

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА СРБИЈЕ

**ПРОГРАМ РАДА СА ФИНАНСИЈСКИМ ПЛАНОМ
ЗА 2010. ГОДИНУ**

Београд, јануар 2010. године

УВОД

Основ за израду Програма рада представљају послови Туристичке организације Србије (у даљем тексту: ТОС) утврђени Законом о туризму и активности везане за промоцију туризма које произилазе из Стратегије развоја туризма Републике Србије.

Циљеви активности ТОС у 2010. години су:

- 1) унапређење квалитета туристичке понуде;
- 2) приступ промоцији туризма као комплексној и одговорној активности усмереној на повећање броја долазака страних туриста у Србију и остваривање већег девизног прихода од туризма;
- 3) спровођење активности усмерених на повећање унутрашњег туристичког промета;
- 4) информисање домаће и стране јавности о туристичким потенцијалима Србије.

ПРОГРАМ РАДА

I Промоција на домаћем тржишту

1. Организовање и учешће на сајмовима и туристичким манифестацијама у земљи и то:

Сајам/манифестација	Место	Број ангажованих лица	Датум	Буџет	Очекивани ефекти
Сајам туризма	Београд	4	24-28. фебруар	3.500.000	Промоција на домаћем тржишту, у циљу повећања броја домаћих туриста
Састанак конгресне индустрије Србије		3	25. фебруар	/	Извештај индустрији о активностима у 2009. години, представљање планова за 2010. годину. Активно учешће око 70 представника конгресне индустрије из целе Србије.
Сајам сувенира „Посетите Србију“ на Београдском сајму туризма	Београд	2	24-28. фебруар	200.000	Развој и пласман сувенирске понуде и унапређење сарадње са произвођачима и дистрибутерима сувенира

Сајам туризма	Ниш	2	26-28. март	200.000	Промоција на домаћем тржишту, у циљу повећања броја домаћих туриста
Сајам туризма	Крагујевац	2	23-25. април	300.000	Промоција на домаћем тржишту, у циљу повећања броја домаћих туриста
Конгрес бања	Врњачка Бања	1	мај	60.000	ТОС учествује у раду Конгреса и организује студијско путовање представника домаћих медија што ће допринети промоцији бањског туризма – спа центри и здравствени туризам
„Туристички цвет“	Београд	4	27. септембар	1.000.000	Подстицај за унапређење туристичких производа и услуга у циљу конкурисања за највише признање у туризму Републике Србије
Сајам туризма	Нови Сад	2	28. септембар – 01. октобар	750.000 /	Промоција на домаћем тржишту, у циљу повећања броја домаћих туриста Активно учествовање око 50 представника конгресне индустрије Србије кроз давање критика, сугестија, предлога на првих 6 месеци извршавања планова представљених на почетку године.
Састанак конгресне индустрије Србије	Нови Сад	3			
Сајам сувенира „Посетите Србију“	Београд	2	децембар	150.000	Развој и пласман сувенирске понуде и унапређење сарадње са произвођачима и дистрибутерима сувенира

Рок: током целе године

Извршилац: Одељење за истраживање и развој туристичког производа и Конгресни биро

2. Организовање студијских путовања за домаће новинаре

У циљу боље информисаности домаће јавности о туристичкој понуди Србије, а у сарадњи са локалним туристичким организацијама, планирају се два студијска путовања за домаће туристичке новинаре, као и одлазак домаћих новинара на одабране међународне сајмове.

Број новинара	Број дана	Дестинација	Буџет	Очекивани ефекти
15	3	Један	60.000	У оквиру кампање „Зелена Србија“, допринос

		од националних паркова у Србији		промоцији националних паркова и заштићених природних целина
20	3	Нека од изабраних туристичких дестинација у Србији	60.000	Допринос промоцији изабране туристичке дестинације

Рок: периодично

Извршилац: Одељење за истраживање и развој туристичког производа

3. Оглашавање и промоција у домаћим медијима

Ради ефикасније промоције туризма на домаћем тржишту ТОС ће се оглашавати у електронским медијима и специјализованим часописима који се баве туризмом и то

Назив медија	Број ангажованих лица	Буџет	Очекивани ефекти
SEE BTM, специјализованом за конгресни туризам	1	97.000	Часопис се доставља на адресе 3.000 кључних организација из области конгресног туризма у Србији и региону југоисточне Европе – упознавање потенцијалних клијената са предностима Србије у погледу организовања конгреса, конференција и подстицајних путовања
Перфект метрополис „Internet Serbia Travel News“ - електронски медиј	1	300.000	Информисање јавности о активностима ТОС, као и боља промоција туристичких потенцијала Србије у циљу повећања домаћег туристичког промета
Туристичке новине - агенција Путоказ	1	300.000	Информисање јавности о активностима ТОС, као и боља промоција туристичких потенцијала Србије у циљу повећања домаћег туристичког промета
ПОНТ - Bel Guest magazine	1	600.000	Промоција туристичких потенцијала Србије у

			циљу повећања домаћег туристичког промета намењена домаћој јавности и странцима који живе у Србији
„Туристичка разгледница“ – радио емисија	1	300.000	Информисање јавности о активностима ТОС, као и боља промоција туристичких потенцијала Србије у циљу повећања домаћег туристичког промета
Медијска кампања о туристичким потенцијалима Србије (електронски медији и билборд)	1	20.000.000	Подизање свести домаће јавности о туристичким потенцијалима, као и пружање информација о конкретној понуди
По потреби покровитељства и оглашавање у медијима	1	400.000	У циљу ефикасније промоције потребно је додатно оглашавање или спонзорисање медија

Рок: периодично

Извршилац: Одсек за односе с јавношћу, Конгресни биро

II Промоција на међународном тржишту

1. Учешће на међународним туристичким и специјализованим сајмовима у иностранству и то:

Назив Сајма	Место и време одржавања	Број ангажованих лица	Број дана	Буџет	Очекивани ефекти
Vakantiebeurs	Утрехт, Холандија, 12-17. јануар	2+1* * аниматор	12+7 радних дана	1.760.000	- јачање имиџа Србије као туристичке дестинације - објављивање чланака о туризму Србије у медијима (конференција за новинаре, press release) - информисање и подизање свести холандске јавности о могућностима одмора у Србији - наставак и проширење сарадње са

					<p>организаторима путовања који имају Србију у програмима</p> <ul style="list-style-type: none"> - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - повећање продаје туристичких програма за Србију - повећање продаје у сегменту индивидуално организованих путовања - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Холандије - повећање девизног прилива
Reiseliv	Осло, Норвешка, 14-17. јануар	2	12 радних дана	780.000	<ul style="list-style-type: none"> - јачање имица Србије као туристичке дестинације - објављивање чланака о туризму Србије у медијима - информисање и подизање свести норвешке јавности о могућностима одмора у Србији - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Норвешке и осталих нордијских земаља - повећање девизног прилива
Josp Fest	Рим, Италија, 14-17. јануар	2	8 радних дана	500.000	<p>Боља сарадња са Католичком црквом (покровитељ Ватикан) ради дефинисања послова око „Константина“, као и подстицање</p>

					религиозног туризма, јер према нашим подацима највећи број италијанских туриста долази у Србију ради цркава и манастира
FITUR	Мадрид, Шпанија, 20-24. јануар	3 ТОС + 1 информатор	18 радних дана	3.500.000	Један од највећих сајмова туризма – повећање броја туриста из Шпаније, почетак директних летова (састанци са представницима авио компанија)
Дунавска туристичка берза (ДТК)	Беч, Аустрија, 24-26. јануар	1	3	556.500	Кроз општу промоцију, у контексту сарадње подунавских земаља, ДТК промовише и сваку земљу појединачно, обезбеђује контакте са медијима, организује Бродарску и Бициклистичку конференцију, као и Дунавску берзу, које су прилика да се представницима туристичке привреде представе новитети у понуди. Кроз сарадњу са ДТК стварају се услови за обогаћење туристичке понуде, довођење нових туриста, њиховог дужег задржавања у нашој земљи, а тиме и афирмације наших нових дестинација, оживљавања привреде, отварања нових радних места и др.
Vakantie Salon	Брисел, Белгија, 04-08. фебруар	3+1* *аниматор	15+5 радних дана	1.260.000	Пораст броја туриста из Белгије који долазе у Србију, повећање броја организатора путовања из Белгије који ће уврстити Србију као туристичку дестинацију у своје програме путовања, као повећање девизног прилива
ВІТ	Милано, Италија, 18-21. фебруар	2 ТОС + евентуално трубачи	10 радних дана	3.800.000	Највећи Сајам туризма у Италији, очекује се повећање броја туриста са тог подручја након Сајма као и већа присутност у медијима
Сајам бициклистичких тура	Амстердам, Холандија, фебруар	1	3	84.000	

ITB	Берлин, Немачка, 10-14. март	5 + 3*+1** * новинари ** аниматор	35+12 +7	8.150.000	<ul style="list-style-type: none"> - јачање имица Србије као туристичке дестинације - објављивање чланака о туризму Србије у медијима (конференција за новинаре, press release) - информисање и подизање свести немачке јавности о могућностима одмора у Србији - наставак и проширење сарадње са организаторима путовања који имају Србију у програмима - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - повећање продаје туристичких програма за Србију - повећање продаје у сегменту индивидуално организованих путовања - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Немачке - повећање девизног прилива
MAP	Париз, Француска, 18-21. март	3	12 радних дана	5.170.000	Пораст броја туриста из Француске који долазе у Србију, повећање броја организатора путовања из Француске који ће уврстити Србију као туристичку дестинацију у своје програме путовања, као повећање девизног прилива.
Intour Market	Москва, Русија, 13-16. март	1+1* * спољни сарадник	5+5 радних дана	1.250.000	<ul style="list-style-type: none"> - јачање имица Србије као туристичке дестинације - информисање и подизање свести руске јавности о могућностима одмора у Србији

					<ul style="list-style-type: none"> - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Русије - повећање девизног прилива
MITT	Москва, Русија, 17-20. март	2+1* * спољни сарадник	10+5 радних дана	4.600.000	<ul style="list-style-type: none"> - јачање имица Србије као туристичке дестинације - информисање и подизање свести руске јавности о могућностима одмора у Србији - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Русије - повећање девизног прилива
TUR	Гетеборг, Шведска, 25-28. март	2	10 радних дана	1.250.000	<ul style="list-style-type: none"> - креирање имица Србије као туристичке дестинације - информисање и подизање свести шведске јавности о могућностима одмора у Србији - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Шведске и осталих скандинавских земаља

					- повећање девизног прилива
RDA Workshop	Келн, Немачка, 27-29. јул	2	10 радних дана	380.000	- наставак и проширење сарадње са организаторима путовања који имају Србију у програмима - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - повећање продаје туристичких програма за Србију - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста који долазе на кружне туре аутобусима из Немачке - повећање девизног прилива
JATA-WTF	Токио, Јапан, септембар	2	12 радних дана	1.000.000	- јачање имиџа Србије као туристичке дестинације - објављивање чланака о туризму Србије у медијима - информисање и подизање свести јапанске јавности о могућностима одмора у Србији - наставак и проширење сарадње са организаторима путовања који имају Србију у програмима - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Јапана - повећање девизног прилива

TTG Incontri	Римини, Италија, 15-17. октобар	2	10 радних дана	2.800.000	<ul style="list-style-type: none"> - наставак и проширење сарадње са организаторима путовања који имају Србију у програмима - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - повећање продаје туристичких програма за Србију - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Италије - повећање девизног прилива
WTM	Лондон, Велика Британија, 08-11. новембар	5	30 радних дана	11.200.000	<ul style="list-style-type: none"> - јачање имиџа Србије као туристичке дестинације - објављивање чланака о туризму Србије у медијима (конференција за новинаре, press release) - информисање и подизање свести британске јавности о могућностима одмора у Србији - наставак и проширење сарадње са организаторима путовања који имају Србију у програмима - успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији - повећање продаје туристичких програма за Србију - истраживање тржишта - стварање базе података - праћење активности конкуренције - повећање броја туриста из Холандије

					- повећање девизног прилива
IFT Slovakiaitour	Братислава, Словачка 21- 24. јануар	1	5	350.000	Упознавање туриста из Словачке са туристичком понудом Србије, у циљу повећања броја долазака туриста

2. Учешће на туристичким и специјализованим сајмовима у региону и то:

Сајам / манифестација	Место	Датум	Број ангажованих лица	Број дана	Буџет	Очекивани ефекти
Туристичка берза	Охрид, Македонија	17-19. јануар	2	5	300.000	Промоција у циљу повећања броја иностраних туриста из региона
TIP 2010	Љубљана, Словенија	21-24. јануар	2	5	1.600.000	Промоција у циљу повећања броја иностраних туриста из региона
МЕТУБЕС 2010	Будва, Црна Гора	10-13. фебруар	2	5	500.000	Промоција у циљу повећања броја иностраних туриста из региона
UTAZAS	Будимпешта, Мађарска	4-7. март	2	5	400.000	Промоција у циљу повећања броја иностраних туриста из региона
Међународни сајам туризма, угоститељства и трговине „Медитерански дани – Требиње 2010.“	Требиње Република Српска	март	2	5	350.000	Промоција у циљу повећања броја туриста из региона
Crotour	Загреб, Хрватска	07-10. април	2	5	400.000	Упознавање туриста из Републике Хрватске са туристичком понудом Србије, у циљу повећања броја долазака
Међународни сајам „Бањалучки сајам“	Бања Лука, Република Српска	новембар	2	5	400.000	Промоција у циљу повећања броја туриста из региона
Туристичка	Београд	новембар	1	4	100.000	Промоција у циљу повећања броја туриста из

берза на Јахорини						региона
----------------------	--	--	--	--	--	---------

3. Учешће на сајмовима конгресног туризма

Сајам	Место	Датум	Број ангажованих лица	Број дана	Буџет	Очекивани ефекти
Conventa	Љубљана, Словенија	21-22. јануар	2	3	600.000	20 састанака са потенцијалним клијентима заинтересованим за организовање догађаја у Југоисточној Европи
IMEX	Франкфурт, Немачка	24-27. мај	3	5	5.500.000	50 састанака на штанду са потенцијалним клијентима за Конгресни биро и 150 за све суизлагаче на нивоу дестинације
EIVTM	Барселона, Шпанија	01-03. децембар	3	5	5.500.000	50 састанака на штанду са потенцијалним клијентима за Конгресни биро и 150 за све суизлагаче на нивоу дестинације

Рок: током целе године

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију, Конгресни биро и Одељење за истраживање и развој туристичког производа

4. Посебне презентације, конференције и радионице у земљама региона и иностранству:

Презентације/ конференције	Место	Датум	Број ангажованих лица	Број дана	Буџет	Очекивани ефекти
Презентација туристичке понуде Србије у земљама региона и	Словенија, Хрватска, Босна и Херцеговина,	2010.	2 по тржишту	3 по тржишту	500.000 по тржишту	Промоција туристичких потенција Србије, брошуре „52 викенда у Србији“ и пројекта „Зелена Србија“ у циљу повећања броја туриста и пројеката прекограничне сарадње

иностранству	Македонија, Мађарска, Румунија, Бугарска, Словачка					У априлу би требало да се одржи изложба града Темишвара, која је била предвиђена за претходну годину, али је отказана. Уколико остане све као тада, ТОС нема финансијске трошкове. Очекивани ефекат је да се становници престонице упознају са понудом ове дестинације и успостави чвршћа сарадња градова
Промоција обележавања 1700 година (2013. године) од потписивања Миланског едикта – Ниш, родни град цара Константина (нпр. Конференција за новинаре у Милану, и сл.)	Милано, Италија	почетак марта	3	3	525.000	Успостављање сарадње са Миланским кардиналом и званичницима римокатоличке цркве, као и са Градом Миланом и другим релевантним државним органима и институцијама у Италији везано за успостављање посебног туристичког производа – Путеви Константина
Светска изложба (Worldexpo)	Шангај, Кина	април-септембар	4	3 x 10	4.200.000	Упознавање кинеског тржишта са туристичким потенцијалима Србије у оквиру представљања земље + две press конференције у току трајања месеца туризма
Изложба фотографија о Дунаву Драгољуба Замуровића	Мадрид, Шпанија	мај	2	4	525.000	Представљање Србије кроз најлепше фотографије Дунава
Представљање подунавских земаља у организацији покрајине Baden-Virtemberg	Брисел, Белгија	октобар	2	2	210.000	Развијање дунавског туристичког потенцијала
Промоција на прекоморским	- Кина: пропагандни	Мај	4		Буџет у оквиру	- Уз помоћ итернет презентације на кинеском и прављења посебне брошуре на кинеском,

тржиштима:	материјал, превод интернет презентације				EXPO	очекује се приближавање наше дестинације на кинеском тржишту и на тај начин повећање броја туриста
	- Јапан и Индија (са ТО Словенија и ТО Црна Гора и словеначком агенцијом Panoramic) + - Канада: road show, сајмови са ЕТС - САД: road show, сајмови са ЕТС	током године	6	30 радних дана	5.200.000	- промоција туристичких потенцијала Србије и региона – информисање и подизање свести потенцијалних туриста о могућностима за одмор у региону - објављивање чланак у медијима - подршка продаји аранжмана које нуди агенција Panoramic - повећање броја туриста из прекоморских и удаљених тржишта - повећање девизног привлива - Гледано према броју туриста економска криза се најмање одразила на Канаду, тако да би ово тржиште могло бити интересантно као и тржиштеСАД

Посебне презентације, конференције и радионице у иностранству из области конгресног туризма:

Сајам / манифестација	Место	Датум	Број ангажованих лица	Број дана	Буџет	Очекивани ефекти
МРП Европски Конгрес /European Meeting and Event Conference of the	Малага, Шпанија	28. фебруар - 2. март	2	4	250.000	Унапређење знања, праћење најновијих трендова, стицање контаката и размена информација о потенцијалним клијентима са

Meeting Professionals Internationals/						другим организацијама у међународној конгресној индустрији
ICCA Маркетинг и Продајна Радионица/Sales and Marketing Workshop of the International Congress and Convention Association	Вилнус, Литванија	15-17. јул	2	4	300.000	Унапређење знања, континуирана едукација, праћење најновијих трендова, стицање контаката, тренинг за управљање ICCA базом података, пословна размена информација о потенцијалним клијентима са другим организацијама у међународној конгресној индустрији
DMAI Форум Лидера /Destination Marketing Association International Leadership Forum/	Брисел	14-17. октобар	1	3	150.000	Праћење трендова, стицање нових контаката и размена информација са другим организацијама у међународној конгресној индустрији као и дефинисање смерница даљег развоја и начина наступа DMAI у Европи
Full contact	Пиза, Италија	17-18. мај	2	4	600.000	Састанци са 20 потенцијалних клијената из Италије са циљем повећања заинтересованости и повећања броја конкретних упита за реализацију конгресних и подстицајних италијанских група у Србији
ICCA Светски Конгрес/ /World Congress of the International Congress and Convention Association/	Хајдерабад, Индија	20-27. октобар	3	7	775.000	Унапређење знања, праћење најновијих трендова, стицање контаката и размена информација о потенцијалним клијентима са другим организацијама у бизнису
Презентација дестинације	Атина, Грчка	април	1	4	190.000	Презентација компаративних предности Србије са грчким професионалним организаторима догађаја, конгреса и подстицајних путовања (минимум 10) са циљем повећања заинтересованости и повећања броја конкретних упита за реализацију конгресних и подстицајних група у Србији

Рок: током целе године

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију, Одељење за истраживање и развој туристичког производа, Конгресни биро

5. Ангажовање ПР агенција за промоцију туризма

У 2010. години биће ангажоване ПР агенције на следећим тржиштима:

Земља	Број ангажованих лица	Буџет	Активности	Очекивани ефекти
Немачка	1	4.500.000	- прикупљање информација о тржишту	- јачање имиџа Србије као туристичке дестинације
Италија	1	3.500.000	- информисање јавности путем медија о туристичкој понуди Србије (press release, newsletter)	- објављивање чланака о туризму Србије у медијима (конференција за новинаре, press release)
Шпанија	1	2.500.000	- асистенција медијима при објављивању чланака о Србији (информације, фотографије)	- информисање и подизање свести немачке јавности о могућностима одмора у Србији
Бенелукс	1	3.500.000	- организовање конференција за новинаре и посебних презентација	- наставак и проширење сарадње са организаторима путовања који имају Србију у програмима
Велика Британија	1	4.500.000	- организовање састанака са орг. путовања и интервјуа за медије приликом наступа на сајмовима	- успостављање сарадње са организаторима путовања заинтересованим за програме одмора у Србији
Француска	1	3.500.000	- организовање студијских посета за новинаре и организаторе путовања	- повећање продаје туристичких програма за Србију
Русија	1	2.000.000	- продајне мисије – проналажење организатора путовања заинтересованих за програме одмора у Србији, појединачне презентације програма и привлачење нових организатора путовања	- повећање продаје у сегменту индивидуално организованих путовања
Кина	1	1.000.000	- праћење ефеката у медијима	- истраживање тржишта
Словенија	1	1.200.000	- праћење рада организатора путовања који имају Србију у програмима, асистенција у развоју програма, промоцији и продаји	- стварање базе података
Норвешка	1	73.500		- повећање броја туриста - повећање девизног прилива

Рок: током целе године

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију

6. Организовање студијских путовања за стране новинаре и организаторе путовања као и за организаторе конгресних и пословних путовања

Земља	Број ангажованих лица	Активности	Буџет	Очекивани ефекти
Велика Британија	1	- 3 групне посете новинара - 2 индивидуалне посете новинара - 4 индивидуалне посете организатора путовања	2.500.000	- објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме орг. путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Немачка	1	- 2 групне посете новинара - 1 групна посета организатора путовања - 2 индивидуалне посете новинара	2.000.000	- објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма

Италија	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора путовања - 2 индивидуалне посете новинара 	2.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Шпанија	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора путовања - 2 индивидуалне посете новинара 	2.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Француска	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора путовања - 2 индивидуалне посете новинара 	2.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Јапан	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора 	1.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије

		путовања		<ul style="list-style-type: none"> - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Норвешка	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора путовања 	1.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Русија	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора путовања 	1.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Швајцарска	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара и организатора путовања 	1.000.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста)

				<ul style="list-style-type: none"> - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Белгија	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора путовања 	800.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Холандија	1	<ul style="list-style-type: none"> - 1 групна посета новинара - 1 групна посета организатора путовања - 2 индивидуалне посете новинара 	1.200.000	<ul style="list-style-type: none"> - објављивање чланака/репортажа о туризму Србије - позиционирање Србије у свести потенцијалних потрошача (туриста) - подизање интересовања за путовање у Србију - информисање иностране јавности о могућностима за одмор у Србији - улазак у програме организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива од туризма
Словенија	1	Обилазак туристичких дестинација у Србији	1.800.000	Промоција Србије у медијима Словеније
Италија	2	Тродневна тура упознавања са могућностима Србије у области организације догађаја, конгреса и подстицајних путовања намењена	1.200.000	Упознавање 10 италијанских потенцијалних партнера са могућностима конгресног туризма у Србију и повећање броја упита за понуду са италијанског тржишта

		најпотенцијалнијим италијанским клијентима и постојећим партнерима		
Грчка	2	Тродневна тура упознавања са могућностима Србије у области органиације догађаја, конгреса и подстицајних путовања најпотенцијалнијим грчким клијентима и постојећим партнерима	1.200.000	Упознавање 10 грчких потенцијалних партнера са могућностима конгресног туризма у Србију уз повећање броја упита за понуду са грчког тржишта

Рок: периодично

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију, Конгресни биро

7. Оглашавање и промоција у иностраним часописима и медијима

У циљу боље информисаности иностране јавности о туристичкој понуди Србије и подршке пласману српског туристичког производа, у 2010. години планира се оглашавање у страним туристичким и специјализованим часописима, а у складу са расположивим финансијским средствима.

Конгресни биро планира оглашавање у иностраним часописима, специјализованим за конгресни туризам и то: Конгрес, СИМ, АМИ, Ediman, Meeting and Events

Медиа план

Медији	Број огласа	Буџет	Очекивани ефекти
СИМ/Conference and Incentive Magazin/ - земља издавања: Немачка - публика: 80% Европа, 15% САД, 5% Азија - тип публике: 70% асоцијације, 30% корпорације	IMEX СИМ Clubbing/ дестинација спонзор догађаја на дан 26.05.2010.	500.000	Мала реклама у три везана издања у СИМ: 1, 2 и 3/10 видљива код преко 40.000 потенцијалних клијената. “After show” чланак у СИМ 4/10 видљива код преко 40.000 потенцијалних клијената. Лого у позивним писмима и електронским вестима послат на 8.000 адреса потенцијалних клијената. Лого на сајту на страници електронске регистрације за улазак на догађај који ће бити

			видљив за преко 2.500 потенцијалних клијената. Видео промоција Конгресног бироа кроз емитовање логоа на екранима видљив за преко 2.000 гостију, потенцијалних клијената, на догађају.
CIM/ Conference and Incentive Magazin/ - интернет презентација - тип публике: 70% асоцијације, 30% корпорације	Банер на интернет презентацији и у електронским вестима	180.000	Банер на сајту током 2 месеца. Повећање интересовања међународних клијената са посебним аспектом на корпорације и асоцијације са територије Немачке, а који ће пратити извештај након истека овог периода о броју људи који су видели банер, који су кликнули на банер, о периоду задржавања на сајту и земаљама и градовима из којих су посетиоци. Очекивано повећање интересовања и посета из Немачке на 100 месечно.
EDIMAN - земља издавања: Италија - публика: Италија - тип публике: корпорације и инсетив агенције	Чланак о Србији у инсентив годишњем каталогу	/	Представљање дестинације италијанским купцима 10.000 тираж пред најважнији сајам IMEX. Циљ је креирање слике о Србији и подизање нивоа заинтересованости за Србију као дестинацију за реализовање корпоративних група на подстицајним путовањима
AMI/ Association Meeting Interantional - интернет презентација - публика: 90% Европа, 10% САД - тип публике: асоцијације	Банер на интернет презентацији	100.000	Месечни банер на сајту са циљем креирања препознатљивости и повећања интересовања међународних клијената са посебним аспектом на асоцијације са седиштем у Великој Британији о Србији као дестинацији за организовање њихових конгреса и састанака
Meeting and Events - интернет презентација - публика: Грчка тип публике: 70%, инсентив	Банер на интернет презентацији	100.000	Месечни банер на сајту са циљем креирања препознатљивости и повећања интересовања међународних клијената са посебним аспектом на корпорације са седиштем у медитеранској

агенције, 20% корпорације, 10% асоцијације			Европи, као дестинацији за организовање њихових догађаја, семинара и подстицајних путовања
Оглашавање у специјализованим часописима намењеним организаторима путовања	Оглас, адваторијал, интернет презентација	1.500.000	- подизање свести иностраних орг. путовања о туристичкој понуди Србије - успостављање сарадње и улазак Србије у програм организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива
Оглашавање у тематским часописима (National Geographic, UNESCO, и сл.)	Оглас, адваторијал, интернет презентација	750.000	- подизање свести о туристичким потенцијалима Србије код циљне групе потрошача (култура, активни одмор, саштићена културна и природна добра) - привлачење туриста у Србију ради програма специјалних интересовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива
Оглашавање на интернет презентацијама медијских кућа (Euronews, Eurosport, и сл.)	Банери, посебне стране и сл.	750.000	- подизање свести и информисање стране јавности о туристичкој понуди Србије - позиционирање Србије као туристичке дестинације у свести потрошача - повећање броја туриста - повећање девизног прилива

Рок: периодично

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију и Конгресни биро

8. Подршка страним организаторима путовања и туристичким агенцијама
 У 2010. години планира се маркетиншка подршка страним организаторима путовања који организују туристичка путовања у Србију, као и њиховој продајној мрежи. Циљ ове подршке је побољшање пласмана програма за туристичка путовања у Србију и повећање броја туриста који организовано посећују Србију.

Врста подршке	Ангажовање	Буџет	Очекивани ефекти
Подршка издавању брошура у којима се нуди одмор у Србији	Финансијска подршка	2.000.000	- чвршћа сарадња са организаторима путовања - програми одмора у Србији у већем броју брошура иностраних организатора путовања - повећање броја туриста - повећање девизног прилива
Заједничко оглашавање	Оглашавање програма у медијима намењеним циљним групама туриста	1.000.000	- чвршћа сарадња са организаторима путовања - подизање свести и информисање стране јавности о програмима за одмор у Србији које нуде домицилни организатори путовања и агенције - повећање броја туриста - повећање девизног прилива

Рок: периодично

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију

III Координација активности локалних туристичких организација

1. Координација активности локалних туристичких организација одвијаће се кроз:

Активност	Ресурси	Буџет	Очекивани ефекти
- реализацију заједничких програма; - стручну и финансијску помоћ у подизању квалитета услуга по сегментима туристичке понуде; - стручну и финансијску помоћ у организовању догађаја и туристичких	ТОС и локалне туристичке организације	4.000.000	Јачање сарадње ТОС и локалних туристичких организација, у циљу реализације различитих пројеката

манифестација чији су организатори локалне туристичке организације; - одлазак добитника награде „Златне руке“ на студијско путовање у Словенију.			
сарадњу са локалним туристичким организацијама на плану унапређења сеоског туризма (упитник о новим сеоским домаћинствима, ажурирање базе података, обилазак нових домаћинстава), туристичке валоризације културног наслеђа Србије	База података локалних туристичких организација и ТОС	нису предвиђена посебна средства	Знатно повећање смештајних капацитета у сеоским домаћинствима. Ажурирање базе допринеће бољем увиду у смештајне капацитете и промоцију овог туристичког производа
рад на укључивању појединих туристичких производа у туристичку понуду туристичких агенција		100.000	Промовисање нових ресурса кроз појединачне туристичке програме и повећање броја домаћих туриста у домаћем туризму
сарадња са локалним туристичким организацијама у смислу промоције догађаја и манифестација у част грожђа и вина, као и са организаторима представљања брэнда српских вина, ракија и хране на појединачним фестивалима, салонима и изложбама, сарадња са ТО градова и општина на реализацији програмирања и постављања винске туристичке сигнализације у винским регионима		400.000	Даљи развој винског туризма у Србији и побољшање промотивних активности у вези брэнда српских вина. Постављање винске туристичке сигнализације ће омогућити бољи приступ винским путевима Србије.

Рок: током целе године

Извршилац: Одељење за истраживање и развој туристичког производа

IV Информисање и односи с јавношћу

Активност	Ресурси	Буџет	Очекивани ефекти
1. Информативни центри - отварање нових и опремање постојећих	5	2.000.000	Пружање туристичких информација и боља информисаност.
2. Постављање нове Интернет презентације ТОС, фебруар	Услуге програмера, текстописца на изради софтвера и садржаја сајта	525.000	Повећање броја посетилаца на сајту ТОС, јачање имиџа Србије, повећање интересовања за Србију као туристичку дестинацију.
- даље ажурирање Интернет презентације Конгресног бироа	2	180.000	Повећање броја партнера из индустрије који активно постављају своје информације на сајт. Одржавање сајта, побољшање дизајна и функционалности кроз постављање електронских интерактивних мапа, језичких варијација и отварања нових дестинација.
3. Кампања на Google сервисима и on-line маркетинг		525.000	Повећање броја посетилаца на сајту ТОС и ширења информација о Србији
4. Израда софтера за интерактивне стубове и њихово оспособљавање за рад		1.050.000	Већа информисаност грађана и туриста о Србији
5. Конференције за штампу, саопштења, гостовањем и давањем интервјуа електронским и писаним медијима			

Рок: током целе године

Извршилац: Одсек за односе с јавношћу, Конгресни биро

V. Туристичка сигнализација

Постављање туристичке сигнализације на граничним прелазима, на прилазу Београду и унутар ширег и ужег градског језгра.

Пројектна документација	Дозволе и сагласности	Метод рада	Буџет	Очекивани ефекти

За граничне прелазе документација постоји у Министарству економије и регионалног развоја	Прибавља ТОС	ТОС, МЕРР и локалне туристичке организације	3.020.000 Адаптација и поставка 10 табли на граничним прелазима	Правилно информисање и упућивање туриста према туристичким дестинацијама и инфо центрима
За Београд: израда допунске документације	За Београд: допунске дозволе у партнерству са ТОБ	За Београд: коришћење постојеће инфраструктуре у партнерству са ТОБ	За Београд: 232.000 Додатни чланак на постојеће носаче за инфо центре ТОС и ТОБ на пет табли – 5 улазних праваца	

VI Сарадња са органима и организацијама на домаћем и међународном тржишту

Орган/Организација	Активности/Сарадња	Буџет	Ресурси	Очекивани ефекти
Министарство економије и регионалног развоја	Штампање „Хотелског адресара“	450.000	- Одсек за истраживање и развој регија - Базе података МЕРР и ТОС	- Промоција адресара смештаја на домаћем и међународном тржишту и прављење нове базе података смештаја за нови сајт ТОС допринеће бољој информисаности туриста о смештају у Србији - Континуирана сарадња у складу са пројектним задацима, са заједничким циљем унапређења туристичке понуде, кроз размену информација или заједнички наступ и активност – учешће у изради публикације Зелена Србија, представљање у Baden Virtembergu, усклађивање мишљења код рада међународних институција – ЈЛИ, ДТК и др.

Министарство спољних послова		нису предвиђена посебна средства		Континуирана сарадња, посебно у областима где је МСП координатор радних група за туризам, као што је ЈЈИ
Завод за заштиту природе	Стручна помоћ у вези информација о заштићеним природним добрима од значаја за туризам Србије	нису предвиђена посебна средства	- Одсек за истраживање и развој регија - Документација РЗЗП	Промоција природних атракција на сајту ТОС и кампања „Зелена Србија“
Републички завод за статистику	Провера и ажурирање постојеће базе података смештајних капацитета	нису предвиђена посебна средства	- Одсек за истраживање и развој регија - Базе података РЗЗС и ТОС	Реалнији статистички показатељи туристичког промета (број гостију и број ноћења) у Србији
Аутомато савез Србије	Размена информација и достава информативно-пропагандних средстава ТОС-а појединим пунктовима и центрима АМСС на граничним прелазима	нису предвиђена посебна средства	- Одсек за истраживање и развој регија - База података АМСС и промотивни материјал ТОС	Промоција туристичке понуде Србије на граничним прелазима и боља укупна информисаност моторизованих домаћих и иностраних туриста
Амбасаде и конзуларна представништва Србије у иностранству	-Дистрибуција информативно-пропагандних средстава ТОС-а -Достава информација у вези туристичке понуде Србије	нису предвиђена посебна средства	- Одсек за истраживање и развој регија - Информације, Базе података информативно-пропагандна средства ТОС	Пошто ТОС нема своја представништва у иностранству, ово је један од начина за промоцију туризма Србије
Привредна комора Србије	Сарадња у Радној групи за валоризацију	нису предвиђена	- Одсек за истраживање и	Категоризација, класификација и валоризација манифестација у Србији допринеће бољем увиду у

	манифестација	посебна средства	развој регија - Базе података ПКС и ТОС	потенцијале и промоцију овог туристичког производа и сви други пројекти који подразумевају сарадњу привреде и промоције - учешће у раду групација за наутику, нпр
Кампинг асоцијација Србије	Штампање Туристичке карте кампова	200.000	- Одсек за истраживање и развој регија - Базе података КАС и ТОС	Промоција кампова Србије на домаћем и међународном тржишту
Савез аматера Србије	Сарадња у вези манифестација народног стваралаштва	нису предвиђена посебна средства	- Одсек за истраживање и развој регија - Базе података САС и ТОС	Координација са организаторима манифестација народног стваралаштва, стручна помоћ приликом дефинисања садржаја манифестација и едукација нових организатора
Спортски савез Србије, Удружење бања Србије, YUTA, АТАС, САЦЕН и др.	Координација у вези манифестација (публикација Календар приредби, сајт ТОС-а итд.)	нису предвиђена посебна средства	- Одсек за истраживање и развој регија - Базе података организација, удружења и ТОС	Информисање домаће и иностране јавности у вези манифестација у Србији
Министарство културе	Сарадња на развоју и истраживању производа културног туризма о културним добрима од значаја за туризам Србије	нису предвиђена посебна средства	- Одсек за истраживање и развој регија - База података Министарства културе и Републичког завода за заштиту споменика културе	Категоризација, класификација и валоризација културних добара у Србији допринеће бољем увиду у потенцијале и промоцију овог туристичког производа; Одрживи развој производа културног туризма; Информисање домаће и иностране јавности у вези са производима културног туризма; Заједничка промоција производа културног туризма
Завод за заштиту споменика културе	- Стручна помоћ у вези информација о заштићеним културним	нису предвиђена посебна	- Одсек за истраживање и развој регија	- Промоција културних атракција на сајту ТОС и осталом промотивном материјалу ТОС (брошуре, флајери, итд.)

	добрима од значаја за туризам Србије - Сарадња са заводима за заштиту у чијој надлежности су археолошки локалитети и непокретна културна добра од посебног значаја	средства	- Документација РЗЗСК	- Развој производа културног туризма
ЈП „Скијалишта Србије“	Сарадња у промоцији скијалишта и формирању специјалних цена пакета ски пасова за организоване групе	нису предвиђена посебна средства	Одсек за међународну промоцију и сарадњу	- улазак Србије у програме зимског и летњег одмора на планинама - већа конкурентност српских ски центара - повећање броја туриста у производу Планински туризам - повећање девизног прилива
Произвођачи сувенира, удружење старих заната	Организовање сајмова сувенира, стручних предавања и округлих столова	150.000	Локалне туристичке организације, произвођачи, удружења, факултети	Квантитативно и квалитативно унапређење сувенирске производње и пласмана
СИЕРА	Сарадња на међународној промоцији у оквиру посебних догађаја (Шангај)	нису предвиђена посебна средства	Одсек за међународну промоцију и сарадњу	Представљање Србије на изложби Ехро у Шангају
Министарство унутрашњих послова и локалне службе	Сарадња око постављања туристичке сигнализације на – граничним прелазима и прилазу Београду и посебне сигнализације Европског пута културе			

	Трансроманика у Србији			
ЈАТ	Уговор о сарадњи у вези са промоцијом на иностраном тржишту	ЈАТ даје попуст на авио карте и превоз материјала, ТОС обезбеђује промоцију ЈАТ-а на сајмовима и у пропагандним средствима	Одсек за међународну промоцију и сарадњу	- синергија у промоцији на међународном тржишту - смањивање трошкова промоције за оба партнера
ЖТП	Размена информација и достава информативно-пропагандних средстава ТОС и ЖТП, места дистрибуције материјала: веће железничке станице и возови ЖТП Сарадња у промоцији на иностраном тржишту (приликом организовања студијских посета)	нису предвиђена посебна средства	База података ЖТП и ТОС и промотивни материјал ТОС Одсек за међународну промоцију и сарадњу	Промоција туристичке понуде Србије на домаћем и иностраном тржишту и боља укупна информисаност домаћих и иностраних туриста који користе услуге ЖТП - синергија у промоцији на иностраном туристичком тржишту - смањивање трошкова промоције
Управа царине	Сарадња у промоцији на иностраном тржишту			
Средства јавног информисања	Континуирана сарадња у области информисања и промоције		Одсек за односе са јавношћу	Повећана присутност у јавности и јачање имиџа Србије и ТОС.

Министарство пољопривреде	Заједничке активности у промоцији туристичког производа сеоски туризам	нису предвиђена посебна средства	Регионални центри за рурални развој и ТОС	Унапређење и развој туристичког производа сеоски туризам
---------------------------	--	----------------------------------	---	--

Рок: током целе године

Извршилац: Одељење за истраживање и развој туристичких производа и Конгресни биро, Одсек за за истраживање и развој туристичких регија, Одсек за односе с јавношћу, Одсек за међународну промоцију и сарадњу

2. Сарадња са међународним организацијама и асоцијацијама из области туризма:

Активности	Ресурси	Буџет	Очекивани ефекти
Сарадња се Danube Competence Center за подручје Доњег Подунавља које обухвата 5 земаља (Хрватска, Србија, Бугарска, Румунија и Украјина), чије седиште је у просторијама ТОС.	1	Нису предвиђена посебна средства	Јачање регионалне сарадње, развијање дунавског туристичког потенцијала и туристичких производа.

3. Чланство у међународним организацијама и асоцијацијама представља изузетно значајан облик међународне сарадње у области туризма јер омогућава активно учешће у раду међународних организација, наше присуство у заједничким брошурама и web презентацијама. ТОС ће као члан учествовати у раду и сарађивати са следећим организацијама:

Активности	Ресурси	Буџет	Очекивани ефекти
Европском туристичком комисијом ЕТС	2	2.803.500	Размена знања и искустава, које служи и као основа за разрађивање заједничких активности, кроз Пан-европске производе или заједничка регионална иступања. Сарадњом са овом организацијом омогућена је директна размена искустава на семинарима и конференцијама: могућност маркетиншке промоције на одабраним прекоморским тржиштима: подршка у коришћењу нове информативне технологије у

			области туризма, коришћење података из спроведених истраживања, увршћивање у јединствен систем протока информација кроз портал европских туристичких дестинација. ТОС покушава да се активније укључи у рад MTN групе ЕТС-а кроз учешће на тим састанцима.
Дунавском туристичком комисијом ДТК	2	2.520.000	Кроз сарадњу са ДТК, врши се промоција наше земље као дела јединствене понуде, размењују се и примењују информације и искуства; представницима туристичке привреде се представљају новитети у понуди, што све води обogaћивању саме понуде, довођењу нових туриста, њиховом дужем задржавању у нашој земљи, афирмацији нових дестинација, оживљавању привреде, отварању нових радних места и др.
Европским удружењем туристичких аутобуса – РДА	1	55.000	- приступ и присутност у бази података - учешће на Workshop-у у Келну - ефекти промоције
Међународном асоцијацијом конгреса и специјализованих скупова ICCA/International Congress and Convention Association	3	270.000	Приступ бази података о свим асоцијацијама у свету. Приступ едукативним документима и контакти са сличним организацијама у свету
Међународном асоцијацијом за маркетинг дестинација DMAI/Destination Marketing Association International	1	30.000	Приступ едукативним документима и контакти са сличним организацијама у свету
Међународна асоцијација професионалних организатора састанака MPI/Meeting Professionals International	2	10.000	Приступ едукативним документима и контакти са сличним организацијама у свету

Црноморско-економском иницијативом BSEC		нису предвиђена посебна средства	Консултације и размена информација са МЕРП
Јонско-јадранском иницијативом		нису предвиђена посебна средства	Консултације и размена информација са МЕРП
Међународном асоцијацијом Трансроманика		525.000 чланарина	- Промоција производа културног туризма Србије на иностраном тржишту; - Сарадња са члановима Асоцијације у циљу побољшања туристичке понуде на путу културе Савета Европе „Трансроманика“
WCTE (Вино-култура-туризам-размена) Савета Европе	- Одсек за истраживање и развој туристичких производа - МЕРП	Посебна средства	Укључивање Србије у европске путеве вина и културе
SEE Међународна фондација за умрежавање винских путева и путева културе (аплицирање за средства у износу од 26.250.000 у Програму за транснационалну сарадњу Југоисточне Европе)	- Одсек за истраживање и развој туристичких производа - МЕРП	Посебна средства (ако пројекат прође у износу од 3.937.500)	Заједно са још 4 земље из региона (Словенија, Хрватска, Македонија и Босна и Херцеговина) даљи развој путева вина и културе појединачно по земљама, и регионално на обједињавању истих

Рок: током целе године

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију, Конгресни биро и Одељење за истраживање и развој туристичког производа

4. Организовање и подршка међународним скуповима који ће се у 2010. години одржати у нашој земљи:

2.000.000 динара – Подршка у процесу подношења кандидатуре, покривање трошкова боравка у Србији особа које доносе одлуке о домаћину скупа у међународним асоцијацијама, набављање промо материјала, помоћ приликом инспекција дестинације, слање локалних чланова на међународне скупове у циљу промоције кандидатуре, покретање „Амбасадор програма“

Извршилац: Одсек за међународну сарадњу и промоцију и Конгресни биро

VII Издавачка делатност

Промотивни материјал ТОС (брошуре, публикације, каталози, мапе, флајери, рекламне кесе, фасцикле, сувенири и др.) дистрибуира се бесплатно преко инфо центара, на сајмовима, специјализованим манифестацијама, преко дипломатско-конзуларних представништава у иностранству. На захтев државних органа и других заинтересованих организација, ТОС обезбеђује промотивни материјал за међународне скупове и делегације.

У 2010. години планира се репринт, иновирање и допуна, као и издавање нових публикација ТОС:

Врста	Назив		Језичка варијанта	Тираж
Брошура	„Активни одмор у Србији“	Репринт	Српски, енглески, немачки	10000
	„Календар природби“	Иновирање и допуна	Српски, енглески	6000
	„Хотелски адресар“	Иновирање и допуна	Двојезично издање (енглеско-немачки)	3000
Билтен	„Билтен ТОС-а“	Иновирање и допуна	Српски (летњи+зимски билтен по 1000 ком.)	2000
Мапа	„Карта кампова“	Репринт	Тројезично издање (српски, енглески, немачки)	6000
Мапа	„Трансроманика-романичка уметност у Србији“	Репринт	Српски, енглески, немачки, италијански, јапански	27000
Брошура	„Дунав Highlights“	Репринт	Енглески, немачки, српски	11000
Брошура	„Дунав инфо“	Репринт	Енглески, немачки	8000
Брошура	„Србија“ – општи проспект	Ново	Српски, енглески, немачки, француски, јапански, шпански, италијански, руски	26000
Брошура	„Србија“ – општи проспект	Репринт	Српски, енглески, немачки, француски, јапански, шпански, италијански, руски	20000
Брошура	„Србија за младе“	Ново	Српски, енглески, немачки, француски, словеначки, шпански, руски, италијански	25000
Брошура	„52 викенда у Србији“	Репринт	Српски, енглески, немачки, словеначки	14000
Брошура	„52 викенда у Србији“ – новински папир	Репринт	Српски, енглески, немачки, мађарски, румунски	20000
Мапа	„Туристичка карта Србије“	Ново	Српски, енглески, немачки, француски, италијански, јапански, руски, кинески	60000
Брошура	„Сеоски туризам Србије“	Репринт	Српски, енглески	10000
Брошура	„Путеви вина Србије“	Репринт	Српски, енглески, немачки, француски, руски, италијански	17000
Мапа	„Путеви вина Србије“	Ново	Српски, енглески	13000

Мапа	„Пут културе римских императора“	Репринт	Српски, енглески, немачки, италијански, јапански	23000
Мапа	„Мапа манастира“	Репринт	Српски, енглески, немачки, италијански, јапански	32000
Брошура	„УНЕСКО споменици културе у Србији“	Ново	Енглески, немачки, јапански	11000
Брошура	„Дворски комплекс“	Репринт	Српски, енглески	20000
Брошура	Meeting Planners Guide	Ново	Енглески	1000
Брошура	„Путеви културе Србије“	Репринт	Српски, енглески, немачки, италијански, јапански	13000
A4	КЕСЕ			5000
	ФАСЦИКЛЕ		Српски, енглески	5000
	МЕМОРАНДУМИ		Српски, енглески	7300
	ПОСТЕРИ		Ћирилица, енглески	40000
Брошура	„Зелена Србија“ – радни назив	Ново	Српски, енглески, немачки, француски, италијански, словеначки	12000
Лифлет				5000
Лифлет	„Цар Константин“			6000
УКУПНО БУЏЕТ				12.000.000

Рок: током целе године

Извршилац: Одсек за истраживање и развој туристичких регија, Одељење за истраживање и развој туристичких производа, Одсек за односес јавношћу и Конгресни биро

VIII Програми едукације:

а) организовање програма едукације за представнике конгресне индустрије у сарадњи са Пројектом за развој конкурентности USAID.

Број слушалаца	Број часова	Буџет	Очекивани ефекти
30 (са партнерима из конгресне индустрије Србије)	32 сата	100.000 уз сарадњу са USAID Competitiveness пројектом у Србији	Боље разумевање активности конгресног бироа од стране индустрије, упознавање процеса подношења кандидатура, наступа на специјализованим пословним сајмовима, са захтевима тржишта о формама и садржинама инсентив понуде, активније прикупљање статистичких података.

б) Учешће на E-Business Academy семинару у организацији ЕТЦ

Број слушалаца из ТОС	Број часова	Буџет	Очекивани ефекти
2	24	105.000	Упознавање са новим технологијама у туризму и примени и утицају online маркетингу.

Рок: периодично

Извршилац: Одељење за истраживање и развој туристичких производа и Конгресни биро

IX Сувенири

У оквиру Туристичке организације Србије отворена је сувенирница која послује по принципу комисионе продаје робе. Поред комисионе продаје, планира се и производња сопствених сувенира за које је потребан буџет од 2.000.000 динара.

Пројекат везан за национални сувенир, савременог дизајна испирисан културном баштином и његова израда.

Потребан буџет 1.000.000 динара

Рок: током целе године

X Нормативна активност:

- а) измене и допуне Правилника о раду
- в) израда Правилника о систематизацији радних места у ТОС-у

Рок: јануар-март

Извршилац: Сектор за финансијске, правне и административне послове

ПОЛИТИКА РАДНЕ СНАГЕ И ЗАРАДА

1. Политика радне снаге

Број запослених у 2009. и пројекција броја запослених за 2010. годину приказана је у следећим табелама:

Планом рада ТОС за 2010. годину планира се запошљавање два нова радника.

Попуњавање једног радног места односи се на на обавезу уведену новим Законом о јавним набавкама, да наручиолац има службеника за јавне набавке који је положио испит и има потребан сертификат.

У ТОС постоји систематизовано, а непопуњено место предвиђено за обављање послова јавних набавки.

Послове службеника за јавне набавке обавља помоћник директора (једини правник), који је од стране директора овлашћен за потписивање аката везаних за рад и пословање Туристичке организације Србије.

С обзиром на природу посла ТОС и често службено одсуствовање директора, једно лице обавља послове службеника за јавне набавке, а појављује се и као наручилац у јавним набавкама (овлашћено је за потписивање аката).

Коефицијент овог радног места је 2.53.

Друго радно место које се попуњава је радно место „магационер“.

Радно место је ситематизовано, а непопуњено

ТОС годишње штампа брошуре, мапе и остали промотивни материјал у вредности око 12.000.000,00 динара.

С обзиром на велики број разног штампаног материјала, чињеницу да се брошуре ТОС бесплатно деле на сајмовима, манифестацијама, дистрибуирају дужавним органима, дипломатско-конзуларним представништвима у иностранству, што подразумева, поред вођења евиденције о примљеној роби и стању, и обавезу паковања и дистрибуције, постоји потреба за попуњавањем овог радног места.

Коефицијент овог радног места је 1.49.

Структура запослених кадрова

Р бр	Област	Стање 31.12.2009. године	Планирано запошљавање у 2010. години	Укупан број запослених у 2010. години
1	Основна делатност	28		28
2	Администрација	4	2	6
3	Руководство	1		1
Укупно		33	2	35

У ТОС систематизована су 43 радна места, од чага је попуњено 35 радних места, с тим што се једна радница налази на трудничком боловању, а на њено место запослена је замена на одређено време.

Кадрови по квалификационој структури

Р бр	Област	Стање 31.12.2009. године	Планирано запошљавање у 2010. години	Укупан број запослених у 2010. години
1	ССС	10	1	11

2	BC	4		4
3	BCC	18	1	19
4	Магистри	1		1
Укупно		33	2	35

2. Политика зарада

Планирано кретање зарада запослених и директора за период 01.01-31.12 2010. године:

Месец	Стално запослени	Ново запослени	Директор	Укупно бруто Б1	Ангажована средства Б2
Јануар	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Фебруар	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Март	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Април	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Мај	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Јун	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Јул	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Август	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Септембар	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Октобар	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Новембар	2.340.996	95.716	233.072	2.669.784	3.147.676
Децембар	2.340.999	95.720	233.072	2.669.791	3.147.676
Укупно	28.091.955	1.148.596	2.796.864	32.037.415	37.772.112

План зарада за 2010. годину је урађен за 35 запослена радника. У односу на 2009 дошло је до повећања броја запослених за 2 радника.

У ТОС директор је једино лице које именује Влада.

ТОС за обрачун плата примењује основицу за обрачун плата која је утврђена за државне службенике и намештенике и која износи 16.049 динара.

Према важећем Правилнику о унутрашњој организацији и систематизацији радних места у Туристичкој организацији Србије, коефицијент за обрачун плате директора износи 9.

У складу са наведеним мерилима нето плата директора ТОС износи 144.441 динар месечно (9 коефицијент x 16.049 основица).

У табели „Политика зарада“ планирана је бруто плата директора у износу од 233.072 динара на следећи начин:

- 144.441 динара нето плата директора 9 (коефицијент) x 16.049 (основица)
- 21.377 динара минули рад 37 година x 0.4% по години= 14.8%)
- 27.968 динара порез на зараде
- 24.142 динара допринос за ПИО на терет запосленог
- 13.498 динара допринос за здравствено на терет запосленог
- 1.646 динара допринос за незапосленост на терет запосленог.

Просечна нето зарада у ТОС износи 55.553.70 динар-нето.

У 2010. години планира се закључивање ауторских уговора са правним и физичким лицима за откуп фотографија, израду текстова, идејних и графичких решења за публикације и брошуре, дизајн штандова за сајмове, преводе текстова и др.

Такође се планира и ангажовање лица за пружање специјализованих услуга, стручна и техничка помоћ у време одржавања сајмова, конференција за штампу и др.

3. Критеријуми за одређивање и висина накнаде Управном и Надзорном одбору

У складу са одлуком Управног одбора, накнада за рад председника износи 41.173 динара, а за чланове Управног одбора 34.311 динара.

Према Закону о туризму („Службени гласник РС“, број 36/09), ТОС има 5 чланова Управног одбора (председника и 4 члана од којих један не прима накнаду).

У складу са одлуком Надзорног одбора, накнада за рад председника износи 41.173 динара, а за чланове Надзорног одбора 34.311 динара.

Према Закону о туризму („Службени гласник РС“, број 36/09), ТОС има 3 члана Надзорног одбора (председника и 2 члана).

ТОС поседује два путничка возила. Возила се користе у складу са Правилником о коришћењу службених возила Туристичке организације Србије.

Општим актима ТОС није предвиђена могућност исплаћивања бонуса и коришћења кадровских станова за службене потребе.

У ТОС не постоје ткз. менаџерски уговори и друга акта којима су утврђене посебне привилегије у току трајања и по престанку радног односа директора.

ПРЕДСЕДНИК УПРАВНОГ ОДБОРА

Бојан Зечевић

