туристичка организација Србије тужена за повреду ауторских права тужиоца Драгољуба Замуровића, а Пресудом Вишег суда у Београду, П4 бр.230/18 од 24.01.2023. године, констатовано је да је вредност спора за накнаду неимовинске штете 10.186.000 динара, и другог чији је предмет отказ уговора о раду 21.12. 2009. године, бившем запосленом раднику Видаку Станићу, од стране Туристичке организације Србије, којим се тужена Туристичка организација Србије обавезује да измири све неисплаћене зараде тужиоцу, од момента отказа уговора о раду, па до 2018 године, у износу од 4.484.000 динара, у складу са налазом вештака ангажованог од стране суда.

Износ извршења у 2023. години, не приказује реално стање трошкова ове позиције, обзиром да се на њој књиже и расходи по основу кала, растура, лома и мањкова робе, а то се евидентира након завршетка годишњег пописа на дан 31.12. текуће године.

- **Група 59 - Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода**

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

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

Конто	Остали расходи	Извршење у 2023. години	План за 2024. годину	Индекс
1	2	3	4	4/3
59	Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода	38.784	50.000	128,90

На рачунима групе 59 - Ефекти промене рачуноводствене политике, исправке грешака ранијих периода и пренос расхода, исказују се расходи према називима рачуна ове групе и пренос укупних расхода на крају извештајног периода.

На овој позицији у износу извршења исказани су накнадно утврђени расходи, који нису евидентирани у претходном периоду, уз напомену да је извршен пресек стања закључно октобром 2023.године.

За 2024. годину, након анализе очекиваних трошкова, планира се износ од 50.000 динара.



План прихода и расхода у 2024. години, извршен је на основу детаљне анализе сваке позиције појединачно, у складу са планом активности по тржиштима и маркетиншким циљевима.



Председник Управног одбора

Ratka Vušurović
др Ратка Вушуровић

Прилог 1
Попуњава друго правно лице

Матични број 17062867 Шифра делатности 58113 ПИБ 101824761

Назив ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

Седиште Београд, Чика Љубина бр. 8

ПРОЈЕКЦИЈА БИЛАНС СТАЊА 2024 год.

у хиљадама динара

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Индекс 5/6	Износ	
				2024.	2023.
1	2	3	4	5	6
	АКТИВА				
	А. СТАЛНА ИМОВИНА (0002 + 0003 + 0009 + 0010 + 0011 + 0012)	0001	98,50	57.593	58.460
01	I. НЕМАТЕРИЈАЛНА ИМОВИНА	0002	148,40	28.140	18.960
02	II. НЕКРЕТНИНЕ, ПОСТРОЈЕЊА И ОПРЕМА(0004 + 0005 + 0006 + 0007 + 0008)	0003	120,70	17.500	14.500
020, 021 и 022	1. Земљиште и објекти	0004			
023	2. Постројења и опрема	0005	120,70	17.500	14.500
024	3. Инвестиционе некретнине	0006			
025 и 027	4. Остала материјална стална средства	0007			
026 и 028	5. Некретнине, постројења и опрема у припреми аванси за некретнине, постројења и опрему	0008			
03	III. БИОЛОШКА СРЕДСТВА	0009			
04	IV. ДУГОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0010			
05	V. ДУГОРОЧНА ПОТРАЖИВАЊА	0011			
28 (део)	VI. ДУГОРОЧНА АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0012	47,80	11.953	25.000
	Б. ОБРТНА ИМОВИНА (0014 + 0019 + 0020 + 0021 + 0022 + 0023)	0013	115,10	69.225	60.140
Класа 1	I. ЗАЛИХЕ (0015 + 0016 + 0017 + 0018)	0014	21,10	2.085	9.900
10	1. Материјал, резервни делови, алат и ситанинвентар	0015			
11 и 12	2. Недовршена производња и готови производи	0016			
13	3. Роба	0017	108,40	1.518	1.400
15	4. Плаћени аванси за залихе и услуге	0018	6,70	567	8.500
20	II. ПОТРАЖИВАЊА ПО ОСНОВУ ПРОДАЈЕ	0019	180,00	360	200
22 и 27	III. ДРУГА ПОТРАЖИВАЊА	0020	134,80	1.065	790
23	IV. КРАТКОРОЧНИ ФИНАНСИЈСКИ ПЛАСМАНИ	0021			
24	V. ГОТОВИНА И ГОТОВИНСКИ ЕКВИВАЛЕНТИ	0022	123,50	56.235	45.550
28 (део)	VI. КРАТКОРОЧНА АКТИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0023	256,20	9.480	3.700
	В. УКУПНА АКТИВА (0001 + 0013)	0024	106,90	126.818	118.600
88	Г. ВАНБИЛАНСНА АКТИВА	0025	100,00	10.161	10.161

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Индекс 5/6	Износ	
				2024.	2023.
1	2	3	4	5	6
	ПАСИВА				
	А. УЛОЗИ (0402 + 0403 - 0404 + 0405 - 0408) ≥ 0	0401	100,00	32.201	32.201
30	I. УЛОЗИ (СОПСТВЕНИ ИЗВОРИ) ОСНИВАЧАИ ДРУГИХ ЛИЦА	0402	100,00	32.201	32.201
330 и потражни салдо рачуна 331	II. ПОЗИТИВНЕ РЕВАЛОРИЗАЦИОНЕ РЕЗЕРВЕ И НЕРЕАЛИЗОВАНИ ДОБИЦИ	0403			
дуговни салдо рачуна 331	III. НЕРЕАЛИЗОВАНИ ГУБИЦИ	0404			
34	IV. НЕРАСПОРЕЂЕНИ ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА (0406 + 0407)	0405			
340	1. Нераспоређени вишак прихода над расходимаранијих година	0406			
341	2. Нераспоређени вишак прихода над расходиматекуће године	0407			
35	V. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА (0409 + 0410)	0408			
350	1. Вишак расхода над приходима ранијих година	0409			
351	2. Вишак расхода над приходима текуће године	0410			
	Б. ДУГОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И ДУГОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ (0412 + 0413)	0411			
40	I. ДУГОРОЧПА РЕЗЕРВИСАЊА	0412			
41	II. ДУГОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ (0414 + 0415)	0413			
413 и 414	1. Дугорочни кредити	0414			
41, осим 413 и 414	2. Остале дугорочне обавезе	0415			
495 (део)	В. ДУГОРОЧНИ ОДЛОЖЕНИ ПРИХОДИ И ПРИМЉЕНЕ ДОНАЦИЈЕ	0416			
49 део, осим 495	Г. ДУГОРОЧНА ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0417			
	Д. КРАТКОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА И КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ (0419 + 0420 + 0421 + 0422 + 0423 + 0424 + 0425)	0418	109,50	94.617	86.399
463	I. КРАТКОРОЧНА РЕЗЕРВИСАЊА	0419			
42	II. КРАТКОРОЧНЕ ФИНАНСИЈСКЕ ОБАВЕЗЕ	0420	45,80	55	120
43	III. ОБАВЕЗЕ ИЗ ПОСЛОВАЊА	0421	122,60	7.600	6.200
45, 46, осим 463 и 47	IV. ОСТАЛЕ КРАТКОРОЧНЕ ОБАВЕЗЕ	0422	111,10	39.790	35.820
48 осим 481	V. ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗЕ, ДОПРИНОСЕ И ДРУГЕ ДАЖБИНЕ	0423	101,10	1.920	1.899
481	VI. ОБАВЕЗЕ ЗА ПОРЕЗ ИЗ РЕЗУЛТАТА	0424			
49 (део)	VII. КРАТКОРОЧНА ПАСИВНА ВРЕМЕНСКА РАЗГРАНИЧЕЊА	0425	106,80	45.252	42.360
	Ђ. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗНАД ВИСИНЕ УЛОГА (СОПСТВЕНИХ ИЗВОРА (0411 + 0416 + 0417 + 0418 - 0024) ≥ 0 = (0404 + 0408 - 0402 - 0403 - 0405) ≥ 0	0426			
	Е. УКУПНА ПАСИВА (0401 + 0411 + 0416 + 0417 + 0418 - 0426)	0427	106,90	126.818	118.600
89	Ж. ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА	0428	100,00	10.161	10.161

Прилог 2
Попуњава друго правно лице

Матични број 17062867 Шифра делатности 58113 ПИБ 101824761

Назив ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

Седиште Београд, Чика Љубина бр. 8

ПРОЈЕКЦИЈА- БИЛАНС УСПЕХА 2024.год.

- у хиљадама динара -

Група рачуна, рачун	ПОЗИЦИЈА	АОП	Индекс 5/6	Износ	
				2024.	2023.
1	2	3	4	5	6
	А. ПОСЛОВНИ ПРИХОДИ (1002 + 1003 + 1004 + 1005 + 1006 + 1007 - 1008 + 1009)	1001	119,40	528.500	442.760
60	I. ПРИХОДИ ОД ПРОДАЈЕ РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1002	144,40	6.500	4.500
630 и 631	II. ПРИХОДИ ОД ЧЛАНАРИНА И ЧЛАНСКИХ ДОПРИНОСА	1003			
632 и 639	III. ПРИХОДИ ПО ПОСЕБНИМ ПРОПИСИМА ИЗ БУЏЕТА И ОСТАЛИХ ИЗВОРА	1004			
64	IV. ПРИХОДИ ОД ДОНАЦИЈА, ДОТАЦИЈА, СУБВЕНЦИЈА И СЛ.	1005	119,10	522.000	438.160
65	V. ПРИХОДИ ОД НЕФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ	1006			100
620	VI. ПОВЕЋАЊЕ ВРЕДНОСТИ ЗАЛИХА УЧИНАКА	1007			
621	VII. СМАЊЕЊЕ ВРЕДНОСТИ ЗАЛИХА УЧИНАКА	1008			
61	VIII. ПРИХОДИ ОД АКТИВИРАЊА РОБЕ, ПРОИЗВОДА И УСЛУГА	1009			
	Б. ПОСЛОВНИ РАСХОДИ (1011 + 1012 + 1013 + 1014 + 1015 + 1016 + 1017 + 1018)	1010	115,40	511.454	443.300
50	I. НАБАВНА ВРЕДНОСТ ПРОДАТЕ РОБЕ	1011	137,50	5.500	4.000
51	II. ТРОШКОВИ МАТЕРИЈАЛА И ЕНЕРГИЈЕ	1012	100,80	6.400	6.350
52	III. ТРОШКОВИ ЗАРАДА, НАКНАДА ЗАРАДА И ОСТАЛИ ЛИЧНИ РАСХОДИ	1013	110,90	126.912	114.446
53	IV. ТРОШКОВИ ПРОИЗВОДНИХ УСЛУГА	1014	118,40	330.642	279.376
540	V. ТРОШКОВИ АМОРТИЗАЦИЈЕ	1015	109,10	6.000	5.500
541	VI. ТРОШКОВИ РЕЗЕРВИСАЊА	1016			
557	VII. ТРОШКОВИ ДОНАЦИЈА	1017			
55, осим 557	VIII. НЕМАТЕРИЈАЛНИ ТРОШКОВИ	1018	107,10	36.000	33.628
	В. ПОСЛОВНИ ДОБИТАК (1001 - 1010) ≥ 0	1019		17.046	
	Г. ПОСЛОВНИ ГУБИТАК (1010 - 1001) ≥ 0	1020			540
66	Д. ФИНАНСИЈСКИ ПРИХОДИ (1022 + 1023 + 1024+ 1025+ 1026)	1021	50,00	50	100
660	I. ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ ОД МАТИЧНОГ, ЗАВИСНИХ И ОСТАЛИХ ПОВЕЗАНИХ ЛИЦА	1022			
661	II. ПРИХОДИ ОД КАМАТА	1023			
662 и 663	III. ПОЗИТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ И ПРИХОДИ ПО ОСНОВУ ЕФЕКТА ВАЛУТНЕ КЛАУЗУЛЕ И ОСТАЛИХ ЕФЕКТА ЗАШТИТЕ ОД РИЗИКА	1024	50,00	50	100
664	IV. ПРИХОДИ ОД ДИВИДЕНДИ	1025			
669	V. ОСТАЛИ ПРИХОДИ ОД ФИНАНСИЈСКЕ ИМОВИНЕ	1026			

Група рачуна, рачун2	ПОЗИЦИЈА	АОП	Индекс 5/6	Износ	
				2024.	2023.
1	2	3	4	5	6
56	Б. ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ (1028 + 1029 + 1030 + 1031)	1027	932,00	2.796	300
560	I. ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ ИЗ ОДНОСА СА МАТИЧНИМ, ЗАВИСНИМ И ОСТАЛИМ ПОВЕЗАНИМ ЛИЦИМА	1028			
562	II. РАСХОДИ КАМАТА	1029		2.496	
563, 564 и 566	III. НЕГАТИВНЕ КУРСНЕ РАЗЛИКЕ И РАСХОДИ ПО ОСНОВУ ЕФЕКТА ВАЛУТНЕ КЛАУЗУЛЕ И ОСТАЛИХ ЕФЕКТА ЗАШТИТЕ ОД РИЗИКА	1030	100,00	300	300
569	IV. ОСТАЛИ ФИНАНСИЈСКИ РАСХОДИ	1031			
	Е. ДОБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА (1021 - 1027)	1032			
	Ж. ГУБИТАК ИЗ ФИНАНСИРАЊА (1027 - 1021)	1033	1.373,00	2.746	200
683 и 685	З. ПРИХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА II ПОТРАЖИВАЊА	1034			
583 и 585	II. РАСХОДИ ОД УСКЛАЂИВАЊА ВРЕДНОСТИ КРАТКОРОЧНИХ И ДУГОРОЧНИХ ФИНАНСИЈСКИХ ПЛАСМАНА И ПОТРАЖИВАЊА	1035			
67 и 68, ОСИМ 683 и 685	Ј. ОСТАЛИ ПРИХОДИ	1036	32,00	400	1.250
57 и 58, ОСИМ 583 и 585	К. ОСТАЛИ РАСХОДИ	1037	4.083,30	14.700	360
	Л. УКУПНИ ПРИХОДИ (1001 + 1021 + 1034 + 1036)	1038	116,00	528.950	444.110
	Љ. УКУПНИ РАСХОДИ (1010 + 1027 + 1035 + 1037)	1039	119,10	528.950	443.960
	М. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1038 - 1039) ≥ 0	1040		0,00	150
	Н. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ИЗ РЕДОВНОГ ПОСЛОВАЊА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1039 - 1038) ≥ 0	1041			
69-59	Њ. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПО ОСНОВУ ЕФЕКТА ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА И ИСПРАВКИ ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА	1042			
59-69	О. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ПО ОСНОВУ ЕФЕКТА ПРОМЕНА РАЧУНОВОДСТВЕНИХ ПОЛИТИКА II ИСПРАВКИ ГРЕШАКА ИЗ РАНИЈИХ ПЕРИОДА	1043		0,00	150
	П. ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1040 - 1041 + 1042 - 1043) ≥ 0	1044			
	Р. ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА ПРЕ ОПОРЕЗИВАЊА (1041 - 1040 + 1043 - 1042) ≥ 0	1045			
721	С. ПОРЕСКИ РАСХОДИ ПЕРИОДА	1046			
	Т. НЕТО ВИШАК ПРИХОДА НАД РАСХОДИМА (1044 - 1045 - 1046) ≥ 0	1047			
	Ђ. НЕТО ВИШАК РАСХОДА НАД ПРИХОДИМА (1045 - 1044 + 1046) ≥ 0	1048			