



PREDLOG

PROGRAMA RADA I FINANSIJSKOG PLAN TURISTIČKE ORGANIZACIJE ULCINJ ZA 2023.godinu



SoulAdventur

Ulcinj, Decembar 2022

OSNIVANJE

Turistička organizacija opštine Ulcinj je osnovana na osnovu člana 7 Zakona o turističkim organizacijama („S1.list. RCG“ br. 11/04) i člana 13 stav 1 tačka 1 Odluke o osnivanju Turističke organizacije Opštine Ulcinj („S1.list. CG – opštinski propisi“, br. 5/07 od 30.11.2007. godine)

DJELATNOST

Zadaci Turističke Organizacije su:

- 1) Unapređenje i promocija izvornih vrijednosti područja opštine Ulcinj u funkciji razvoja turizma;
- 2) Stvaranje uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji opštine Ulcinj;
- 3) Saradnja sa pravnim licima, fizičkim licima, udruženjima i nevladinim organizacijama koje za predmet poslovanja imaju turističku i ugostiteljsku ili njoj komplementarnu djelatnost u cilju dogovaranja, utvrđivanja i sprovođenja politike razvoja turizma i poboljšanja uslova boravka turista na teritoriji opštine Ulcinj;
- 4) Izrada turističko-propagandnog i drugog informativnog materijala;
- 5) Podsticanje, koordiniranje i organizovanje kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih i drugih manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude;
- 6) Pružanje informacija gostima o raspoloživim smještajnim kapacitetima u primarnim i komplementarnim ugostiteljskim objektima, ugostiteljskim objektima za pružanje usluge pripremanja i usluživanja hrane i pića i kapacitetima privatnog smještaja, kulturnim manifestacijama, događajima i drugim servisnim informacijama o turističkim uslugama na teritoriji opštine Ulcinj;
- 7) Pružanje informacija o radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovine i drugih informacija potrebnih za boravak turista;
- 8) Posredovanje i pružanje pomoći prilikom rezervacije i davanje informacija o smještajnim kapacitetima ako u turističkom mjestu za koje je osnovana turistička organizacija ne postoji registrovana turistička agencija;
- 9) Dostavljanje prijave i odjave boravka u skladu sa zakonom;
- 10) Podsticanje aktiviranja područja opštine koja nijesu ili su nedovoljno uključena u turistički promet;
- 11) Podsticanje i organizovanje akcija usmjerenih na zaštitu i očuvanje turističkog prostora, životne sredine i kulturnog nasljeđa;
- 12) Realizovanje programa aktivnosti boravka studijskih grupa i novinara na teritoriji svog djelovanja;
- 13) Vođenje evidencije u cilju kontrole izdavanja i korišćenja smještajnih jedinica u kondo hotelima i vikend stanovima, u saradnji sa organima lokalne uprave i sačinjavanje izvještaja koji najmanje dvomjesečno dostavlja Ministarstvu;
- 14) Sačinjavanje baze podataka obaveznih članova organizacije na teritoriji opštine Ulcinj;
- 15) Organizovanje turističko-informativnih biroa u turističkim mjestima, za koje ocijeni potrebu;
- 16) Prikupljanje i obrada podataka (dnevna, nedjeljna i mjesečna) o turističkom prometu i njihovo strukturi na području opštine, kao i izrada mjesečnog izvještaja o turističkom prometu za potrebe nadležnog organa za poslove statistike i Nacionalne turističke organizacije;
- 17) Vođenje evidencije o naplati boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosu;

- 18) Procjena neobuhvaćenog turističkog prometa na nivou opštine Ulcinj u skladu sa metodologijom koju propisuje Ministarstvo;
- 19) Saradnja sa organima opštine u cilju donošenja i sprovođenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine Ulcinj;
- 20) Saradnja sa lokalnim udruženjima i nevladinim organizacijama iz oblasti turizma i ugostiteljstva i njima komplementarnim djelatnostima;
- 21) Saradnja sa drugim lokalnim turističkim organizacijama u Crnoj Gori;
- 22) Sprovođenje anketa i drugih istraživanja u cilju utvrđivanja ocjene kvaliteta turističkog proizvoda na teritoriji opštine Ulcinj;
- 23) Izrada izvještaja i informacija za potrebe Nacionalne turističke organizacije;
- 24) Dostavljanje godišnjeg plana za unaprjeđenje i razvoj turizma na uvid i odobrenje Nacionalnoj turističkoj organizaciji;
- 25) Obavljanje i drugih poslova u cilju promocije turističkog proizvoda na teritoriji opštine Ulcinj;
- 26) Saradnja sa istim ili sličnim organizacijama van Crne Gore.

ORGANI ORGANIZACIJE

Organi Organizacije su:

1. Skupština – ima 33 članova
2. Izvršni odbor – ima predsjednika i 6 članova, koje bira skupština Organizacije.
3. Nadzorni odbor – ima predsjednika i 2 člana.
4. Predsjednik – dužnost Predsjednika Turističke organizacije obavlja predsjednik Opštine Ulcinj.
5. Mandat organa organizacije traje 4 (četiri) godine.

PRIHODI

Organizacija ostvaruje prihode iz sljedećih izvora:

1. Boravišne takse, u skladu s posebnim zakonom,
2. Članskog doprinosa, u skladu s posebnim zakonom,
3. Turističke takse, u skladu sa posebnim zakonom,
4. Sredstava buđžeta,
5. Dobrovoljnih priloga (donacija),
6. Kredita,
7. Iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

ZAPOSLENI

TO Ulcinj trenutno zapošljava 10 (13) stalno zaposlenih, a u sezoni zapošljavamo na određeno vrijeme i do 70 (55+15)osoba, zavisno od obima posla.

OSNOVNA SREDSTVA

Osnovna sredstva TO Ulcinj: kompjuterska i telekomunikaciona oprema u poslovnim prostorima 5 (pet) Turističko informativnih punktova u vlasništvu TO Ulcinj, i oprema u 2 (dva) iznajmljenih poslovna prostora, foto arhiva, jedan putnički automobil – Opel Insignia, a sve to se konstataže godišnjim popisima.

UVOD

Program rada Turističke organizacije urađen je na osnovu djelatnosti predviđenih Zakonom o turističkim organizacijama, Smjernicama NTO CG, Odlukom o osnivanju i Statutom Turističke organizacije Opštine Ulcinj.

Turistička organizacija Opštine Ulcinj će u 2023.godini sprovesti brojne aktivnosti iz djelokruga svog poslovanja, koji će se odnositi na razvoj turističkog proizvoda, povećanje kvaliteta turističke ponude, promocije preko digitalnog marketinga, kako štampanog tako i u elektronskom obliku na društvenim mrežama i internet kanalima.

Uloga Turističke organizacije Opštine Ulcinj u narednom periodu biće sveobuhvatna promocija turističke regije Ulcinjske opštine kao destinacije sa raznovrsnim i kvalitetnim turističkim proizvodom, informisanje turista, brojne manifestacije, promotivni nastupi sa NTO Crne Gore i LTO-a, medijske kampanje, realizacija strategije rasta i razvoja turizma shodno programima Ministarstva ekonosmkog razvoja i smjernicama Nacionalne turističke organizacije. Opština Ulcinj i TO-Ulcinj će i ove godine kao svake godine obavljati osnovnu, informativnu propagandu djelatnosti i saradivati sa svim subjektima sa područja opštine Ulcinj za zastupanje interesa turističke privrede u okviru funkcija i ovlašćenja Turističke organizacije.

Izrada programa rada bazirana je na analizi ostvarenih rezultata u prethodnim godinama, stanja na emitivnim tržištima, statističkim podacima po broju dolazaka turista, turističkih trendova na svjetskoj privredi, saradnje sa lokalnim privrednicima kao i raspoloživih sredstava u budžetu. Učestalom i svestranim promotivnim aktivnostima i nastupima, reklamno propagandnim materijalom, predloženim manifestacijama, turističkom infrastrukturom i ostalim aktivnostima Turistička organizacija Ulcinj će i dalje nastojati da svojim aktivnostima doprinosi boljoj valorizaciji i promociji opštine Ulcinj.

Predlog je da treba diversifikovati ponudu u turizmu, uvođenjem dodatnih sadržaja. Tako bi se kapaciteti turistički koristili tokom cijele godine, i ne bi postojala prenaručnost i opterećenost kapaciteta u sezoni. Putem adekvatnih ponuda kroz program trudićemo se da turiste preusmjerimo i na druge vidove turizma, ne samo na ljetnji/kupališni, jer Ulcinj ima potencijala za ponudu koja bi mogla trajati cijele godine, a to su poznate turističke destinacije „Ada Bojana“, Velika plaža, Stari grad, Šasko jezero, uvala Valdanos, Ulcinjska solana i druge prirodne lepote ovoga grada.

Ekoturizam je prepoznat kao jedan od vidova turizma koji direktno idu u prilog održivosti. Preme tome kroz program pokušaćemo da stvorimo uslove, obezbjediti infrastrukturu za valorizaciju svih prirodnih lepota i kulturno istorijskih dobara, i da tu ponudu predstavimo ciljnim grupama preko marketinških instrumenata.

Od 2015.god. TO Ulcinj je počela sa stvarenjem svog brenda “SoulAdventure”. Tako da će veći akcenat programa rada će biti preusmjeren i u ovom pravcu.

Ulcinj je mjesto sa milion duginih boja , mjesto sa dušom i tradicijom, te kada ga bilo ko posjeti , osjetiće njegov nevidljiv zagrljaj, koji vas miluje, grije svojim suncem i koji vas osvježava u hladu od borova i maslinjaka a na mekanom tepihu od pjeska na pjeni od mora. Ulcinj nudi sve !

STATISTIČKI I FINANSIJSKI PODACI ZA PERIOD

01.01.2022 DO 30.11.2022

DOLASCI TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA U OPŠTINI

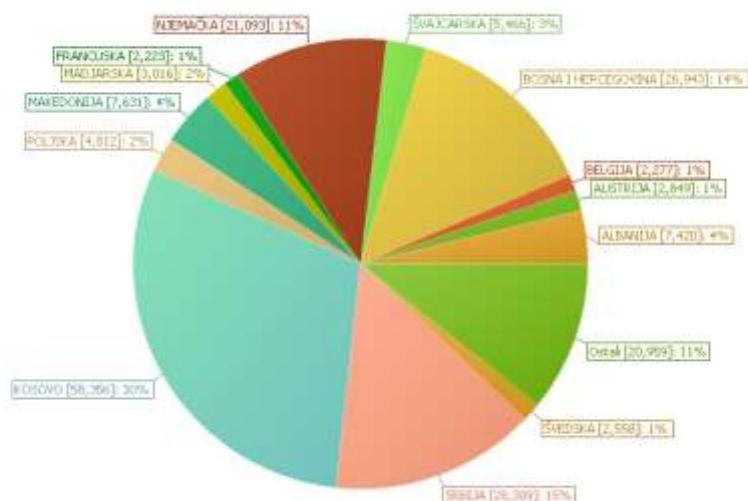
| Vrsta smještaja | Dolasci turista | Ostvarena noćenja | Index dolasci | Index ostvareih noćenja |
|---|-----------------|-------------------|---------------|-------------------------|
| Ukupno | | | | |
| Kolektivni smještaj (hoteli slični smještajni kapaciteti) | 74.937 | 349.597 | 116,80 | 86,23 |
| Privatni smještaj | 220.040 | 1.122.734 | 123,06 | 123,52 |
| Ukupno | 294.977 | 1.472.331 | 121,41 | 112,02 |

| UKUPAN BROJ DOLAZAKA TURIST I OSTVARENIH NOĆENJA U OPŠTINI HOTELI-PRIVATNI SMJEŠTAJ | | | | |
|--|----------------|------------------|---------------|---------------|
| | Dolasci | Ostvarena noćenj | Index dolaska | Index noćenja |
| JANUAR | 1.267 | 10.455 | 146,13 | 143,23 |
| FEBRUAR | 1.478 | 10.728 | 118,52 | 113,09 |
| MART | 1.770 | 12.439 | 155,12 | 129,14 |
| APRIL | 2.447 | 14.932 | 130,62 | 143,17 |
| MAJ | 9.353 | 39.632 | 154,07 | 177,06 |
| JUN | 28.188 | 137.698 | 177,71 | 202,38 |
| JUL | 100.830 | 498.915 | 113,41 | 112,15 |
| AVGUST | 116.886 | 565.712 | 108,47 | 94,43 |
| SEPTEMBAR | 24.963 | 127.546 | 161,88 | 114,83 |
| OKTOBAR | 5.831 | 37.276 | 248,33 | 217,07 |
| NOVEMBAR | 1.964* | 16.998* | 134,15* | 114,09* |
| DECEMBAR | / | / | / | / |
| | 294.977 | 1.472.331 | 121,41 | 112,02 |

*novembar po program RB90 TOU

*DOLASCI TURISTA U OPŠTINI PO DRŽAVAMA, OSTVARENA NOCENJA I PROCENTUALNO UČEŠCE

Broj gostiju po državama (01.01.2022-30.11.2022)



Dolsci i ostvarena noćenja stranih turista u opštinu - STRUKTURA GOSTIJU

| | Naziv zemlje pripadnosti | Broj gost. Dol | broj noćenja | Prosječan bor.u danima | STRUKTURA% | | INDEX% | |
|---------------------------|-----------------------------|-------------------|--------------|---------------------------|------------|---------|---------|---------|
| | | | | | turisti | noćenja | turisti | noćenja |
| UKUPNO* | 193.949 | 1,122,795 | | | | | | |
| CRNA GORA | 1.574 | 7.733 | 4.91 | 0.80% | 0,69% | 44,46 | 42,49 | |
| INOSTRANSTVO | 192.375 | 1.115.062 | 5.49 | 99.2% | 99.31% | 104,20 | 104,22 | |
| EVROPA | | | | | | % | % | |
| 1 ALBANIJA | 7.436 | 43.281 | 5.82 | 3.83% | 3.85 % | 76,16 | 83,81 | |
| 2 AUSTRIJA | 2.849 | 14.868 | 5,21 | 1.46% | 1.25 % | 111,81 | 109,14 | |
| 3 BELGIJA | 2.277 | 11.396 | 5,00 | 1.17% | 1.01 % | 106,95 | 94,55 | |
| 4 BJELOGRADSKA | 168 | 1.224 | 7,28 | 0.08% | 0.05 % | 188,76 | 210,30 | |
| 5 BOSNA I HERCEG. | 26.945 | 140.810 | 5,22 | 13.89 % | 12,54 % | 96,13 | 96,60 | |
| 6 BUGARSKA | 119 | 673 | 5,65 | 0.06 % | 0.06 % | 60,40 | 75,95 | |
| 7 ČEŠKA REPUBLIKA | 1.099 | 7.630 | 6,94 | 0.56 % | 0.68 % | 152,85 | 163,27 | |
| 8 DANSKA | 382 | 1.940 | 5,07 | 0.19 % | 0.17 % | 155,28 | 145,75 | |
| 9 ESTONIJA | 55 | 305 | 5,54 | 0.02% | 0.03 % | 166,66 | 158,03 | |
| 10 FINSKA | 500 | 2.945 | 5,89 | 0.25 % | 0.26 % | 207,46 | 256,08 | |
| 11 FRANCUSKA | 2,223 | 10.562 | 4,75 | 1.14 % | 0.94 % | 109,94 | 107,79 | |
| 12 GRČKA | 56 | 252 | 4,50 | 0.02% | 0,02 % | 193,10 | 252,00 | |
| 13 HOLANDIJA | 1,156 | 7.709 | 6,66 | 0.59% | 0.64 % | 99,91 | 112,67 | |
| 14 HRVATSKA | 978 | 5.868 | 6,00 | 0.50% | 0.52 % | 116,84 | 118,30 | |
| 15 IRSKA | 134 | 1.228 | 9,16 | 0.06% | 0.11 % | 191,42 | 222,06 | |
| 16 ISLAND | 15 | 62 | 4,13 | 0.00% | 0.01 % | 83,33 | 6,54 | |
| 17 ITALIJA | 1.126 | 5,200 | 4,61 | 0.58 % | 0.46 % | 167,31 | 162,95 | |
| 18 KOSOVO | 58.368 | 278.338 | 4,76 | 30,09% | 24,79 % | 103,06 | 101,49 | |
| 19 LETONIJA | 43 | 270 | 6,27 | 0.02% | 0.02 % | 130,30 | 145,94 | |
| 20 LIHTENŠTAJN | 5 | 34 | 7,00 | 0.00% | 0.00 % | 71,42 | 89,47 | |
| 21 LITVANIJA | 486 | 2.458 | 5,05 | 0.25% | 0.22 % | 382,67 | 370,18 | |
| 22 LUKSEMBURG | 471 | 2.943 | 6,24 | 0.24% | 0.26 % | 84,71 | 74,31 | |
| 23 MADJARSKA | 3.016 | 16.383 | 5,43 | 1.55% | 1,46 % | 128,39 | 121,88 | |
| 24 MAKEDONIJA | 7.631 | 44.055 | 6,77 | 3,93% | 3,92 % | 109,90 | 103,18 | |
| 25 MOLDAVIJA | 96 | 609 | 6,34 | 0.04% | 0.05 % | 65,75 | 53,89 | |
| 26 NJEMAČKA | 21.093 | 121.270 | 5,74 | 10,87% | 10,80 % | 109,17 | 109,29 | |
| 27 NORVEŠKA | 849 | 5,798 | 6,82 | 0.43% | 0.52 % | 172,56 | 179,39 | |
| 28 POLJSKA | 4,813 | 32.575 | 6,76 | 2,48% | 2,90 % | 129,03 | 127,47 | |
| 29 PORTUGAL | 49 | 250 | 5,10 | 0.02% | 0.02 % | 153,12 | 195,31 | |
| 30 RUMUNIJA | 1.567 | 8.963 | 5,71 | 0.80% | 0.80 % | 153,17 | 142,79 | |
| 31 RUSKA FEDERACIJA | 1.694 | 26.030 | 15,36 | 0.87% | 2,32 % | 93,33 | 110,45 | |
| 32 SLOVAČKA | 770 | 5,290 | 6,87 | 0.39% | 0.47 % | 266,43 | 268,66 | |
| 33 SLOVENIJA | 1.282 | 8.104 | 6,32 | 0.66% | 0.72 % | 140,10 | 137,91 | |
| 34 ŠPANIJA | 164 | 617 | 3,88 | 0.08% | 0.05 % | 202,46 | 210,58 | |
| 35 SRBIJA | 28.309 | 219.355 | 7,74 | 14,59% | 19,54 % | 100,39 | 101,67 | |
| 36 ŠVAJCARSKA | 6.614 | 28.420 | 4,29 | 3,41% | 2,53 % | 124,22 | 106,14 | |
| 37 ŠVEDSKA | 2.558 | 14.680 | 5,73 | 1,31 % | 1,31 % | 118,53 | 123,60 | |
| 38 TURSKA | 567 | 5,202 | 9,17 | 0,29% | 0,46 % | 154,49 | 222,87 | |
| 39 UKRAJINA | 1.129 | 12.371 | 10,95 | 0,58% | 1,10 % | 48,22 | 55,97 | |
| 40 VELIKA BRITANIJA | 1.663 | 8.434 | 5,07 | 0,85% | 0,75 % | 145,62 | 132,83 | |
| VANEVROPSKE ZEMLJE | | | | | | | | |
| 41 KUBA | 9 | 197 | 21,80 | 0.00% | 0,02 % | 128,57 | 153,90 | |
| 42 KUVAJT | 9 | 50 | 5,55 | 0.00% | 0,00 % | 128,57 | 161,29 | |
| 43 AZERBEJDŽAN | 24 | 354 | 14,75 | 0,01% | 0,03 % | 92,30 | 60,61 | |
| 44 AUSTRALIJA | 280 | 1.183 | 4,22 | 0,14% | 0,01 % | 1037,03 | 566,02 | |
| 45 ARGENTINA | 6 | 55 | 9,16 | 0.00% | 0,00 % | 30,00 | 38,46 | |
| 46 INDIIA | 11 | 38 | 3,45 | 0.00% | 0,00 % | 73,33 | 62,29 | |
| 47 FILIPINI | 5 | 17 | 3,4 | 0.00% | 0,00 % | 50,00 | 24,63 | |
| 48 BRAZIL | 21 | 170 | 8,09 | 0,01% | 0,02 % | 100,00 | 209,87 | |
| 49 ČILE | 12 | 48 | 4,00 | 0,00% | 0,00 % | 150,00 | 218,18 | |
| 50 MAROKO | 14 | 64 | 4,57 | 0,00% | 0,01 % | 466,66 | 711,11 | |
| 51 MEKSIKO | 33 | 323 | 9,78 | 0,01% | 0,03 % | 550,00 | 1009,37 | |
| 52 IZRAEL | 40 | 604 | 15,10 | 0,02% | 0,05 % | 61,53 | 151,00 | |
| 53 JAPAN | 12 | 165 | 13,75 | 0,00% | 0,01 % | 150,00 | 611,11 | |
| 54 NOVI ZELAND | 46 | 219 | 4,76 | 0,02% | 0,02 % | 306,66 | 180,90 | |
| 55 PAKISTAN | 7 | 26 | 3,71 | 0,00% | 0,00 % | 43,75 | 27,08 | |
| 56 PERU | 4 | 31 | 7,75 | 0,00% | 0,00 % | 80,00 | 281,81 | |
| 57 JERGENIJA | 14 | 104 | 7,42 | 0,00% | 0,01 % | 350,00 | 371,42 | |
| 58 SAUDIJS.ARABIJA | 55 | 127 | 2,30 | 0,02% | 0,01 % | - | - | |
| 59 JUŽNOAFR. REPUB. | 14 | 98 | 7 | 0,00% | 0,01 % | 82,35 | 38,43 | |
| 60 KANADA | 402 | 2.501 | 6,22 | 0,20% | 0,22 % | 203,03 | 200,00 | |
| 61 SIRIJA | 16 | 118 | 7,37 | 0,00% | 0,01 % | 133,33 | 210,71 | |
| 62 SAD | 1.201 | 7.491 | 6,23 | 0,61% | 0,67 % | 116,74 | 122,12 | |
| 63 KAZAHSTAN | 108 | 762 | 7,05 | 0,05% | 0,07 % | 76,59 | 104,52 | |
| 64 KINA | 49 | 144 | 2,93 | 0,02% | 0,01 % | 76,56 | 56,69 | |
| 65 KOLUMBIJA | 9 | 23 | 2,55 | 0,00% | 0,00 % | 300,00 | 383,33 | |
| 66 ALZIR | 9 | 61 | 6,77 | 0,00% | 0,00 % | 81,81 | 100,00 | |
| 67 SUDAN | 11 | 64 | 5,81 | 0,00% | 0,01 % | 110,00 | 164,10 | |
| 68 TAJLAND | 4 | 12 | 3 | 0,00% | 0,00 % | 80,00 | 36,36 | |
| 69 UJEDINJ. ARAP.EMI | 7 | 29 | 4,14 | 0,00% | 0,00 % | - | - | |
| 70 EGIPAT | 7 | 28 | 4 | 0,00% | 0,00 % | - | - | |
| 71 KOSTARIKA | 10 | 28 | 2,80 | 0,00% | 0,00 % | - | - | |
| 72 MALEZIJA | 36 | 606 | 16,83 | 0,01% | 0,05 % | - | - | |
| 73 AVGANISTAN | 14 | 56 | 4 | 0,00% | 0,00 % | - | - | |

*Napomena- struktura- samo iz naseg programa RB90 –Prvatni smjestaj i dio hotela koji prijavljuju preko TO

| PRIHODI OD TURIZMA | | | | | | | | |
|--------------------|--------------------------|--------|-----------------------------|--------|------------------------|-------|--------------------------|--------|
| PERIOD | NAMJENSKI PRIHODI | | | | | | | |
| | Prih. od boravišne takse | Index | Prihodi od turističke takse | Index | Prihod članske doprina | Index | Ukupni namjenski prihodi | Index |
| 1.JANUAR | 4.229,85 | 140,74 | 1.418,00 | 55,09 | 381,40 | - | 6.029,25 | 108,07 |
| 2.FEBRUAR | 8.400,30 | 164,05 | 1.064,00 | 280,40 | 280,40 | - | 9.744,70 | 144,73 |
| 3.MART | 5.815,79 | 60,26 | 1.153,00 | 120,30 | - | - | 6.968,79 | 44,44 |
| 4.APRIL | 6.077,13 | 102,50 | 1.430,00 | 71,72 | 10,90 | 0,21 | 7.518,03 | 57,78 |
| 5.MAJ | 9.550,43 | 142,70 | 9.194,00 | 226,13 | - | - | 18.744,43 | 168,56 |
| 6.JUN | 42.869,48 | 151,42 | 14.804,00 | 99,84 | - | - | 57.673,48 | 126,27 |
| 7.JUL | 160.202,24 | 108,71 | 21.550,00 | 67,97 | - | - | 181.752,64 | 100,24 |
| 8.AVGUST | 226.622,34 | 96,09 | 28.155,40 | 91,14 | - | - | 254.777,77 | 95,47 |
| 9.SEPTEMBAR | 55.673,41 | 120,91 | 14.798,00 | 89,56 | 215,60 | - | 70.687,01 | 112,97 |
| 10.OKTOBAR | 23.628,86 | 155,66 | 10.697,00 | 174,39 | - | - | 34.325,86 | 159,91 |
| 11.NOVEMBAR | 22.147,59 | 216,27 | 6.222,00 | 133,99 | 275,59 | 5,77 | 28.644,59 | 145,74 |
| 12.DECEMBAR | / | | / | | / | / | / | |
| UKUPNO | 565.217,42 | 110,09 | 110.485,40 | 95,30 | 1.163,89 | 5,71 | 676.866,30 | 104,18 |

| NAJVEĆI UPLATIOCI BORAVIŠNE TAKSE OPŠTINE ULCINJ ZA PERIOD 01.01-30.10.2022 | | |
|---|-------------------------------------|------------|
| NAZIV UPLATIOCA | | IZNOS 100% |
| 1 | AZUL BEACH – KARISMA RESORT | 54.596,00 |
| 2 | ARGOS DOO – HOTEL OTRANT | 25.144,00 |
| 3 | HOTEL ALBATROS | 11.203,50 |
| 4 | HTP ULCINJSKA RIVIJERA | 10.223,00 |
| 5 | BECOVIC MENAGMENT – HOTEL MEDITERAN | 7.838,90 |
| 6 | HOTEL HOTI I HOTI2 | 5.842,80 |
| 7 | SKANDINAVIAN HOME DOO | 5.148,15 |
| 8 | HOTEL NOBEL | 4.977,80 |
| 9 | HOTEL MONTEFILA - PRIMAFILA | 3.816,40 |
| 10. | PALATA VENECIJA | 3.441,90 |

Problemi i poteškoće tokom ljetne turističke sezone

Nažalost, iako je Ulcinj nekad bio perjanica ne samo crnogorskog turizma nego i šire, danas nema tu čast da bude ono što je nekad bio, a stara slava nažalost se ne može povratiti bez hotela visoke kategorije, bez infrastrukturnih projekata kao što su recimo parking prostori, bez suzbijanja sive ekonomije odnosno bolje naplate boravne takse, I neophodno je da se Ulcinj nalazi na nautičkoj mapi I sa velikim razočarenjem moram da kažem da je Ulcinj jedini primorski grad u CG koji nema marinu. Ima tu još dosta toga ali ove su neke ključne stvari koje bi uticale da Ulcinj lakše napreduje I povećao kvalitet truističke usluge.

Najveći problem koji utiče na normalno odvijanje turističke sezone jeste upravo problem sivog tržišta, posebno u registrovanju i evidenciji privatnih kuća i apartmana.

Turistička Organizacija bez veće podrške od strane države ali i lokalne samouprave ne može ništa da uradi u tom smjeru ali pokušava na sve načine da utiče na smanjenje sivog tržišta kako putem raznih sastanaka tako i u saradnji sa nadležnim institucijama.

PLAN I PROGRAM 2023.GOD

Predlogom programa rada Turističke Organizacije Ulcinj utvrđeni su ključni ciljevi koje se žele realizovati u 2023.god. Program rada bazira se na svim datim planovima i projektima koji su definisani, aktivnostima potrebnim za realizaciju kao i na osnovu potrebe i potražnje tržišta u cilju promovisanja destinacije. Takođe, prilikom izrade u obzir su uzete statistike o posjeti turista u prethodne dvije godine.Ovaj Program rada predstavlja standardizovani dokument o planu Turističke organizacije Ulcinj, realizovanje svih ciljeva i aktivnosti usmjerenih na bolje pozicioniranje Ulcinja na emitivnim tržištima kao i dalje unapređenej ponude i razvoj turizma.

Turizam je privredna grana koja je tokom njenog razvitka pretrpjela i prebrodila mnoga iskušenja, i poteškoća i na kraju je preživjela (primjer 2020 godina). Naš moto je bio I ostaće uvjek da se pripremimo za doček turista kao i u najboljim godinama , bez obzira na iskušenja koje nas čekaju, počinjemo sa pripremama u pravo vrijeme.Do sada smo Uspjeli u tome i nisu nas iznevjerila naša očekivanja.

U godini koja je na izmaku 2022, od januara do maja iskoristili smo sve mogućnost koje smo imali na raspolaganju da radimo što bolju kampanju za turističku ponudu Ulcinjske rivijere za 2022 god., pogotovo u regionu- Kosovo , Makedonija, Albanija , Srbiji i BiH gde smo uspjeli preko medija a i samim prisustvom i direktim kontaktima sa nadležnim u tim državam, da Ulcinj promovišemo kao najbolju i najsigurniju destinaciju za odmor . Bili smo sigurni da rezultati neće izostati.

To se pokazalo i tokom sezone sa dobrom posjetom turista, i ako to možda finansijski rezultati ne pokazuju ,ali uspješnost 2022 turistička sezona daje nam velike nade da će i turistička sezona 2023.god. biti još bolja u odnosu na prethodnu. Ulcinjska rivijera je bogata sa prirodnim lepotama, dugim pješčanim i raznovrsnim plažama (šljunkovite, stjenovite, sumporne, u hladu od borova i maslina) donekle i u hotelskom smještaju svake godine ima bolju ponudu, a ponajviše u privatnom smještaju, apartmanima, kampovima imamo posebnu ponudu i ova bogata ponuda daje gostima sa različitim finansijskim mogućnostima izbora i dodatnu sigurnost, veća uživanja a ono što je najbitnije za svakog gosta, u našem gradu se osjećaju bezbjedni i zaštićeni , jednom riječiju ko u svom domu.

Da bi gostima omogućili što lakše informisanje turističke ponude našeg grada I što bolje prijavljivanje Otvorili smo nove info punkeve na Adi Bojani, u Đeranama , Pinješ, ispod starog grada kod škole Boško Strugar, u Centru grada, a i da bi stanodavci imali što bliže Info punkt za prijavu boravka gostiju, i da bi se izbjegle dodatne gužve na pojedinim punktevima. Možemo slobodno da konstatujemo da nismo zadovoljni prijavom ili naplatom boravišne takse od izdavaoca smještaja, kao za hotele tako i za privatni smještaja, a mora se priznati da svi smo to osjetili po turistima u gradu ili na plažama da je posjeta bila mnogo bolja od broja prijavljenih. Za 2023 godinu nastavićemo sa ovom praksom otvaranja novih infopunkteva a radićemo i kampanju za online prijavljivanja gostiju.

Presjek postojećeg ali i budućeg stanja kao i predlog aktivnosti koje planiramo sprovesti u 2023.godinu urađeno je u saradnji sa lokalnom samoupravom.

| PROGRAM RADA SA PROGRAMOM TURISTIČKE INFORMATIVNO PROPAGANDNE DJELATNOSTI | |
|---|---|
| 1. | INFORMATIVNO PROPAGANDNA DJELATNOST |
| 2. | IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA |
| 3. | IZRADA SUVENIRA, VIDEO MATERIJALA I ATRAKCIJA |
| 4. | ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA MANIFESTACIJE I KULTURNI PROGRAM |
| 5. | PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA |
| 6. | INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA - AKTIVNOSTI U SUZBIJANJU SIVE EKONOMIJE |
| 7. | PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA |
| 8. | PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE |

1. INFORMATIVNO PROPAGANDNA DJELATNOST

Cilj: Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti i Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta

1 .1. Informativna djelatnost

TO ULCINJ obavlja informativno propagandnu djelatnost i sarađuje sa svim subjektima sa područja opštine Ulcinj, u cilju bolje turističke valorizacije, promocije i kvalitetnije ponude. Prikupljanje podataka i informacija o cijelokupnoj ponudi jeste preduslov za obavljanje blagovremene i tačne informisanosti.

Kao i prethodnih godina pružaće informacije svim zainteresovanom subjektima koji dođu u prostorije Turističke organizacije, u punktovima, kao i onima koji to zatraže putem telefona, faxa, email-om, bilo da se radi o informacijama o smještaju, cijenama, ishrani, saobraćaju, izletima, kulturno zabavnim i sportskim manifestacijama i dr.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: omogućen rad na 3 Infopunkta

1. 2. Otvaranje Turističko informativnih biroa -TIB

U cilju bolje informisanosti, u toku turističke sezone TOU će otvoriti Turističko informativne punktove: na Maloj Plazi, u Djeranama i u Štoju 2 info punkta - centar Štoja i kod Imperiala, u u Pinješu, u Kruče, na Adi Bojani i u centru grada, punktovi u gradu-centar grada i Punkt 2 kod autobuske stanici rade tokom cijele godine. Naravno, u zavisnosti od situacije i potrebe.

Zbog velike frekvencije turista tokom sezone u svim turističkim mjestima I naseljima opštine izuzetno je i neophodno otvoriti informativne punktove gdje gosti mogu dobiti informacije o smještaju, ishrani, cijenama, prevozu, kulturno zabavnim i sportskim manifestacijama i dr. Osim pružanja informacija, turisti i stanodavci će moći izvršiti prijavu boravka turista i obračun-naplatu boravišne takse. Realizacija čitave godine.

Rok realizacije: tokom letnje sezone, maj-septembar.

Indikator: omogućen rad na 13 Infopunkta

1. 3. Održavanje internet stranice i drugih socijalnih mreža TO- Ulcinj Realizacija kampanje u elektronskim medijima

Mnogim ljudima društvene mreže postale su osnovni izvor informacija i najbolji nacin za odabir njihove sledeće destinacije. U fokusu su Facebook i Instagram kao najpopularnije društvene mreže. Zahvaljujući ovim društvenim mrežama, otkriva se veliki broj nepoznatih ili manje poznatih turistickih destinacija i stiče popularnost, stvarajući bolji imidž destinacije. U današnje vrijeme najbolji vid reklame su placena putovanja (smjestaj i hrana) vlasnicima popularnih profila na društvenim mrežama. Dodavanje instagram hestegova (hashtags) na objave , povećava se vidljivost destinacije i promocija kulturnog turizma. Zahvaljujuci vezi izmedju društvenih mreža i gugl mapa (Google maps), korisnici prilikom objavljuvanja mogu označiti lokaciju na kojoj je fotografija nastala. Na ovaj način svi korisnici koji vide fotografiju mogu vrlo brzo saznati o kojoj je destinaciji rijec. Na taj nacin se povecava popularnost.

Turistička organizacija Ulcinja je uradila prezentaciju kompletne ponude opštine Ulcinj na albanskom, crnogorskom i engleskom jeziku. Tokom 2019. godine sajt je redizajniran i na našem sajtu je unijeta i Virtuelna tura Ulcinja 3600. Virtuelna Tura Ulcinja predstavlja projekt 3D prikaza teritorije opštine Ulcinj iz vazduha. Kompletna Virtuelna Tura predviđa realizaciju nekoliko stotina panorama 360° snimljenih iz vazduha, na visinama od 25 do 400 metara, kao i njihovo povezivanje u jedinstvenu cjelinu.

Ova prezentacija omogućava posjetiocu virtuelni obilazak Ulcinja, te detaljan prikaz obale, bitnih turističkih lokaliteta, svih važnih istorijskih i kulturnih lokaliteta (vjerski objekti, tvrđave, tradicionalna arhitektura, muzeji, arheološka nalazišta), kao i turističke ponude opštine Ulcinj.

I ove godine nastavit će sa ažuriranjem podataka sa novim podacima turisticke ponude našeg grada, gdje ćemo dodati nove fotografije, video zapise i dr. U cilju povećanja informisanosti svih posjetilaca takođe ćemo nastaviti sa redovnim ažurirarenjem Facebook i Instagram profila. Realizacija tokom cijele godine. Destinacije i ponuda sadržaja je dostupna svima

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 500 objava.

1. 4. Realizacija kampanje u štampanim medijima i outdoor kampanja -Davanje saopštenja, intervju, TV i radio nastupi i dr.

Redovne PR aktivnosti, press konferencije i saopštenja će takođe biti redovne, ažurne i sveobuhvatne i u 2023. godini. Planiramo da samostalno nastavimo saradnju sa magazinima i dnevnim listovima u Kosovu, i zajedno sa NTO i LTO nastavimo saradnju sa magazinima i dnevnim listovima u Srbiji, BiH i Makedoniji u vezi objavljivanja reportaža o Ulcinju, kao i saradnju i podršku MORT-u i NTO u dijelu saradnje sa novinarima i studijskim grupama novinara iz okruženja i Evrope. Outdoor kampanja podrazumijeva postavljanje bilborda u gradovima regiona samostalno i u saradnji sa NTO i LTO uoči turističke sezone ili neke manifestacije. Realizacija tokom cijele godine.

Povodom svih manifestacija u kojima je TO Ulcinj glavni organizator ili jedan od organizatora, kao i svih aktivnosti na unapređenju turističkog proizvoda u opštini Ulcinj, a i u vezi sličnih aktivnosti, inicijativa za informisanost će biti redovna praksa i u 2022. godini, kao i redovna PR saopštenja, otvorenost za sve medije, u smislu davanja izjava, intervju, gostovanja u emisijama, uključenjima, i sl.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator – minimum 50 objava

1.5. Promotivni nastupi (Turistički sajmovi, kampanja U drustvu prirode)

Novi trendovi na turističkom tržištu uslovili su potrebu da se ponuđači turističkog proizvoda što više približe gostu. Gost se ne smije čekati već se mora ići njemu u susret. S toga je potrebno da TOU za ulcinjsku rivijeru, organizuje i brojne nastupe na turističkom tržištu u zemlji i inostranstvu kako bi detaljnije upoznala što veći broj turista sa kompletnom ponudom svih turističkih mesta naše opštine. Trenutna situacija koja je zahvatila cijeli svijet je prouzrokovala brojne probleme kada je u pitanje promocija turističke ponude određenih destinacija, dovela je do toga da brojne svjetske turističke organizacije usmjere svoje planove ka nečemu drugom. Ono što je izvjesno jeste da će i način putovanja biti drugačiji naredne godine, tako da I mi cemo morati pratiti trendove i prilagoditi se svemu što nam se nudi. Kako će turisti prema svjetskim istraživanjima izabrati destinacije koje nisu udaljene od svojih mesta stanovanja, onda je potrebno da mi kao TO Ulcinj ove godine usmjerimo ka onim tržištima iz kojih imamo i najveći broj gostiju. U 2023.godini planiramo da nastavimo sa jačim marketinškim aktivnostima u regionu sa ciljem poziva za ljetovanje na ulcinjskoj rivijeri i biće usmjereni na ciljna tržišta – gosti sa Kosova, BiH, Srbije, Albanije, Makedonije. Poruka će biti opšteg karaktera, što podrazumijeva poziv za odmor za 2023.godinu.

Takođe, u 2023.godini podržaćemo i prezentaciju putem raznih aktivnosti i putem marketinga u elektronskim medijima platformu “U drustvu prirode” I “Ljetuj doma”, gdje će građani Crne Gore da pronađu odgovarajuću opciju za ljetnji odmor ili avanturu u Ulcinjskoj rivijeri. Osim putem sajta građani će o atraktivnim ponudama I popustima moći da se informišu putem društvenih mreža Facebooki Instagram profila TO Ulcinj.

Nikako, ne treba zanemariti druga emitivna tržišta koja su jako bitna za Ulcinjsku rivijeru, i tržišta koje nemaju dovoljno informacija o našoj ponudi, a redovno nam šalju upite.

U cilju bolje promocije cjelokupne ponude ulcinjske opštine predlažemo da Turistička organizacija Ulcinja planira da, u zavisnosti od finansijske situacije, učestvuje na sajmovima u zemlji i inostranstvu u saradnji sa NTO i LTO. Potrebna je veća promocija na zapadno evropskom tržištu i u zemljama gdje postoji direktna avio linija, charter ili redovna linija, ili low cost kompanije.

U nastavku dajemo tabelarni prikaz svih sajmova koje se organizuju od strane NTO ili u saradnji sa lokalnim turističkim organizacijama, a o nastupu TO Ulcinj, strazmjerno će se odlučiti u zavisnosti od situacije i mogućnosti.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: Učešćem na 16 sajmova I najmanje 4-5 RoadShow-a

Tabela sajmova u 2023.godini

| SAJAM | DATUM |
|-----------------------|---------------------|
| CMTT | Štutgart |
| BALT TOUR | Riga |
| IFT | Beograd |
| UTAZAS | Budimpešta |
| ITB | Berlin |
| Ferien | Beč |
| HOLIDAY WORLD | Prag |
| Medjunar. Saj Turizma | Priština |
| TT | Varšava |
| Sarajevski festival | Sarajevo |
| TRAVELMARKET | Skoplje |
| Sajam turizma | Tirana |
| LIST | Lukavac |
| TOP RESA | Paris |
| LORIST | Novi Sad |
| Lorimes | Banja Luka |
| ROAD SHOW | Promocije u Regionu |
| | Maj/Jun/Oktobar |

Nastupi po sajmovima I Roud show će se organizovati i dogоворити у се у сарадњи са NTO CG са Локалним ТО.

Sve navedene sajamske nastupe ће ТО Ulcinj uz obavljeње цјелокупне туристичке привреде у Ulcinju (што је и досадашња практика у раду) организовати на начин да промовише туристичку destinaciju општине Ulcinj како кроз визуелни идентитет изложеног пулта у оквиру zajedničkog стања, преко свог промотивног материјала, личним kontaktима са посетиоцима и професионалним посетиоцима сајмова, као и кроз PR активности, посету и похађање тематских радионица и семинара на истим.

1.7. Studijske grupe novinara

Boravak новинара, студијских група, press конференције и промоције за новинаре и турооператоре, представљају веома ефикасан начин промовисања туристичког производа и треба их организовати самостално и у сарадњи са NTO CG и Министарством економског развоја, у различитим периодима године и различитим градовима током цијеле године - са циљем промоције свих видова туризма који се могу упраžњавати у нашој општини.

Ovaj начин промоције представља важну активност која доприноси промоцији општине. Treba dogоворити у сарадњи са NTO CG, да све групе новинара и турооператора који посете Crnu Goru, посете и најзначајније локалитеће наше општине и на тај начин се сами упознају са комплетном понудом и посредством својих reportaže упознају јавно мјнjenje земље из које долазе. Realizacija tokom цијеле године.

Rok реализације: у континuitetu tokom цијеле године

Indikator: najmanje 5 група новинара.

1.8.Outdoore led display-TO ove godine će postavti dva led ekrana na najfrekvenntnijim I najatraktivnijim djelovima grada da bi turistima koji će boraviti u našem gradi omogućiti što bolju informacije o gradu I o događajima u našem gradu.

Rok realizacije: u II kvartalu ,

Indikator – postavljanje 2 led ekrana u najfrekventnim djelovima grada

1.9.Brendiranje grada - Ove godine TO Ulcinj će u sardanji sa opštinom I turističkom privredom grada izabrati brend sa kojim će naš grad biti prepoznat.

Rok realizacije: u II kvartalu,

Indikator – postavljanje 2 izabrana slogana u u najfrekventnim djelovima grada.

2. IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA

2.1. Izrada opšteg kataloga grada i priručnika znamenitosti grada - Luxury edition biće katalog gdje će se detaljno predstaviti istorija grada Ulcinja uz slike naših umjetnika kao i neke priče poznatih ljudi koji su imali priliku posjetiti naš grad. Ovaj katalog će imati sve informacije u detaljima.

Rok realizacije: u I kvartalu godine

Indikator: štampanjem 1.500 komada

2.2 Reprint Kataloga smještaja- I ove godine zbog potrebe učešća na sajmovima radiće se reprint opšteg kataloga smještaja.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: najmanje 1.000 primjeraka

2.3. Reprint kataloga I mape grada- Kataloga Zdrastvenog i Aktivnog turizma i Opsti katalog smjestaja I Mape grada Ulcinja.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: štampanjem najmanje 500 kataloga i 5000 hiljada mapa

2.4 Mape - pjesackih i planinarskih staza – Ove godine TOU veci akcenat ce dati nan a mapiranju , čišćenju I promovisanju novih vidova ponude. Tu spadaju I pješačke I planinarske staze za aktivni turizam.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: minimum 500

3.IZRADA SUVENIRA, VIDEO MATERIJALA I ATRAKCIJA

3.1. Izrada suvenira – predstavlja posebnu ponudu naše opštine. TOU pocetkom ove godine ce otvoriti konkurs na osnovu cega cemo izabrati najbolje suvenire, koji na najbolji nacin oslikavaju ili su dio istorije naseg grada, i koji ce obogatiti našu ponudu, jer suvenir je nešto što svaki gost voli da nosi kao uspomenu, i zato moramo brendirati suvenire koji će biti na tržištu pa i na našim info punktovima.

Rok realizacije: u I kvartalu godine

Indikator: najmanje 200

3.2. Izrada propagandnog materijala. – ova vrsta materijala je veoma značajna u promotivne svrhe. TO ove godine na osnovu plana i programa rada za 2023-u godinu ce u I kvaratalu odstampati brosure sa svim dogadjajima i datumima da bi smo na nastupajucim sjamovima mogli sto bolje informisati sve zainteresovane gosto sa dogadjajima koji cemo organizovati, sa tacnim datumima , ucesnicima i lokacijama odrzavanja.

Rok realizacije: u I kvartalu godine

Indikator: minimum 3.500

3.3. Izrada fotodokumentacije i video spota -izrada novih slajdova i dopuna postojeće fotodokumentacije i video materijala je neophodna za pravljenje novog reklamno propagandnog materijala, posebno sa snimcima iz drona.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 1 video spot.

4. ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA

MANIFESTACIJE I KULTURNI PROGRAM

Isto toliko koliko pljeni svojim izgledom, vjekovnom tradicijom ili kulturno prepoznatljivim identitetom Ulcinj ne zaostaje ni na planu bogate zabavne i kulturne ponude kao i relaksacije koja ga svrstava u primorska mjesta ekstra kvaliteta.

Posebno u ljetnjem periodu, Ulcinj vrvi od raznih zabavnih priredbi koje se iz dana u dan organizuju u ulcinjskom Starom gradu, Domu kulture, na otvorenim terasama, plažama i u plažnim barovima.

Svakako da je važno istaći da Turistička Organizacija Ulcinja treba da učestvuje u svim vidovima organizacija, tako da treba da budu zastupljene i koncertne, pozorišne, sportske i opšte naučne manifestacije koje su u funkciji unapređenja turizma u Ulcinjskoj rivijeri.

Tokom glavne turističke sezone predlažemo održavanje:

Turistička prezentacija festivala i manifestacija koje su se našle ispod, kao i manji festivali i manifestacije koji se tokom godine organizuju u Ulcinju i okolini biće podržane i u 2023.godini od strane TO-Ulcinj. Podrška će se ogledati u ustupanju kapaciteta Turističke Organizacije Ulcinj za organizaciju svih dešavanja, u medijskoj kampanji kao i u pravljenju propagandnog materijala za sezonu 2023.godine koji će predstaviti grad kao festivalski centar.

Ove godine TO za ovo manifestaciju pored tradicionalnih gore navedenih aktivnosti planira i nekoliko novih dogadjaja preko kojih će na najbolji način otvarati sezonu i upoznati širu javnost sa ulcinjskom tradicijom Moreplovstva.

MANIFESTACIJE - GLAVNI POKROVITELJ I ORGANIZATOR TOU:

4.1. Svi za Turizam (Maj) – „Maj, mjesec sporta, tradicije I zabave” -Otvaranje turističke sezone

Na lokalnom nivou ovo je period odvijanja manifestacije «Svi za Turizam», na Maloj plaži gdje Turistička Organizacija u saradnji sa Opštinom Ulcinj organizuje niz aktivnosti kojom se označava zvanicni pocetak ljetnje turističke sezone. TO Ulcinj će organizovati manifestaciju Svi za turizam kojom će zvanicno otvoriti ljetnju turističku sezonu.

4.1.1.Maj fest- tradicionalna manifestacija koja se organizuje dugo godina u mjesecu maju sa kojom manifestacijom I simbolično otvarama letnju sezonu. Uvek se koriste prvomajski praznici da u našem gradu privučemo što veći broj gostiju. (29.04 - 3.05.2023).

Rok realizacije: u Maju mjesecu - 29.04-03.05.2023

Indikator: održavanje 2-3 manifestacije u gradu

4.1.2.Gastro Night – U okviru manifestacije Svi za turizam, planirana je aktivnost Gastro night odnosno veče tradicionalne ulcinske kuhinje koja bi se organizovala u saradnji sa Udruženjem gastronoma iz Ulcinja i predstavili tradicionalna jela Ulcinja i njene okoline.

Rok realizacije: u Maju mjesecu

Indikator: 1 manifestacija na Maloj Plaži

4.1.3.Koncert-VELIKI koncert - Krajem Maja u sardanju sa opštinom se predviđa koncert regionalne mega zvjezde.

Rok realizacije: u Maju

Indikator: 1koncert poznate zvjezde regiona

4.2. Dolcinium International Festival (Septembar) – Turistička Organizacija Ulcinj planira da po sedmi put održavamo ovu manifestaciju koja je već postala i tradicionalna u našem gradu.Ovaj festival je doprineo mnogo našem gradu i Crnoj Gori jer su folklorne grupe koji su bili po prvi put oduševljeni ljepotama Ulcinja i Crne Gore i sa porodicama i društvom ljetovali u Ulcinju. Pored folklornog koncerta na kojem učestvuju preko 15 grupa iz zemlje i regiona, takođe u okviru manifestacije se održavaju razne aktivnosti za djecu kao i koncerti zabavne muzike sa poznatim izvođačima.

Rok realizacije: u Oktombru, 3 dana

Indikator: TO Ulcinj će dočekati veliki broj učesnika odnosno folklornih udruženja iz zemlje, regiona i sile.

4.3. Kolonija slikara- Međunarodna – Ulcinj okom umjetnika (Septembar) – Ova manifestacija se održava šesti put za redom, a prvi put organizator će biti TOU.

Rok realizacije: u Septembru, minimum 2 dana

Indikator: TO Ulcinj će organizovati Koloniju umjetnika na kojoj učestvuje veliki broj umjetnika iz zemlje I regiona.

4.4.Bojanovanje – Bojan-Buna ta divna rijeka, rijeka koja u zagrljaju drži jednu od najvećih biser Ulcinjske turističke ponude prepoznate u čitavom svijetu kao nudističko ostrvo, ostrvo Ade bojane, prirodne lepote koja svakim danom privlači sve veći broj ljubitelja divlje lepote i netaknute prirode. Inspiracija mnogih umjetnika , mjesto gde se može uživati u najlepši zalazak sunca, ove godine imaće i svoj dan.

Rok realizacije: krajem Jula početkom Avgusta

Indikator: jednodnevna manifestacija

4.5. “JESENJA KORPA”-Dani Agruma (oktobar)- Ulcinj je prepoznat grad u Crnoj Gori a i šire po proizvodnji Agruma-Smokve, Nar, Mandarine,xinxule, masline I mnogo drugih voćki i zato TOU će i ove godine objedinit u jednu manifestaciju sve proizviđače ovih divnih plodova. U 2022 smo ovo manifestaciju organizovali na ovaj način po prvi put i bila veoma uspješna. Posjetioci imaju priliku da kupe i probaju šipkove, nar, smokve, mandarine, masline te popiju sokove od raznih agruma a i da probaju proizvode od različitih agruma napravljen na tradicionalan način. Osnovni cilj je da ova manifestacija postane tradicionalna i mjesto okupljanja proizvođača i stručnjaka za poljoprivredu i turizam.

Rok realizacije: u Oktombru

Indikator: Shodno vremenskim uslovima i saradnji sa proizvodjacima, TO Ulcinj ce na jesen organizovati manifestaciji u Ana E Malit , 2 dana.

4.6 Dan TOU-decembar- Tog datuma će se organizovati Manifestacija u kojoj bi se ujedno govorilo :.

- Uspjesima-rezultatima postignutim u toku Turističke sezone,
- Prezentacija programa rada TOU za sledeću godinu, gde bi se sve relevantne strukture upoznale sa planiranim manifestacijama i učešća TOU na sajmovima
- Dodjela Certifikata najboljima u svim granama turizma za sezonu 2023.

Rok realizacije: Decembar mjesec

Indikator: jednodnevna manifestacija

4.7. Doček Nove Godine – TO Ulcinj svake godine podržava i organizuje doček Nove Godine na maloj plaži gdje se dijeci uručuju pokloni i organizuju se koncerti sa različitim izvođačima, folklornim i drugim sadržajem.

Rok realizacije: Decembar -Januar

Indikator: od 15.12.2023 do 10.01.2024 održaćese razne manifestacije na trgu Male plaže

4.8. Nepredviđene aktivnosti – tokom cijele godine Turistička Organizacija Ulcinj ima brojne aktivnosti koje se ne mogu predvidjeti i kojima dajemo podršku jer su u organizaciji nevladinih organizacija i pojedinaca, a sa ciljem promocije turističke ili kulturne ponude grada.

Finansiranje I Organizovanje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija - Podrška

Kad je u pitanju indikator realizacije svih ovih manifestacija koje su tradicionalne zavisiće od samih organizatora i to su manifestacije koje se dešavaju tokom čitave godine sa naglaskom na pred i post sezonom

Turistička Organizacija Ulcinj će raditi na podsticanju, koordiniranju i organizovanju kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih događaja i manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude i učestvovati u njihovom finansiranju na osnovu njihovog projekta .I ove godine ce podrzati sledece tradicionalne aktivnosti

4.9. Maraton- manifestacija koja se organizuje u aprilu I gde veliki broj sportista I ljubitelja prirode ce krenuti iz staroga grada, trčati krog kroz borovu šumu, veliku palžu , Adu bojanu , Solanu ,Možuru, Valdanos I vraćati se u Stari grad .

Rok realizacije: April mjesec

Indikator: jednodnevna manifestacija

4.10. Dan Opštine Ulcinj (April) –Promocija –Drevnog maslinjaka Valdanos. - Nesumnjivo je da Ulcinj ima jedinstvenu maslinadu koja je najveći živi spomenik maslinarstva na Jadranu i jedan od najljepših ambijenata na Mediteranu. Impresivan je podatak da na području Ulcinja postoji nekoliko stabala maslina starijih od 1,5 hiljada godina. U saradnju sa Udruženjem maslinara-VALDANOS, TOU će raditi promociju Mape lokalne zajednice-Drevnog Maslinjaka

Turistička organizacija Ulcinj planirala je u 2023 god. da po prvi put organizuje smotru maslina i maslinovog ulja, kao i drugih proizvoda i zdrave hrane, odnosno jednu manifestaciju posvećenu maslini, na kojoj bi uzeli učešće proizvođači i razna udruženja gdje će imati mogućnost izlaganja svojih proizvoda.Vjerujemo da će jedna manifestacija ovakvog karaktera okupiti veliki broj posjetilaca, a ovom aktivnošću vratili bismo Ulcinju dio istorije sa kojom Ulcinj počinje, jer je maslina i brend Ulcinja od osnivanja ovog grada.

Rok realizacije: prva subota u Aprilu

Indikator: Postavljanje 2-3 informativne table sa mapom Valdanosa

4.11. Međunarodni sajam knjiga (Jul) – Sajam knjiga u Ulcinju je postao tradicionalna kulturna manifestacija koja se organizuje već 20 godina za redom, okupljajući na jednom mjestu izdavače, knjižare,pisce i istaknute ličnost Iz kulture iz čitavog regiona. Osnovni cilj Sajma Knjige u Ulcinju je pružanje mogućnosti svim izdavačima, knjižarima, piscima, bibliotekama i svim drugim učesnicima da predstave svoju izdavačku i stvaralačku djelatnost ne samo građanima Ulcinja, nego i brojnim turistima koji posjećuju Ulcinj tokom ljetnje sezone, kao i uspostavljanje medjusobnih kontakta i razmenjivanje iskustva.

Rok realizacije: Avgust

Indikator: sajam traje 3-4 dana

4.12. Old Timer Fest (Jul) – Tradicionalnu manifestaciju koju Turistička Organizacija Ulcinj uvek podržava organizatore. Glavni organizator –

Rok realizacije: Jul mjesec

Indikator: manifestacija traje minimum 2 dana

4.13. Međunarodni sajam suvenira (Avgust) - TO Ulcinj tradicionalno daje svoj doprinos ovim manifestacijama. Organizator ove manifestacije je **Globus Art**.

Rok realizacije: Avgust mjesec

Indikator: sajam traje minimum 2 dana

4.14. Dani bamije (Avgust) – Manifestacija Dani bamije je međunarodnog karaktera i za cilj ima predstavljenje bogate nacionalne kuhinje Ulcinja. Glavni organizator ove manifestacije je **Real Estate**.

Rok realizacije: Avgust mjesec

Indikator: 2 dana manifestacije u Palati Venecija

4.15. Gala Night – Veče klipova (Jun) –manifestacija koja se organizuje od strane Deliart Associattion uz podrškom Opštine i TO Ulcinj.

Rok realizacije: mjesec Jun

Indikator: jednodnevna manifestacija

4.16. Motoriada - Manifestacija koja se posle nekoliko godina vraća u Ulcinju. TOU u saradnju sa NGO Pirates organizovaće ovu manifestaciju.

Rok realizacije: u III kvartalu godine

Indikator: 2 dana

4.17.Vožnja brodom malih Kapetana – TOU u sardni sa vlasnicima broda za đake osnovnih I srednjih škola I ove godineće organizovati jedinstven događaj vožnja brodovima sa ciljem da naša djeca vide I upoznaju se I iz drugog ugla sa pripadnim bogatstvima našeg grada.

Rok realizacije: Septembar mjesec

Indikator: Jednodnevna vožnja brodom đaka.

4.18. Dan diaspore (avgust) – To je manifestacija koju TO - Ulcinj podržava svake godine i koja se održava u avgustu. Cilj ove manifestacije jeste okupljanje svih građana koji žive van granica naše zemlje, gdje se prezentuje mogućnosti razvoja grada i ulaganje (privrednika) u razvoju turizma i drugih resursa grada.

Rok realizacije: mjesec Avgust

Indikator: 1 manifestacija

4.19 Festival filma (Avgust) – Internacionalni Filmski festival *Seanema film festival*, - koji organizuje Nvo Iact, vratila je filmsku umjestnost u Ulcinju nakon 20 godina. Prva edicija ovog festivala održana je 2015.godine, i samim tim postao tradicionalan. Teme koje su tretirane su bile različitih karaktera kao što su socijalna pitanja, vladavina prava, borba protiv korupcije, regionalna sradnja i mnoge druge. Glavni organizator ove manifestacije e NVO IAct.

Rok realizacije: septembar mjesec

Indikator: minimum 2 dana .

4.20. Dječiji festival - Svake godine se održava ova manifestacija koja je takmičarskog karaktera. Na ovoj smotri pjevačkog umjeća, djeca izvode pjesme koja se po prvi put izvode upravo na ovom festivalu. Zato on okupla poznate stvaraoca za djecu iz Crne Gore i regionala, kompozitore ,aranžere, tekstopisce gde ova manifestacija je postala tradicionalna i TO - Ulcinj podržava kao svaku manifestaciju .

Rok realizacije: decembar mjesec

Indikator: dvodnevni festival.

4.21 Berba maslina –Ulcinj daleko prepoznat po najlepšom uvalom maslina Valdanos. Grad u kome maslina je sveto drve i od koje je zavisila egzistencija mnogih porodica , grad u kome se bogatstvo mjerilo korjenima maslina. Svaki dan sve više se radi na tome da staru tradiciju berbe maslina vratimo u punom sjaju. Ovo je ta manifestacija, koja će biti u našoj turističkoj ponudi za 2023 godini . Gde će se gostima u postsezoni u saradnji sa maslinarima nuditi mogućnost učešća u berbi maslina i za uzvrat dobijaju proizvode od tih plodova.

Rok realizacije: III-IV kvartal u kontinuitetu .

Indikator: omogućena saradnja sa najmanje 5 maslinara.

4.22. Kalimera poetike Basri Caprici 2023– udruženje umjetnika i intelektualaca Art Club iz Ulcinja organizuju tradicionalnu manifestaciju Pjesnička kalimera.

Rok realizacije: u avgustu

Indikator: jednodnevna manifestacija

4.23. 3rdBirdSaltPeople:FEST – Koncept je kako sam naziv Festivala ukazuje posvećenost Pticama (biodiverzitetu), Solani kao prostoru prošle a i buduće proizvodnje soli i ljudima, tačnije promociji lokalne zajednice. Ovaj Festival može da izraste u Festival koji će brendirati ne samo Ulcinj nego i cijelu Crnu Goru, zato je potrebna podrška TO Ulcinj pa i drugih institucija. Naime ovim Festivalom obogaćujemo spevificnu vrstu manifestacije koja ima za cilj da upozna širu javnost i strane posjetioce o raznolikosti našeg grada i na taj način obogatimo ponudu u postsezoni.

Rok realizacije: mjesec Septembar

Indikator: 2-3 dana manifestacije

4.24. Finansiranje ostalih kulturno zabavnih i sportskih Manifestacija- TO Ulcinj će krajem januara otvoriti konkurs za dodjelu sredstava za podršku sportskih i kulturnih manifestacija , koje će se održati u vremenskom periodu **aprill-maj ili septembar-oktobar**, znači u **pred i postsezonom**. Cilj je da ove manifestacije-turniri ili koncerti obogaćuju sportsku -kulturnu ponudu u tom periodu u našem gradu. Maksimalna podrška manifestacije biće do 5.000 eura

Rok realizacije: u pred i post sezonom

Indikator: najmanje 4 manifestacije

4.25. Donacije i finansiranje NVO

5. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

5.1. Monitoring broja gostiju nedeljno - Anketiranje turista Nastaviće se aktivnost vezana za monitoring broja gostiju svakog petka, tako što se u direktnom kontaktu sa svim turističkim subjektima prikupljaju podaci o broju turista i na taj način se dolazi do broja gostiju i vrši uporedni prikaz turističkog prometa sa prethodnim godinama. Dostavljanje podataka Nacionalnoj Turističkoj Organizaciji Crne Gore, Opštini Ulcinj i medijima je redovna aktivnost koja se radi po istom principu u svim gradovima Crne Gore. Takođe u tu aktivnost spada i prikupljanje podataka na godišnjem nivou i razne analize za potrebe TO Ulcinj, NTO CG, Ministarstva turizma i SO Ulcinj.

Turistička Organizacija radi anketu turista na području opštine Ulcinj, koja je prihvaćena kao jedinstven metod rada za sve primorske opštine. Na ovaj način se dolazi do nekih karakterističnih, a u stvari istinitih činjenica o ponudi, potražnji i ostalim pozitivnostima i slabostima turističke sezone. Anketa se radi na Informacionim punktovima popunjavem formulara koji se daje turistima koji dolaze da pitaju o raznim informacijama, odnosno da vrše prijavu boravka, i izlaskom na terenu .

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: najmanje 4 ankete

5.2. Welcome servis - Ovo je i period oglašavanja u štampi, redovnim i specijaliziranim emisijama u medijima regionala, a sve sa ciljem upoznavanja tržista sa ponudom za glavnu turističku sezonu. Digitalni marketing vođenje kampanje ,monitoring , optimizacija ,izvještavanje, planiranje aktivnosti na Facebook-u , instagram-u i Google . Zajedno sa NTO učestvovaćemo u štampanju potrebnih letaka za Welcome servis na graničnim prelazima

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 4 objave

5.3.Koordinacija I saradnja sa privredom I Institutijama u turizmu – TOU u saradni sa Institutijama I privrednicima održaće nekoliko sastanaka u toku priprema za turističku sezonu 2023.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 4 sastanaka.

6.INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA - AKTIVNOSTI U SUZBIJANJU SIVE EKONOMIJE

CILJ: Jačanje kapaciteta turističke privrede i Suzbijanje sive ekonomije

6.1. Inicijativa , koordinacija i Edukacija - TO ULCINJ će inicirati brojne aktivnosti koje doprinose unapređenju turističke ponude, sarađivati sa organima i tijelima lokalne uprave u cilju donošenja i sprovođenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine. U cilju ostvarivanja saradnje i blagovremene pripreme turističke sezone Koordinaciono tijelo za pripremu i praćenje turističke sezone će se sastajati tokom cijele godine. Organizovace se radionice za preduzetnike i zaposlene čiji bi cilj bio poboljšanje i kreiranje ponude kod različitih vidova turizma koje se mogu razvijati na području naše opštine, da bi se unaprijedila njihova marketinška znanja, a time i poboljšala promocija i postigli veći finansijski efekti.

U zavisnosti od finansijskih sredstava organizovati tokom godine radionice na temu:

- razvoj tematskih oblika turizma – ruralni i seoski turizam
- razvoj i upoznavanje sa etno gastro turizmom - razvoj camping turizma
- razvoj i menadžment kulturnog turizma
- obuka preduzetnika (seoskih domaćinstava i dr.) vezano za internet marketing i društvene mreže

Realizacija ovih seminara-radionica je predviđena tokom cijele godine.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 3 radionice.

6.2.Obeležavanje- Svjetski dan planete Zemlje - 22. april - Svjetski dan turizma - 27. Septembar- Turistička organizacija Ulcinj planira da i ove godine organizuje obilježavanje Svjetskog dana planete Zemlje. Akcija pod nazivom „Za još ljepše obale“ gde će obuhvatiti čišćenje nekoliko lokacija na teritoriji nase opštine..

Rok realizacije: 22. aprill

Indikator: jednodnevna manifestacija

6.3. Zdravstveni Turizam – Konferencija i okrugli sto – Cilj okruglog stola je upoznavanje sa potencialima i podsticanje razvoja zdravstvenog turizma u opštini Ulcinj, koji zahvaljujući prirodni resursima ima potencijala da se još više valorizuje u našoj opštini.

Rok realizacije: u III kvartalu

Indikator: jednodnevna konferencija

6.4. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije-Kampanja online prijavljivanja gostiju Turistička Organizacija Ulcinj će aktivno komunicirati sa svim učesnicima u turističkoj privredi koji djeluju na teritoriji grada. To podrazumjeva koordinaciju rada javnih i privatnih subjekata, konsultacije pri određivanju turističkih proizvoda i tržišta, olakšavanje promocije i otvaranje potencijalnih tržišta kroz intenzivnu komunikaciju sa sličnim organizacijama iz regiona.

U saradnji sa Opštinom potrebno je organizovati mjere i aktivnosti na suzbijanju sive ekonomije u svim turističkim mjestima u turističkoj sezoni, I to akcije o uklanjanje takozvanih „dilera soba“ sa ulice ,kampanja za legalizaciju smještaja. Poboljšana uvezanost sa turističkom inspekcijom i mupom Crne Gore I Uklanjanje prosjaka sa ulica zbog velikog gomilanja i uznemiravanaj gostiju toku sezone.

U susret sezoni, , planira se produkcija info flajera sa bitnim informacijama o registraciji kapaciteta i prijave turista. Flajer će biti distribuiran turistima na graničnom prelazu Sukobin I stanodavcima na području Opštine Ulcinj.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 4 satanaka

6.5. Akcioni plan razvoja turizma na teritoriji Opštine Ulcinj -TO Ulcinj, planira da ove godine posle usvajanja strateškog plana Opštine, uradi strategiju razvoja turizma u našem gradu, sa ciljevima I aktivnostima.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: U zavisnosti od usvajaja Strategije razvoja grada 2022-2028.

6.6. Izrada Projekta Turističke signalizacije grada - Izrada Projekta Turističke signalizacije čitave teritorije našeg grada –I kvartal godine, i signalizacija na osnovu izrađenog projekta dijela turističke signalizacije u turističkim mjestima- II kvartal godine, a sve u cilju doprinosa poboljšanju turističke ponude.

Rok realizacije: u I kartalu

Indikator: u saradnji sa opštinaom , mimimum za 1 lokaciju.

6.7. Stipendija BARTENDER – Turistička Organizacija Ulcinj u cilju što bolje gastro i uslužne ponude ove godine će finasirati kurs za Barmene.

Rok realizacije: u II kvartalu

Indikator: U zavisnosti od prijavljenih minimum 2 stipendije.

7. PODSTICANJE DIVERZIFIKACIJE I INOVACIJE PROIZVODA I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA

Cilj: Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda I unapređenje kvalitet turističkog proizvoda

7.1. Starogradska tradicija - .Godinama je stari grad Ulcinja-Kaljaja ostao u sjenci kad je u pitanju vraćanje tradicije, turističke valorizacije I dešavanja. Gusari su bili čuvari Kalaje . Cilj ove manifestacije je da se kroz stari grad , na ulicama staroga grada vide tradicionalne nošnje grada I gusarske večeri I pjesme.

Rok realizacije: Jun-Avgust

Indikator: svakodnevne aktivnosti

7.2.Pranvera ne Ane te Malit (Maj) - Manifestacija koja se tradicionalno održava na području Ana e malit i na ostacima grada Šasa u maju mjesecu, Turistička Organizacija Ulcinj uvijek podržava organizatore i sve privrednike koji učestvuju u organizovanju ove manifestacije. Glavni organizator ove manifestacije je udruženje **ORA**.

Rok realizacije: u Maju mjesecu

Indikator: minimum 2 dana

7.3. Turistička signalizacija-Signalizacija u starom gradu - II kvartal godine-Izrada putokaza na par raskrsnica ulica u starom gradu gdje bi bili napisani imena hotela i restorana, a sdruge strane, bi se skinule velike raznobojne reklama istih koji pokrivaju kamene zidine starog grada i ruše njen antički izgled .

Rok realizacije: u II kvartalu

Indikator: U zavisnosti od saradnje sa Opštinom Ulcinj postavljanje turističke signalizacije min.30 tabli(znakov).

7.4.Podsticaj seoskog domaćinstva - TO ULCINJ će nastaviti da ostvaruje dobru saradnju sa Ministarstvom turizma, Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, Lokalnim turističkim organizacijama i svim subjektima sa područja opštine i Republike koji na direktni i indirektni način učestvuju u kreiranju turističke ponude, što je osnova za uspješan i kvalitetan rad. Doprinos uređenju ruralnog područja i očuvanja životne sredine je od opšteg interesa kako zbog turista koji borave u tom dijelu tako i zbog brojnih izletnika. Veci dio teritorije Ulcinj pripada ruralnom dijelu našeg grada i većina imaju odlične uslove da se bave nekim vidom turizma, Ruralnog, Agro, Aktivnog ili Kulturnog turizma i zbog toga Turistička organizacija ove godine planira niz aktivnosti kako bi poboljšala uslove turističke ponude u tim djelovima kroz razne aktivnosti, radionice , seminari i po mogućnosti od toga kolika će biti finansijska podrška, organizovati studijska putovanja za zainteresovane- registrovane domaćinstva koja će se baviti nekim od ovih vidova turizma.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: mimum 2 satanka

7.5.(7.5.1)Podsticanje Planinarskih klubova - markiranje staza – TO u cilju diversifikacije turističke ponude ima u planu da podstiče I pomogne u formiranju I registrovanju planinarskog kluba, sa kojima bi mogla da radi čišćenje , markiranje I valorizaciju tih staza a u jednom I gostima našeg grada nudi dodatnu atrakciju u našem gradu, sigurnu šetnu I uživanje u prirodnim lepotama.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: registracija jednog kluba

7.6. Zavrsetak radova-Rekonstrukcija vidikovca u Štegvaši– Na vidikovcu u Štegvaši svjesni smo da moramo dodatno ulagati I završiti nedovršene radove da bi se turistička ponuda upotpunila i vidikovac dobio pravi izgled na kojem će turisti moći da uživaju u prirodnim ljepotama koje se mogu vidjeti sa tog mesta,i kako bi se upoznali sa prirodom Ulcinja.

Rok realizacije: U I kvartalu

Indikator: Postavljanje mobilijara

7.7. Podrška lovnom turizmu – Podrška lovnom turizmu ima isti cilj diversifikacije turističke ponude Ulcinja. Aktivni turizam je veoma bitan i to je vid sportsko aktivnog turizma.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum jedan sastanak

7.8. „Otkrijte skrivenogo-zaboravljenog bogatstvo“ – Revitalizacija starih česama u teritoriji Opštine Ulcinj-Revitalizacija starih česama je doprinos u očuvanju kulturnih dobara I sačuvanje sveukupne kulturne baštine našeg grada.Kao prioritrt u sve ukupnom broju česama u našem prostoru odvojile bi se :

- čuvena Begova česma
- Zanina(Vilina) česma , koje su u jakom lošem stanju a i
- Pašina česma koja je srušena a mogla bi biti jako prepoznatljivo mjesto za turiste.
- Česma Suma na Anamalskom području
- Velika česma (Vladimirske krute) na Anamalskom području

TO Ulcinj planira da kroz projekat valorizacije turističke ponude ove godine stavlja akcenat na Cesme koje ih imamo u velikom broju u našoj opštini i da uključimo sve relevantne subjekte da urade što bolji projekat - priču za naše česme. Ovaj projekat bi doprinio valorizaciji pojedinih manje poznatih lokaliteta i povezivanje istih lijepom pričom .

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: Uzavisnosti od realizacije budzeta i sardnje sa Opstinom i javnog poziva, min. revitalizacije 2 česme.

7.9. Ljetnja scena - Ljetnja scena ili kulturno ljetno u Ulcinju pod pokroviteljstvom Opštine, Centra za kulturu i TO Ulcinj se održava u avgustu i traje 20 dana. Svake noći gosti se upoznaju sa istorijom, kulturom i ljepotama Ulcinja i Crne Gore kroz različite kulturne programe. Ljetnja scena je izuzetno značajna za našu turističku ponudu imajući u obzir da se tokom tri nedjelje tamo okuplja veliki broj turista iz zemlje i regionala.

Rok realizacije: Avgustu mjesecu

Indikator: trajanje 25 dana, minimum 15 kulturnih dešavanja.

7.10. Postavljanje skulpture na Maloj plaži –Pristan, najatraktivnija zona za sve turiste, zbog svoje pozicije ispod zidina staroga grada , a i objekata i dešavanja u toku čitavog dana mora se oplemeniti sa dodatno posebnim sadržajima. Jedna od tih će biti i postavljanje skulpture.

Rok realizacije: II kvartalu

Indikator: postavljanje jedne skulptura.

7.11. Rekonstrukcija Informacionih punktova – TOU kao što smo već naveli, TO Ulcinj tokom ljetne turističke sezone otvara informacione punktove sa kojima raspolaže, odnosno u zavisnosti od situacije, razmatra mogućnost otvaranja i drugih objekata. TO Ulcinj mora investirati u postojećim punktovima u smislu podizanja kvaliteta usluga i poboljšanja uslova za rad, što u enterijeru a u nekim punktovima i u dijelu eksterijera vanjskog izgleda i uređenja okoline istih.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: rekonstrukcija 3 Infopunkt.

7.12. Otvaranje InfoPunkta Sukobin – TOU kao što smo već naveli, TO Ulcinj tokom ljetnje turističke sezone otvara informacione punktove sa kojima raspolaže, odnosno u zavisnosti od situacije, razmatra mogućnost otvaranja i drugih objekata. TO Ulcinj mora investirati u postojećimpunktovima u smislu podizanja kvaliteta usluga i poboljšanja uslova za rad, što u enterijeru a u nekim punktovima i u dijelu eksterijera vanjskog izgleda i uređenja okoline istih.

Rok realizacije: april-septembar

Indikator: omogućen rad 1-og Infopunkta.

7.13. Renoviranje Javnog Toaleta na Maloj plaži– TOU kao što smo već naveli, TO Ulcinj tokom ljetnje turističke sezone otvara informacione punktove sa kojima raspolaže, odnosno u zavisnosti od situacije, razmatra mogućnost otvaranja i drugih objekata. TO Ulcinj mora investirati u postojećimpunktovima u smislu podizanja kvaliteta usluga i poboljšanja uslova za rad, što u enterijeru a u nekim punktovima i u dijelu eksterijera vanjskog izgleda i uređenja okoline istih.

Rok realizacije: u II kvartalu

Indikator: stavljanje u funkciji postojećeg objekta

7.14. Simpozium O SERVANTESU –Legenda o Servantesu je jedinstvena , ali ne i valorizovana na pravi način. Kroz međunarodni simpozijum pokušaće se da se dokaže i valorizuje ova legenda.

Rok realizacije: III kvartalau

Indikator: dvodnevni simpozijum-Stari grad

8.PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE

8.1. Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara

Sredstva u iznosu od 10 % boravišne takse su opredijeljena shodno članu 8 Zakona o boravišnoj taksi („S1.list RCG“, br 11/04,13/04 i „S1.list RCG“ br. 48/15) za projekte valorizacije kulturne baštine za koji će biti raspisan javni poziv za finansiranje projekata.

FINANSIJSKI PLAN TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE ULCINJ ZA 2023.god.

Turistička Organizacija Opštine Ulcinj ma status pravnog lica, sa pravima i obavezama utvrđenim Zakonom, Odlukom i Statutom. Djelatnost Turističke Organizacije je vršenje poslova od javnog interesa u oblasti turizma, bez ostvarivanja neposredne dobiti.

Organizacija ostvaruje prihode od: boravišne takse u iznosu od 80 % od ukupne naplate, 60 % od članskog doprinosa, 40 % od turističke takse, donacija, kredita i drugih izvora u skladu sa Zakonom.

| r.b. | Naziv | Odnos | Nadzor |
|------|------------------------------|------------------------------|---------------------------------|
| 1. | Prihod od boravišne takse | 80% LTO 20% NTO | Nadl.organ Opštine |
| 2. | Prihod od turističke takse | 40% LTO 40% LS 20% NTO | Nadl.organ Opštine |
| 3. | Prihod od članskog doprinosa | 60% LTO 40% NTO | Nadl poreski opštinski organ!!! |

P R I H O D I

| P R I H O D I | Plan 2023 | Plan 2022 REBALANS | Index 23/22 | Struktura% |
|---|-----------------------|-----------------------|----------------|------------|
| | | | | / |
| Bužetska sredstva (sred koje opredjeli opština) | / | 30.000,00 € | / | / |
| Projektovana sopstvena sred i drugi izvori prihoda) | / | / | / | / |
| 2.1.Boravišna taksa | 900.000,00 € | 602.000,00 € | 149,50 | 71,14 |
| 2.2.Turistička taksa | 195.000,00 € | 135.000,00 € | 144,44 | 15,42 |
| 2.3.Članski doprinos | 150.000,00 € | 5.000,00 € | 3000 | 11,85 |
| 2.4.Dragi izvori | 20.000,00 € | 130.000,00€ | 15,38 | 1,58 |
| 2.5.Kreditna sredstva | / | / | / | / |
| UKUPNO SREDSTVA LTO | 1.265.000,00 € | 902.000,00 € | 140,24 | 100 |

Ovdje ćemo prikazati ostvarene prihode do 30.11.2022.godine, i iznose planiranih prihoda za 2023.godinu,

| R. br. | Vrsta prihoda | Ostvareno 30.11.2022 | Planirano. 2023 | Index (3:2) | Učešće 2023 |
|--------|----------------|-------------------------|---------------------|----------------|-------------|
| 0. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. | Borav.taksa | 565.217,42 | 900.000,00 | 159,23 | 71,14 |
| 2. | Turisti.taksa | 110.485,40 | 195.000,00 | 176,49 | 15,42 |
| 3. | Čl.doprinos | 1.163,89 | 150.000,00 | 12888 | 11,86 |
| 4. | Dragi izvori | 10.000,00 | 20.000,00 | 200 | 1,58 |
| 5. | Budz.Sred. | | / | / | / |
| 6. | Kred.sredstva | / | / | / | / |
| | UKUPNO: | 686.866,30 | 1.265,000,00 | 184,16 | 100 |

Finansijski Plan će se realizovati srazmjerno ostvarenim prihodima od Boravišne i Turističke takse i članskog doprinosa, prenosom na žiro račun Turističke Organizacije Opštine Ulcinj, ali i drugih izvora koje smo naveli u Plan prihoda.

Drugi izvori su prihodi od donacija i sponzorstva za određene aktivnosti-manifestacije koje će se održati i gde uvjek imamo pomoć od privrednika ili drugih institucija.

Planirani rashodi TO Ulcinj su bazirani na obimu poslova predviđenih Programom rada za 2023. godinu, na iskustvenim veličinama i trenutnim cijenama.

PLAN RASHODA za 2023. Godinu

1. INFORMATIVNA PROPAGANDNA DJELATNOST- je jedna od primarnih djelatnosti svih turističkih organizacija i shodno tome uvijek nastojimo da određeni iznos sredstava izdvojimo upravo za ove aktivnosti koje smo dolje naveli, kao što su otvaranje informacionih punktova bez kojih se ne može realizovati naplata boravišne takse i koje su na usluzi svim građanima i turistima koji borave u našem gradu a za koje smo izdvojili iznos pd 2.000 eur,, slijede internet stranica i socijalne mreže odnosno kampanja u elektronskim medijima u iznosu od 10.000,00 eur, realizacija sa štampanim i televizijskim medijima u iznosu od 6.000,00 eur, promotivni nastupi na sajmovima kao i road show prezentacije koje se realizuju u saradnji sa NTO i lokalnim turističkim organizacijama za koje smo izdvojili iznos od 42,500.000,00 eur odnosno 30.000,00 eur kao i realizacija posjete studijskih grupa novinara kao jedna vrlo važna aktivnost tokom cijele godine i koja direktno utiče na promociju turističke ponude grada u iznosu od 5.000,00 eur. Ove godine planirano je i postavljanje Outdoore led display u iznosu od 20.000,00eura i brendiranja „I love Ulcinj“ u iznosu od 10.000,00eura

Ukupan iznos za informativnu propagandnu djelatnost iznosi **125.500,00** eur i jedan je od većih stavki kada je poslovanje TO Ulcinj u pitanju upravo zbog činjenice da spada u primarne djelatnosti našeg poslovanja. Vrijeme realizacije informativne propagandne djelatnosti je tokom cijele godine .

| 1.INFORMATIVNO PROPAGANDNA DJELATNOST | 2023 | 2022 | INDEX23 /22 |
|--|-------------------|------------------|------------------------|
| 1.1. Informativna djelatnost | / | / | / |
| 1.2. Otvaranje TIB | 2.000,00 | 1.500,00 | 133,33 |
| 1.3. Održavanje internet stranice i drugih socijalnih mreža TO Ulcinj -Realizacija kampanje u elektro.medijima | 10.000,00 | 5.000,00 | 200 |
| 1.4. Realizacija kampanje u štam. medijima i outdoor kampanja - | 6.000,00 | 4.000,00 | 150 |
| 1.5. Promotivni nastupi na turističkim sajmovima | 42.500,00 | 35.000,00 | 121,42 |
| 1.6.Road Show prezentacije i nastupi | 30.000,00 | 6.000,00 | 500 |
| 1.7. Studijske grupe novinara | 5.000,00 | 6.000,00 | 83,33 |
| 1.8.Outdoore led display | 20.000,00 | / | / |
| 1.9 Brendiranje grada | 10.000,00 | / | / |
| UKUPNO: | 125.500,00 | 57.500,00 | 218,26 |

2. IZRADA PROPAGANDNOG MATERIALA – Ove godine smo planirali izradu opšteg kataloga odnosno turističkog vodiča kao jedan od osnovnih propagadnih materijala koje svaka turistička organizacija treba da posjeduje a za izradu ovog vodiča izdvojili smo iznos od 10.000,00 eur, za reprint ostalih kataloga koje već posjedujemo i mape grada u iznosu od 13.000,00 eur. Ukupan iznos koji je izdvojen za ovu stavku je **27.000,00 eur** a vrijeme realizacije je tokom cijele godine, dok indikatori realizovanja su većim dijelom mogući zbog neophodnosti posjedovanja navedenih kataloga.

| 2. IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA | 2023 | 2022 | Index23/ 22 |
|---|------------------|-----------------|------------------------|
| 2.1. Izrada opšteg kataloga grada I priručnika znamenitosti grada | 10.000,00 | 5.000,00 | 200 |
| 2.2. Reprint Katalog smjestaja | 3.000,00 | / | / |
| 2.3. Reprint kataloga i mape grada | 10.000,00 | 4.000,00 | 250 |
| 2.4. Mape-pješačkih I planinarskih staza | 4.000,00 | / | / |
| UKUPNO: | 27.000,00 | 9.000,00 | 300 |

3. IZRADA SUVENIRA I VIDEO MATERIALA- takođe spada u dio propagandne djelatnosti izradom određenih suvenira, novih fotografija i video spotova koje se mogu koristiti za određene prezentacije, razne nastupe na turističkim sajmovima ali i za medije i socijalne mreže. Za izradu suvenira planiran je iznos od 1.500,00 eur, izrada raznog propagandnog materijala iznos od 2.000,00 eur kao i izrada foto dokumentacije i video spota u iznosu od 8.500,00 eur. Ukupan iznos koji je izdvojen za ovu stavku je **12.000,00 eur** a vrijeme realizacije je tokom cijele godine, dok indikatori realizovanja su većim dijelom mogući zbog neophodnosti posjedovanja navedenih kataloga.

| 3.IZRADA SUVENIRA I VIDEO MATERIJALA | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|------------------|-----------------|-------------------|
| 3.1. Izrada suvenira | 1.500,00 | 1.500,00 | 100 |
| 3.2. Izrada propagandnog materiala | 2.000,00 | 2.000,00 | 100 |
| 3.3. Izrada foto dokumentacije I video spota | 8.500,00 | 4.000,00 | 212,50 |
| UKUPNO: | 12.000,00 | 7.500,00 | 160 |

4. ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA –Turistička organizacija Ulcinja ove godine je fokusirana na planu obogaćenja zabavne i kulturne ponude koja ga svrstava u primorska mjesta ekstra kvaliteta. Dolje navedene manifestacije su dijelom naše tradicionalne manifestacije koje se realizuju dugi niz godina.Naveli smo manifestacije za koje je Turistička Organizacija Ulcinj glavni organizator .Kao što se može vidjeti za naše tradicionalne manifestacije odnosno “**Svi za turizam**” kojom se označava početak ljetne turističke sezone izdvoji smo iznos od 50.000 eur, i “**Dolcinium International festival**” koji se planira održavati sedmu godinu za redom za šta smo odvojili 15.000,00 eura. Međunarodna kolonija slikara, tradicionalna jesenja manifestacija za koju smo planirali 15.000,00 eura I “**JESANJA KORPA**”-manifestacija koja se organizovala 2022 po prvi put sa tim nazivom I koja ima za cilj promovisanje grada Ulcinja kao grada koji sa proizvodnjom agruma zauzima možda I prvo mјrsto u CG, opredjeljena su 10.000,00 eura. Za doček **Nove Godine** je izdvojen iznos od 40.000,00 eur koje se planira organizovati u saradnji sa Opštinom Ulcinj i privredom našeg grada. Takođe, u prvoj tabeli su navedene i nekoliko drugih manifestacija koje iziskuju manje troškove.**Vrijeme I indikator realizacije je tokom cijele godine.**

4. ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA

Manifestacije čiji je glavni pokrovitelj i organizator Turistička Organizacija Ulcinj

| | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|-------------------|-------------------|---------------|
| 4.1. „SVI ZA TURIZAM“ | 50.000,00 | 18.000,00 | 277,77 |
| 4.1.1. MAJ FEST | | / | / |
| 4.1.2 GASTRO NIGHT | 15.000,00 | 12.900,00 | 116,2 |
| 4.1.3 KONCERT | 10.000,00 | / | / |
| 4.2. V D olcinium International Festival | 10.000,00 | 7.000,00 | 142,85 |
| 4.3. Medjunarodna Kolonija umjetnika | 4.000,00 | 3.000,00 | 133,33 |
| 4.4. Bojanovanje | 40.000,00 | 95.000,00 | 42,10 |
| 4.5.”JESENJA KORPA”-Dani agruma | 8.000,00 | 8.000,00 | 100 |
| 4.6.Dan TOU | | | |
| 4.7. Doček Nove Godine | | | |
| 4.8. Ostale nepredviđene aktivnosti | | | |
| SVEGA: | 152.000,00 | 143.900,00 | 105,62 |

Što se tiče donje tabele sa manifestacijama, u pitanju su aktivnosti koje će Turistička organizacija podržati i pomoći u realizaciji istih a koje se organizuju u saradnji sa drugim institucijama, nevladinim udruženjima I privrednicima. Takodje, vrijeme *realizacije je tokom cijele godine. Indikator realizacije zavisi od nosioca organizovanja manifestacija*

| Organizovanje i finansiranje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| 4.9. MARATONA | 2.000,00 | / | / |
| 4.10. Dan Opštine Ulcinj -Promocija drevnog maslinjaka Valdanosa | 5.000,00 | 1.000,00 | 500 |
| 4.11 Old timer fest | 5.000,00 | 1.000,00 | 500 |
| 4.12 Medjunarodni sajam Suvenira | 2.000,00 | 1.500,00 | 133,33 |
| 4.13 Dani bamije | 3.000,00 | 2.000,00 | 150 |
| 4.14.Gala night | 7.000,00 | 19.300,00 | 20,72 |
| 4.15.Motoriada | 3.000,00 | / | / |
| 4.16 Voznja brodom malih kapetana | 3.000,00 | / | / |
| 4.17. Dan Diaspore | 3.000,00 | 2.000,00 | 150 |
| 4.18. Festival Filma | 1.000,00 | 1.000,00 | 100 |
| 4.19. Djeciji festival | 2.000,00 | 2.000,00 | 100 |
| 4.20 Medunarodni Sajam Knjiga | 10.000,00 | 26.100,00 | 38,31 |
| 4.21. Masliniada -berba | 3.000,00 | / | / |
| 4.22. Kalimera Poetike - Basri Caprici 2023* | 3.000,00 | 2.000,00* | 150 |
| 4.23. 3rdBirdSaltPeople:FEST | 2.000,00 | / | / |
| 4.24. Finansiranje ostalih kulturno - zabavnih i sportskih manifestacija-KONKURS | 20.000,00 | 10.000,00 | 200 |
| 4.25.Donacije i finansiranje NVO | 8.000,00 | 4.000,00 | 200 |
| SVEGA | 82.000,00 | 71.900,00 | 115,65 |
| UKUPNO MANIFESTACIJE (4.1 – 4.25) | 234.000,00 | 215.800,00 | 108,93 |
| Napomena: manifestacije sa *su one koje su bile predvidene I realizovane u 2022 godini pod stavkom 7. | | | |

5. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA i ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA - Praćenje turističkog prometa i istraživanje tržišta podrazumijeva monitoring broja gostiju i anketu turista u iznosu od 1.500,00 eur, Welcome servis odnosno usluge koje Turistička organizacija Ulcinj nudi svakodnevno za goste koje nas posjećuju 3.000,00 eura , kao i koordinaciju i saradnju sa privredom i institucijama u turizmu za koju je izdvojila iznos od 4.500,00 eur. Ukupan iznos za praćenje turističkog prometa i istraživanje tržišta iznosi 9.000,00 eur.

| 5. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|-----------------|-----------------|-------------------|
| 5.1. Monitoring broja gostiju nedeljno -Anketa turista | 1.500,00 | / | / |
| 5.2. Welcome Servis | 3.000,00 | / | / |
| 5.3. Koordinacija i saradnja sa privredom i institucijama u Turizmu | 4.500,00 | 1.000,00 | 450 |
| UKUPNO: | 9.000,00 | 1.000,00 | 900 |

6. INICIJATIVA, KOORDINACIJA i EDUKACIJA - Za inicijativu i koordinaciju 1.500,00 eur, obilježavanje svjetskog dana PLANETE zemlje i dana turizma iznos od 1.000,00 eur, za konferenciju okruglog stola za zdravstveni turizam za koje Ulcinj posjeduje veliki potencijal shodno prirodnim resursima iznos od 1.500,00 eur, za aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije 4.000,00 eur i za strategiju razvoja turizma iznos od 3.000,00 eur.Isto tako I cilju inicijativa smo odvojili sredstva za učešće u Izradi projekta Turističke signalizacije (koje će raditi opština) u iznosu os 3.000,00 eura I za edukaciju stipendiranje BarTender u iznosu od 2.000,00 eura. Ukupno za ovu stavku su predviđena sredstva od **16.000,00 eura**. Mogućnosti realizovanje su tokom cijele godine shodno uslovima za ostalim institucijama i Opština Ulcinj.

| 6. INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA-Suzbijanje sive ekonomije | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|------------------|-----------------|-------------------|
| 6.1. Inicijativa i koordinacija - edukacija (tokom cijele godine) | 1.500,00 | 1.000,00 | 150 |
| 6.2. Obeležavanja- Svjetski dan planete Zemlje (II kvartal) -Svjetski dan turizma (III kvartal) | 1.000,00 | 1.000,00 | 100 |
| 6.3. Konferencija i okrugli sto - Zdravstveni Turizam | 1.500,00 | 1.500,00 | 100 |
| 6.4. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije – kampanje Online prijavljivanja gostiju | 4.000,00 | / | / |
| 6.5. Akcioni plan razvoja turizma na teritoriji Opštine | 3.000,00 | / | / |
| 6.6. Izrada projekta Turističke signalizacije | 3.000,00 | / | / |
| 6.7. Stipendiranje BarTender | 2.000,00 | / | / |
| UKUPNO: | 16.000,00 | 3.500,00 | 457,14 |

7. PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA i PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE – Ovdje se radi o projektima koje TO Ulcinj će realizovati u saradnji sa Opštinom, Nevladinim organizacijama I privrednicima grada. Radi se o projektima koje direktno utiču na poboljšanje turističke infrastructure kao I promociju kulturne ponude grada. Najveći iznos od 15.000,00 eura je izdvojen za realizaciju projekta koji ima za cilj promovisanje i valorizaciju Starogradske Tradicije, za turističku signalizaciju staroga grada 10,000,00 eura. Za rekonstrukciju ulcinjskih česmi za koje je Ulcinj prepoznat predviđena su sredstva od 10.000,00 eura, time bismo dali doprinos u očuvanju kulturnih dobara i sačuvali kulturnu baštinu našeg grada. Postavljanje skulpture na Maloj plaži 10,000,00 eura, Potsticanje dobijanja planinarskog kluba u našem gradu i markiranje staza 4,000,00 eura. Za realizaciju ovih projekata i aktivnosti izdvojen je iznos od 90.000,00 eur, odnosno 10% od ukupno planiranog iznosa od naplate boravišne takse. Ostali projekti su Rekonstrukcija punktova, otvaranje InfoPunkta na graničnom prelazu Sukobin, poboljšanje uslova u ruralnom području-seoska domaćinstva itd. Vrijeme i indikatori realizacije su mogući tokom cijele godine shodno uslovima i saradnje sa ostalim institucijama.

| 7. PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE | 2023 | 2022 | Index 23/22 |
|--|-------------------|-------------------|--------------------|
| 7.1, Starogradska tradicija | 15.000,00 | / | / |
| 7.2. Pranvera ne Ane te Malit | 5.000,00 | / | / |
| 7.3. Turisticka Signalizacija djela grada | 10.000,00 | / | / |
| 7.4. Podsticaje seoskih domaćinstava | 3.000,00 | / | / |
| 7.5. Podsticanje Planinarskih klubova | 1.000,00 | | / |
| 7.5.1 Čišćenje I Markiranje staza | 3.000,00 | / | |
| 7.6. Zavrsetak radova-rekonstrukcija vidikovca u Stegvasi | 5.000,00 | 5.000,00 | 100 |
| 7.7. Podrska lovnom turizmu | 1.000,00 | | / |
| 7.8. Otkrijte skriveno zaboravljenog bogatstvo – Kult vode, Ulcinjske česme | 10.000,00 | / | / |
| 7.9. Letnja scena* | 5.000,00 | 5.000,00* | 100 |
| 7.10. Postavljanje sculpture na Maloj plaži | 10.000,00 | / | / |
| 7.11. Rekonstrukcija punktova - Enterier eksterier postojećih | 5.000,00 | 3.000,00 | 166,66 |
| 7.12. Otvaranje infoBiroa -Sukobin | 10.000,00 | / | / |
| 7.13. Renoviranje javnog Toaleta na Maloj palazi | 2.000,00 | / | / |
| 7.14. SIMPOZIUM o SERVANTES – Medjunarodna konferencija | 5.000,00 | | / |
| *Napomena: Ostale nepredviđene aktivnosti I aktivnosti realizovane u 2022* (koje nisu predviđene u 2023) | | 6.000,00* | / |
| UKUPNO: | 90.000,00€ | 19.000,00* | 199,55 |

8. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE- su projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara. Iznos od 90.000,00 eur je izdvojen srazmjerno planiranom iznosu od boravišne takse koju ove godine planiramo naplatiti u iznosu od 900.000,00 eur a koja se realizuje u saradnji sa Opštinom Ulcinj. Vrijeme realizacije ovih projekata kao i indikator realizovanja zavisi od uslova i mogućnosti koje će biti propisane shodno Javnim pozivima I prijavljenim zainteresovanim subjektima.

| 8. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|------------------|-----------------|-------------------|
| 8.1. Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara.(sredstva od 10% od BT biće raspodijeljena po konkursu) | 90.000,00 | 1.000,00 | 9000 |
| UKUPNO: | 90.000,00 | 1.000,00 | 9000 |

9. *Troškovi* – U ovoj tabeli smo naveli fiksne troškove koje svaka organizacija ima i koje omogućavaju svakodnevno nesmetano poslovanje poslovanje. Kao što se može vidjeti iznos za određene stavke ne mijenja se iz godine u godinu, dok za određene aktivnosti potrebno je bilo povećati iznos shodno povećanju obima posla tokom ljetnje turističke sezone, a tiče se zakupa poslovnih prostorija odnosno informacionih punktova tokom sezone 18.000,00 eur. Ukupno stalni troškovi iznose 61.000,00 eur.

| 9. TROŠKOVI | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|------------------|------------------|-------------------|
| 9.1 Električna energija | 4.000,00 | 3.000,00 | 133,33 |
| 9.2. PTT (telefoni, mobilni telefoni internet, poštarnica) | 8.000,00 | 8.000,00 | 100 |
| 9.3. Vodovod I kanalizacija , komunalno | 1.000,00 | 1.000,00 | 100 |
| 9.4. Kancelarijski materijal,toneri, papir I dr. | 5.000,00 | 4.000,00 | 125 |
| 9.5. Materijalni troškovi za razne aktivnosti | 2.000,00 | 2.000,00 | 100 |
| 9.6. Sredstva za higijenu | 1.000,00 | 1.000,00 | 100 |
| 9.7. Gorivo (TOU, Inspektori, kontrolori) | 5.000,00 | 5.000,00 | 100 |
| 9.8. Održavanje programa i softvera | 4.000,00 | 4.000,00 | 100 |
| 9.9. Čišćenje, uređenje i održavanje poslovnih prostora (Kancelarije i 9 TIB) | 1.000,00 | 1.000,00 | 100 |
| 9.10. Stručna literatura i obuka kadrova | 500,00 | 500,00 | 100 |
| 9.11. Registracija i održavanje auta | 1.500,00 | 1.500,00 | 100 |
| 9.12. Zakup prostora za kancelarije i Informacione punktove u gradu | 18.000,00 | 18.000,00 | 100 |
| 9.13. Troskovi provizije, platnog prometa i bankarskih usluga | 1.500,00 | 1.500,00 | 100 |
| 9.14. Troškovi sredstava upotrebljeni za poklone | 2.500,00 | 2.000,00 | 125 |
| 9.15. Ostalo (Kartonske priznanice) | 6.000,00 | 6.000,00 | 100 |
| UKUPNO: | 61.000,00 | 58.500,00 | 104,27 |

10. *Nabavka osnovnih sredstava* – Svake godine je potrebno nabaviti sredstva koja su am potrebna za lakše poslovanje a u pitanju su Komjuteri, čitači i druge sredstve za koje smo izdvojili iznos od 6.000,00 eur, za kupovinu automobile koji nam je neophodan za svakodnevno završavanje poslova izdvojen je iznos od 10.000,00 eur, za održavanje opreme planiran je iznos od 1.000,00 eur dok za program računovodstva iznos od 4.000,00 eur. Mogućnost realizacije je tokom cijele godine shodno finansijskim uslovima.

| 10.NABAVKA OSNOVNIH SREDSTAVA | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|------------------|-----------------|-------------------|
| 10.1. Nabavka Osn sred (Komp, čitači, klime) | 6.000,00 | 5.500,00 | 109,09 |
| 10.2 Kupovina automobile-terensko | 10.000,00 | / | / |
| 10.3. Održavanje i popravka opreme | 1.000,00 | 1.500,00 | 66,66 |
| 10.4. Program za računovodstvo | 4.000,00 | / | / |
| UKUPNO: | 21.000,00 | 7.000,00 | 300 |

11. *Stručne usluge* - U ovoj tabeli smo naveli stručne usluge koje su neophodne za poslovanje tokom cijele godine a tu spadaju usluge prevodenja koje iznose 1.000,00 eur, Advokatske usluge u iznosu od 8.300,00 eur, troškovi revizije 1.200,00 eur, usluge za oglase i tendere u iznosu od 500,00 eur kao i ostale usluge u iznosu od 1.000,00 eur. Ukupan iznos za stručne usluge iznosi 12.000,00 eur.

| 11. STRUČNE USLUGE | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|---|------------------|-----------------|-------------------|
| 11.1. Usluge prevodenja | 1.000,00 | 200,00 | 500 |
| 11.2. Advokatske usluge | 8.300,00 | 8.000,00 | 103,75 |
| 11.3. Troškovi Revizije | 1.200,00 | 1.000,00 | 120 |
| 11.4. Troškovi oglasa i raspisivanje tendera | 500,00 | 100,00 | 500 |
| 11.5. Ostalo | 1.000,00 | / | / |
| UKUPNO: | 12.000,00 | 9.300,00 | 129,03 |

12. *Zarade zaposlenih* - za ovu godinu iznose 320.000,00 eur a tu spadaju zarade za stalno zaposlene u iznosu od 150.000,00 eur, Sezonske radnike u iznosu od 130.000,00 eur i naknade Izvršnog i Nadzornog odbora u iznosu od 40.000,00 eur.

| 12. ZARADE ZAPOSLENIH | 2023 | 2022 | Index23/23 |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|
| 12.1. Zarade zaposlenih i ostala lična primanja - stalno zaposlenih | 150.000,00 | 137.000,00 | 109,48 |
| 12.2. Sezonski radnici | 130.000,00 | 189.800,00 | 68,49 |
| 12.3. Upravni i nadzorni odbor | 40.000,00 | 33.000,00 | 121,21 |
| UKUPNO: | 320.000,00 | 359.800,00 | 88,93 |

13. *Ostala primanja* – Pod ostalim primanjima je izdvojen iznos od 22.000,00 eur, a to su ostala primanja od 5.000,00 eur, ugovorene usluge u iznosu od 10.000,00 eur kao i dnevnice za službena putovanja u iznosu od 7.000,00 eur.

| 13. OSTALA PRIMANJA | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|---|------------------|------------------|-------------------|
| 13.1. Ostala primanja | 5.000,00 | 5.000,00 | 100 |
| 13.2. Ugovorene usluge | 10.000,00 | 7.000,00 | 142,85 |
| 13.3.Dnev za sluzb put. u zemlji i van) | 7.000,00 | 7.000,00 | 100 |
| UKUPNO: | 22.000,00 | 19.000,00 | 115,78 |

14. Reprezentacija – Za sve institucije a pogotovo institucije koje bave promocijom turističke ponude grada troškovi reprezentacije su jako bitni. Ove godine je izdvojen iznos od 12.000,00 eur, a za potrebe zaposlenih odnosno pomoć I nagrade iznos od 2.000,00 eur. Ukupan iznos je 14.000,00 eur.

| 14. REPREZENTACIJA | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|---|------------------|------------------|-------------------|
| 14.1. Troškovi reprezentacije i sastanaka | 12.000,00 | 12.000,00 | 100 |
| 14.2. Ostale potrebe zaposlenih (pomoć, nagrade...) | 2.000,00 | 2.000,00 | 100 |
| UKUPNO: | 14.000,00 | 14.000,00 | 100 |

15. Lizing automobila - Turistička Organizacija Ulcinj je 2018.godine uzela na lizing automobil marke Opel Insignia koju na osnovu ugovora otplaćuje svakog mjeseca u periodu od 5 godina. Iznos od 5.000,00 jer je planiran za cijelu 2023.godinu.

| 15. LIZING AUTOMOBILA | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|------------------------------|-----------------|-----------------|-------------------|
| 15.1. Lizing Automobila | 5.000,00 | 5.000,00 | 100 |
| UKUPNO: | 5.000,00 | 5.000,00 | 100 |

16. Ostali troškovi - Pod ostalim troškovima podrazumijevaju se troškovi iz ranijih godina u iznosu od 26.000,00+26.000,00 eur,za doprinose I dobavljače, obaveze prema opštini 120.000,00 I ostali nepredviđeni troškovi u iznosu od 5.000,00 eur, tako da ukupno iznose 177.000,00 eur.

| 16. OSTALI TROŠKOVI | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|--|-------------------|------------------|-------------------|
| 17.1. Troškovi iz ranijih godina-doprinosi | 26.000,00 | / | / |
| 17.2. Ostalo iz 2022 | 26.000,00 | 60.000,00 | 43,33 |
| 17.3. Obaveze prema opštini od 2022 | 120.000,00 | / | / |
| 17.4. Ostali nepredviđeni rashodi | 5.000,00 | 5.000,00 | 100 |
| UKUPNO: | 177.000,00 | 60.000,00 | 295 |

17. Tekuća rezerva – Pod tekućom rezervom podrazumijeva se razlika između planiranih prihoda i rashoda koja ove godine iznosi 29,500,00 eur i koja se mogu koristiti za određene neplanirane aktivnosti tokom cijele godine.

| 17. TEKUĆA REZERVA | 2023 | 2022 | Index23/22 |
|-------------------------------------|------------------|------------------|-------------------|
| 18.1. U slučaju interventnih usluga | 30.500,00 | 56.100,00 | 52,58 |
| UKUPNO: | 29.500,00 | 56.100,00 | 52,58 |

REKAPITULACIJA

| REKAPITULACIJA | | 2023 | 2022 REBALANS | Index 23/22 |
|-------------------------------|---|-------------------|-------------------|----------------|
| 1. | INFORMATIVNO PROPAGANDNA DJELATNOST | 125.500,00 | 57.500,00 | 218,26 |
| 2. | IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA | 27.000,00 | 9.000,00 | 300 |
| 3. | IZRADA SUVENIRA I VIDEO MATERIJALA | 12.000,00 | 7.500,00 | 160 |
| 4. | ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA | 234.000,00 | 215.800,00* | 108,93 |
| 5. | PRAĆENJE TURISTI. PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA | 9.000,00 | 1.000,00 | 900 |
| 6. | INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA | 16.000,00 | 3.500,00 | 457,14 |
| 7. | PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURIS. PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE | 90.000,00 | 19.000,00* | 199,55 |
| 8. | PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE | 90.000,00 | 1.000,00 | 9000 |
| UKUPNO | | 603.500,00 | 313.300,00 | 192,62 |
| 9. | TROŠKOVI | 61.000,00 | 58.500,00 | 104,27 |
| 10. | NABAVKA OSNOVNIH SREDSTAVA | 21.000,00 | 7.000,00 | 300 |
| 11. | STRUČNE USLUGE | 12.000,00 | 9.300,00 | 129,03 |
| 12. | ZARADE ZAPOSLENIH | 320.000,00 | 359.800,00 | 88,38 |
| 13. | OSTALA PRIMANJA I DNEVNICE | 22.000,00 | 19.000,00 | 115,78 |
| 14. | REPREZENTACIJA I TROŠKOVI SASTANKA | 14.000,00 | 14.000,00 | 100 |
| 15. | LIZING AUTOMOBILA | 5.000,00 | 5.000,00 | 100 |
| 16. | OSTALI TROŠKOVI | 177.000,00 | 60.000,00 | 295 |
| UKUPNO TROŠKOVI | | 632.000,00 | 532.600,00 | 118,28 |
| 17. | TEKUĆA REZERVA | 29.500,00 | 56.100,00 | 52,58 |
| UKUPNAN BUDŽET ZA 2023 | | 1.265.000 | 902.000,00 | 140,24 |

Predsjednik Skupštine TOU

Omer Bajraktari