



SoulAdventur

TURISTIČKA ORGANIZACIJA - ULCINJ
ORGANIZATA TURISTIKE - ULCINJ
BR NR 01-2113-3/25
ULCINJ, ULCINJ 16.12.2025 god.vil

**PROGRAM RADA SA PROGRAMOM TURISTIČKE
INFORMATIVNO PROPAGANDNE DJELATNOSTI
I FINANSIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE ULCINJ
ZA 2026. GODINU**



Ulcinj, Decembar 2025

OSNIVANJE

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

DJELATNOST

Zadaci Turističke Organizacije su:

- Unapređenje i promocija izvornih vrijednosti područja opštine Ulcinj u funkciji razvoja turizma;
- Stvaranje uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji opštine Ulcinj;
- 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;
- Izrada turističko-propagandnog i drugog informativnog materijala;
- Podsticanje, koordiniranje i organizovanje kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih i drugih manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude;
- 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;
- Pružanje informacija o radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovine i drugih informacija potrebnih za boravak turista;
- 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;
- Dostavljanje prijave i odjave boravka u skladu sa zakonom;
- Podsticanje aktiviranja područja opštine koja nijesu ili su nedovoljno uključena u turistički promet;
- Podsticanje i organizovanje akcija usmjerenih na zaštitu i očuvanje turističkog prostora, životne sredine i kulturnog nasljeđa;
- Realizovanje programa aktivnosti boravka studijskih grupa i novinara na teritoriji svog djelovanja;
- 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;
- Sačinjavanje baze podataka obaveznih članova organizacije na teritoriji opštine Ulcinj;
- Organizovanje turističko-informativnih biroa u turističkim mjestima, za koje ocijeni potrebu;
- Prikupljanje i obrada podataka (dnevna, nedjeljna i mjesečna) o turističkom prometu i njihovoj strukturi na području opštine, kao i izrada mjesečnog izvještaja o turističkom prometu za potrebe nadležnog organa za poslove statistike i Nacionalne turističke organizacije;
- Vođenje evidencije o naplati boravišne takse, turističke takse i članskog doprinosa;
- Procjena neobuhvaćenog turističkog prometa na nivou opštine Ulcinj u skladu sa metodologijom koju propisuje Ministarstvo;
- Saradnja sa organima opštine u cilju donošenja i sprovođenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine Ulcinj;
- Saradnja sa lokalnim udruženjima i nevladinim organizacijama iz oblasti turizma i ugostiteljstva i njima komplementarnim djelatnostima;
- Saradnja sa drugim lokalnim turističkim organizacijama u Crnoj Gori;

- Sprovođenje anketa i drugih istraživanja u cilju utvrđivanja ocjene kvaliteta turističkog proizvoda na teritoriji opštine Ulcinj;
- Izrada izvještaja i informacija za potrebe Nacionalne turističke organizacije;
- Dostavljanje godišnjeg plana za unaprjeđenje i razvoj turizma na uvid i odobrenje Nacionalnoj turističkoj organizaciji;
- Obavljanje i drugih poslova u cilju promocije turističkog proizvoda na teritoriji opštine Ulcinj;
- Saradnja sa istim ili sličnim organizacijama van Crne Gore.

ORGANI ORGANIZACIJE

Organi Organizacije su:

1. Skupština – ima 24 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 budžeta,
5. Dobrovoljnih priloga (donacija),
6. Kredita,
7. Iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

ZAPOSLENI

U TO Ulcinj trenutno ima:

- 13 zaposlenih na neodrećeno i 2 u mandatu

Na osnovu pravilnika o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta TO Ulcinj ima predviđeno:

- 74 ukupno sezonskih izvršilaca od kojih:
- 53 sezonskih izvršilaca Informater – Operater,
- 15 sezonskih izvršilaca Saradnik i
- 6 sezonskih izvršilaca Turistički kontrolori.

Zavisno od obima posla TO Ulcinj u toku turističke sezone sa sezonskim izvršiocima zasniva radni odnos na određeno vrijeme sezonskog karaktera.

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 iznajmljenim poslovnim prostorijama, foto arhiva, jedan putnički automobil – Opel Insignia, motor – SYM JET 14 125 ABS a sve to se konstatuje godišnjim popisima.

I OPŠTE SMJERNICE

U V O D

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.

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. Učestalim i svestranim promotivnim aktivnostima i nastupima, reklamno propagandnim materijalom, predloženim manifestacijama, turističkom infrastrukturu i ostalim aktivnostima Turistička organizacija Ulcinj će i dalje nastojati da svojim aktivnostima doprinosi boljoj valorizaciji i promociji opštine Ulcinj.

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 Ministarstvo turizma i Nacionalne turističke organizacije. Opština Ulcinj i TO-Ulcinj će i ove godine kao svake godine obavljati osnovnu, informativnu propagandu djelatnosti i sarađivati sa svim subjektima sa područja opštine Ulcinj o šire za zastupanje interesa turističke privrede u okviru funkcije i ovlašćenja Turističke organizacije.

Turistička organizacija Opštine Ulcinj će u 2026.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.

Predloženo je diversifikacija ponudu u turizmu, uvođenjem dodatnih sadržaja. Tako da će se turistički kapaciteti koristiti tokom cijele godine, i ne bi postojala prenatrpanost i opterećenost kapaciteta u sezoni. Putem adekvatnih ponuda kroz program smo se potrudili 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.

Akcenat je stavljen na Outdoor turizam i Eko turizam koji su prepoznati kao vidovi turizma koji direktno idu u prilog održivosti. Preme tome kroz program stvoreni su uslovi i obezbjeđiće se infrastruktura za valorizaciju svih prirodnih lepota i kulturno istorijskih dobara, i da tu ponudu predstavimo ciljnim grupama preko marketinških instrumenata.

STATISTIČKI I FINANSIJSKI PODACI ZA PERIOD 01.01.2025 do 30.10.2025

Polazeći od činjenice da najveći problem koji utiče na normalno odvijanje turističke sezone jeste upravo problem sivog tržišta, posebno u registrovanju i evidenciji privatnih kuća i apartmana, I da Turistička Organizacija bez veće podrške od strane države i lokalne samouprave ne može ništa da uradi u tom smjeru, kroz plan predlaže se mogućnost da kroz saradnju relevantnih institucija da utiče na smanjenje sivog tržišta kako putem sastanaka i angažovanje dodatnih kontrola tako i putem kampanje u medijima.

Ne može se reći da sezona nije bila dobra, ali smo svjesni da statistički podaci ne odgovaraju realnom broju turista koji svoj odmor provedu u našem gradu.

U nastavku analize date su tabele sa statističkim podacima u skladu sa smjernicama NTO CG

1.

DOLASCI TURISTA I OSTVARENIH NOĆENJA U OPŠTINI ULCINJ zaključno sa 30.09.2025.god.*				
Vrsta smještajnog objekta	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Index dolasci	Index noćenja
Kolektivni smještaj	89 457	393 463	103%	96,4%
Individualni smještaj	187 284	1 070 218	94,84%	95,43%
Ukupno	276 741	1 463 681	97,3%	95,7%

*Tabela 1. Podaci po monstatu sa sa 30.09.2025

2.

Ukupan broj dolazaka i ostvarenih noćenja po mjesecima					
	Mjesec	Dolasci turista	Noćenja turista	Indeks dolasci	Indeks noćenja
1.	Januar	2022	14456	110,55	105,76
2.	Februar	2174	15204	100,09	99,22
3.	Mart	2168	17490	75,57	89,98
4.	April	10594	29912	115,32	80,37
5.	Maj	15626	69330	104,91	105,17
6.	Jun	34673	170187	107,69	104,29
7.	Jul	91021	444573	92,45	91,83
8.	Avgust	111885	531638	93,15	93,83
9.	Septembar	27198	142770	105,64	102,82
10.	Oktobar* oktobar po program RB90 TOU	3382	26146	104,03	103,87
11.	Novembar				
12.	Decembar				
	UKUPNO	280.123	1 489 827	96,79	95,57

*Tabela 2. Podaci po monstatu do 30.09.2025 i oktobar iz RB 90 i naše online aplikacije

Vrsta smještajnog objekta	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Strani	Domaći	Ukupno	Strani	Domaći	Ukupno
	(1)	(2)	(3)=(1)+(2)	(1)	(2)	(3)=(1)+(2)
Ukupno	297 624	20 264	317 888	1 487 451	84 902	1 572 353
Objekti kolektivnog smještaja	71 960	18 119	90 079	343 660	74 875	418 535
Hotel	54 843	15 027	69 870	267 910	62 090	330 000
Garni hotel	239	16	255	595	28	623
Mali hotel	7441	1 065	8 506	28 045	4 609	32 654
Apart hotel	648	9	657	1077	14	1 091
Turisticko naselje	5 287	1 806	7 093	29 674	7314	36 988
Kamp	3 502	196	3 698	16 359	820	17 179
Individualni turistički smještaj	225 664	2 145	227 809	1 143 791	10 027	1 153 818

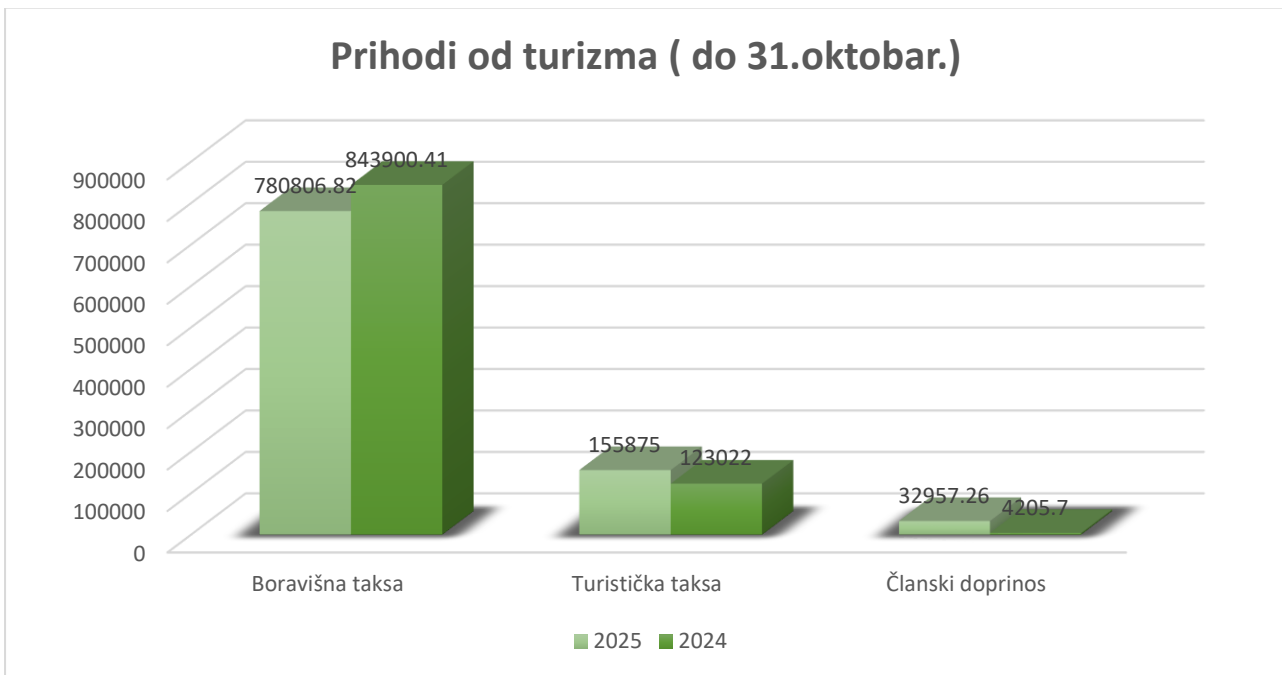
*Broj dolazaka i ostvarenih noćenja po vrsti smještajnog objekta za 2024.god. prema MONSTAT-u.

Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u opštini							
Naziv zemlje pripadnosti	Dolasci turista u opštini	Ostvarena noćenja u opštini	Prosje. dužina boravka u danima	STRUKTURA U %		INDEX-i	
				turisti	noćenja	turisti	noćenja
EVROPA	180720	1033360	5,72	96,50	96,56	94,22	94,68
Albanija	7169	43631	6,09	3,83	4,08	103,67	108,98
Austrija	2187	10691	4,89	1,17	1,00	89,74	84,25
Belgija	1774	8213	4,63	0,95	0,77	92,83	88,80
Bjelorusija	191	1368	7,16	0,10	0,13	96,46	94,02
Bosna i Hercegovina	28414	142990	5,03	15,17	13,36	91,37	91,90
Bugarska	253	1121	4,43	0,14	0,10	140,56	99,82
Češka Republika	1307	7383	5,65	0,70	0,69	112,09	98,20
Danska	406	2085	5,14	0,22	0,19	99,51	94,86
Estonija	72	285	3,96	0,04	0,03	67,92	58,16
Finska	455	2272	4,99	0,24	0,21	99,34	77,20
Francuska	2140	9967	4,66	1,14	0,93	110,20	99,81
Grčka	61	200	3,28	0,03	0,02	119,61	88,50
Holandija	1334	7335	5,50	0,71	0,69	119,11	108,06
Hrvatska	1023	5945	5,81	0,55	0,56	99,42	89,24
Irska	192	796	4,15	0,10	0,07	140,15	125,35
Island	8	23	2,88	0,00	0,00	50,00	47,92
Italija	1091	5254	4,82	0,58	0,49	102,25	113,40
Kipar	3	16	5,33	0,00	0,00	#DIV/0!	#DIV/0!
Kosovo	44172	208688	4,72	23,59	19,50	83,45	84,57
Letonija	125	625	5,00	0,07	0,06	105,93	107,94
Litvanija	860	4771	5,55	0,46	0,45	145,52	138,89
Luksemburg	415	2882	6,94	0,22	0,27	94,32	116,07

Mađarska	3505	19090	5,45	1,87	1,78	104,85	103,38
Malta	5	40	8,00	0,00	0,00	27,78	17,09
Rep. Sjeverna Makedonija	7024	40232	5,73	3,75	3,76	88,43	88,98
Norveška	640	3967	6,20	0,34	0,37	94,12	90,30
Njemačka	17311	98572	5,69	9,24	9,21	89,66	91,53
Poljska	5606	36996	6,60	2,99	3,46	105,06	99,50
Portugalija	65	287	4,42	0,03	0,03	83,33	80,85
Rumunija	1950	11222	5,75	1,04	1,05	105,01	103,97
Ruska Federacija	3375	31861	9,44	1,80	2,98	103,75	92,25
Slovačka	989	5820	5,88	0,53	0,54	94,19	88,56
Slovenija	1245	7342	5,90	0,66	0,69	95,70	98,78
Srbija	33575	243636	7,26	17,93	22,77	107,47	104,95
Španija	205	769	3,75	0,11	0,07	164,00	192,25
Švajcarska (uključujući Lihtenštajn)	3958	18990	4,80	2,11	1,77	86,87	82,93
Švedska	2104	11597	5,51	1,12	1,08	77,35	76,85
Turska	1465	10332	7,05	0,78	0,97	132,34	123,18
Ukrajina	2065	15999	7,75	1,10	1,49	127,78	113,83
Ujedinjeno Kraljevstvo	1774	8417	4,74	0,95	0,79	101,72	97,23
Ostale evropske zemlje	207	1650	7,97	0,11	0,15	99,04	120,61
VANEVROPSKE zemlje	4187	25175	6,01	2,24	2,35	114,43	124,99
Južna Afrika	20	54	2,70	0,01	0,01	80,00	34,84
Ostale afričke zemlje	95	422	4,44	0,05	0,04	133,80	103,43
Kanada	387	2381	6,15	0,21	0,22	108,71	119,89
SAD	1274	8113	6,37	0,68	0,76	98,15	115,52
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	78	904	11,59	0,04	0,08	141,82	118,64
Argentina	31	407	13,13	0,02	0,04	147,62	151,87
Brazil	46	379	8,24	0,02	0,04	176,92	252,67
Čile	13	72	5,54	0,01	0,01	260,00	423,53
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike	66	374	5,67	0,04	0,03	200,00	186,07
Kina (uključujući Hong Kong)	88	512	5,82	0,05	0,05	67,18	125,80
Japan	10	94	9,40	0,01	0,01	100,00	39,33
Koreja, Republika (Južna Koreja)	8	29	3,63	0,00	0,00	200,00	263,64
Izrael	183	784	4,28	0,10	0,07	198,91	105,80
Indija	129	379	2,94	0,07	0,04	151,76	90,02
Azerbejdžan	205	3470	16,93	0,11	0,32	197,12	209,04
Ostale azijske zemlje	383	2264	5,91	0,20	0,21	147,31	132,48
Australija	993	3753	3,78	0,53	0,35	113,10	113,08
Novi Zeland	168	734	4,37	0,09	0,07	85,71	114,33
Ostale zemlje Okeanije	10	50	5,00	0,01	0,00	111,11	227,27
UKUPNO STRANE ZEMLJE	184907	1058535	5,72	98,73	98,91	94,60	95,23
CRNA GORA	2377	11683	4,92	1,27	1,09	123,48	117,42
UKUPNO	187284	1070218	5,71	100,00	100,00	94,84	95,43

*Ovi podaci su iz Programa RB90 punktevi I online aplikacija

PRIHODI OD TURIZMA								
PERIOD	NAMJENSKI PRIHODI							
	Prih. od boravišne takse	Index2 5/24	Prihodi od turističke takse	Index 25/24	Prihod članskog doprina	Index 25/24	Ukupni namjenski prihodi	Index 25/24
1.JANUAR	9.734,91	125,59	3.067,00	66,13	/	-	12.801,91	103,32
2.FEBRUAR	12.310,06	110	4.612,00	101,54	/	-	16.922,06	107,47
3.MART	13.588.24	64,70	2.573,00	92	/	-	16.161.24	66,20
4.APRIL	13.991,02	104,41	7.262,00	199	757,10	113	22.010,12	124,19
5.MAJ	27.582,20	95	12.794,00	190,6	935,20	7793,33	41.311,40	115,44
6.JUN	84.720,59	154,2	17.606,00	133,76	5.180,00	43166,6	107.506,59	157,75
7.JUL	217.251,40	85,7	27.381,00	102,52	13.187,00	109891,6	257.819,40	92
8.AVGUST	271.034,00	88,7	37.566,00	133,76	11.467,54	95562,8	320.067,54	95,93
9.SEPTEMBAR	103.047.60	90,11	29.978,00	139,2	1.389,96	-	134.415.56	98,91
10.OKTOBAR	27.546,80	83	13.036,00	117	40,46	1,40	40.623,26	86,04
11.NOVEMBA	/		/		/			
12.DECEMBAR	/		/		/			
UKUPNO	780.806.82	92,52	155.875,00	126,7	32.957,26		969.639,08	99,85



NAJVEĆI UPLATIOCI BORAVIŠNE TAKSE OPŠTINE ULCINJ ZA PERIOD 01.01-31.10.2024			
NAZIV UPLATIOCA		IZNOS 100%	index
1	AZUL BEACH – KARISMA RESORT	95.876,50	112,23
2	ARGOS DOO – HOTEL OTRANT	30.951,50	53,50
3	HTP ULCINJSKA RIVIJERA	22.000,00	126
4	BECOVIC MENAGMENT – HOTEL MEDITERAN	17.663,00	95,66
5	HOTEL ALBATROS	10.367,50	63,44
6	HOTEL OLEA	8.228,00	123,38
7	TRO RESORT	6.474,00	-
8	SKANDINAVIAN HOME DOO	6.209,00	54,73
9	HOTEL MONTEFILA & PRIMAFILA	5.789,00	107
10	MALI HOTEL NOBEL	5.121,00	-

PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ANALIZA TRŽIŠTA 2025.GOD PO INFO PUNKTEVIMA I ONLINE APLIKACIJU

TO Ulcinj je redovno sedmično, mjesečno i godišnje vršila praćenje i analizu turističkog prometa na području Opštine Ulcinj, što je predstavljalo redovnu aktivnost organizacije. Na taj način su prikupljeni i sljedeći podaci:

Statistički podaci na osnovu programa RB 90

U punktovima se takođe vrši prijava boravka i usluga uplate boravišne takse. Nove tehnologija kojima su punktovi opremljeni pružaju bolji uvid u podatke zato što je uveden novi softver koji nam omogućava potpuni uvid u tržište i pruža precizne podatke o strukturi gostiju. Sistem omogućava obračun boravišne takse kao i prijavu boravka, te kreiranje dnevnih i periodičnih izvještaja po mjesecima, godinama, vrstama smještaja, statistike po državama, domaćim i stranim gostima.

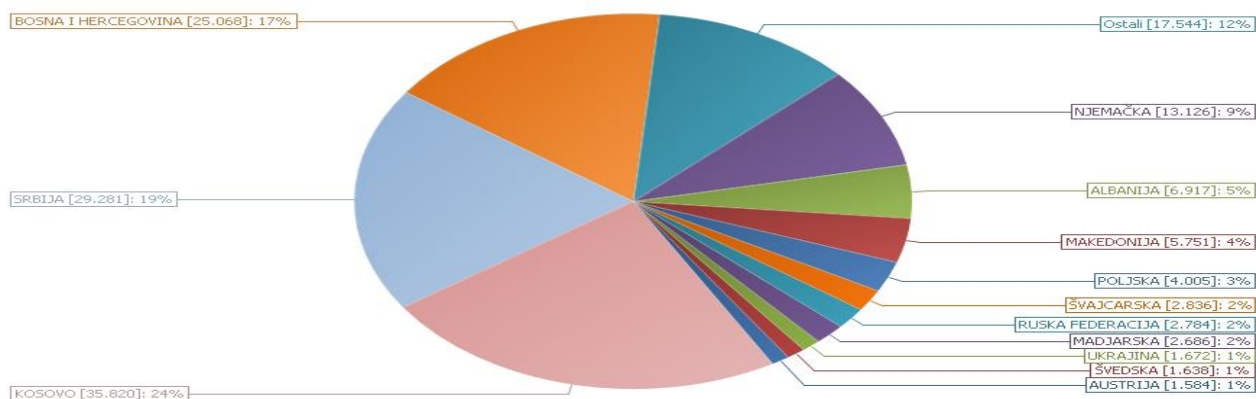
Tab. 1 - Pregled rada Informacionih Punktova za 2025.godinu

Info Puntk	Datum	Turisti	Noćenja	Naplata BT
Punkt Centrala	01.07.2025 i nastav	1.445	7.445	5.846,50
Punkt 1 (Ploča)	03.01 – 30.09.2025	17.088	77.090	62.576,50
Punkt 2 (Aut stanica)	Cijela godina	30.341	243.761	162.504,50
Punkt 3 (Djerane)	Cjele godine.	36.565	200.590	145.417,50
Punkt 4 (Centar Štoj)	14.06 – 30.09.	29.851	203.202	127.234,00
Punkt 6 (Kruce)	03.07 – 31.08.	1.318	15.948	6.383,00
Punkt 7 (Imperial)	01.07 – 10.09.	17.290	93.649	66.741,00
Punkt 8 (Objek. Lika)	01.07 – 10.09.	9.611	45.774	34.713,50
Punkt 10 -Pinjes	01.07 – 10.09.	6.287	27.603	22.362,00
UKUPNO		149.796	915.072	633.778,50

Tab. 2 – Pregled uporednih podataka 2025/2024.godine sa indexima

INFO PUNKT	Turisti Index 25/24	Noćenj Index 25/24	Bor.Tak.Index 25/24
Punkt Centrala	209,72	128,76	127,83
Punkt 1 (Ploča)	77,22	81,44	79,45
Punkt 2 (Aut. stanica)	80,79	87,64	81,90
Punkt 3 (Djerane)	97,73	102,28	101,64
Punkt 4 (Centar Štoj)	96,20	92,48	96,32
Punkt 6 (Kruce)	87,70	90,36	79,30
Punkt 7 (Imperial)	84,19	87,32	84,37
Punkt 8 (Objekat Lika)	78,91	81,15	81,28
Punkt 10 (Pinjes Kara.)	80,71	79,09	80,40
UKUPNO	87,69	87,90	88,69

Broj gostiju po državama (01.01.2025-11.11.2025)



Statistički podaci na osnovu ONLINE APLIKACIJE

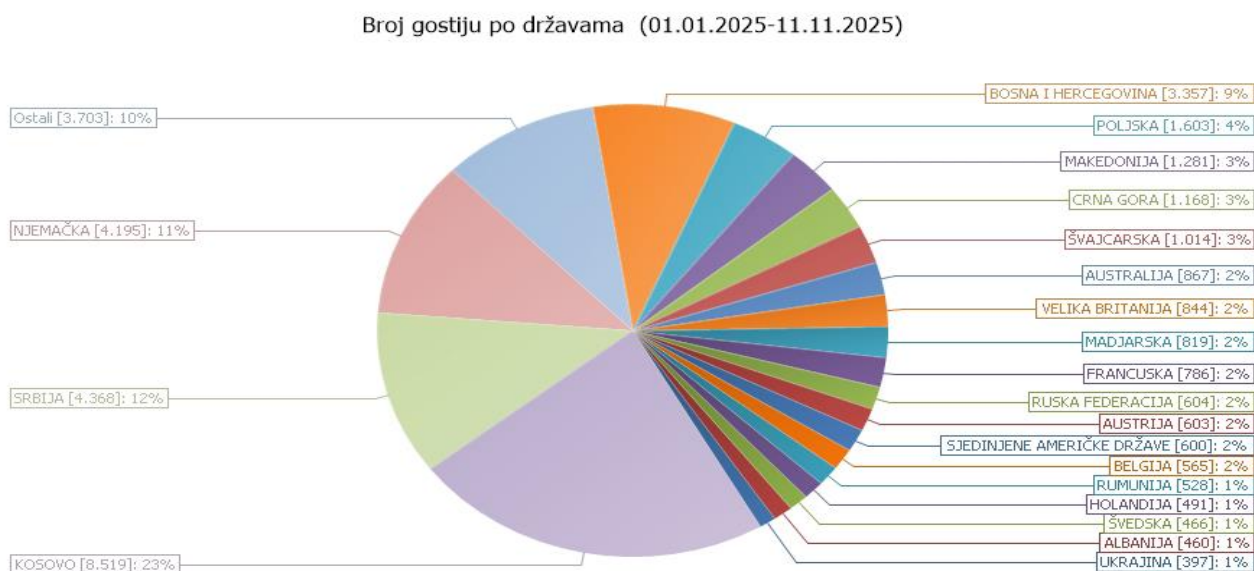
Cilj Turističke organizacije je unapređenje turističkog sektora kroz uvođenje modernih tehnoloških rešenja koja pojednostavljaju administrativne procese za izdavaoce smeštaja i poboljšavaju iskustvo gostiju. Jedan od ključnih alata u ovom procesu jeste online aplikacija koja omogućava brz i efikasan sistem prijave gostiju, evidentiranje noćenja i naplatu boravišne takse. Aplikacija je dizajnirana kako bi omogućila izdavaocima smeštaja da jednostavno prijave svoje goste i evidentiraju neophodne podatke, čime se smanjuje administrativni posao i omogućava fokus na kvalitet usluga. Gosti takođe imaju koristi jer je proces prijave brži i prilagođen modernim potrebama. Tokom 2024. godine evidentiran je značajan rast broja korisnika aplikacije. Broj korisnika povećan je sa 80 u prethodnoj godini na čak 140 korisnika, što predstavlja rast od 75%. Ovaj porast ukazuje na sve veću svjest među izdavaocima smeštaja o prednostima digitalnih rešenja za upravljanje gostima i obavezama prema Turističkoj organizaciji.

Ovaj rast dodatno potvrđuje uspjeh inicijative za digitalizaciju i implementaciju savremenih tehnologija, koja doprinosi većoj transparentnosti, boljoj kontroli i unapređenju kvaliteta turističkih usluga. Cilj za naredni period jeste da se još više izdavaoca smeštaja motiviše na korišćenje online aplikacije kako bi se osigurao još veći obuhvat i unapredili rezultati na nivou celokupnog sektora..

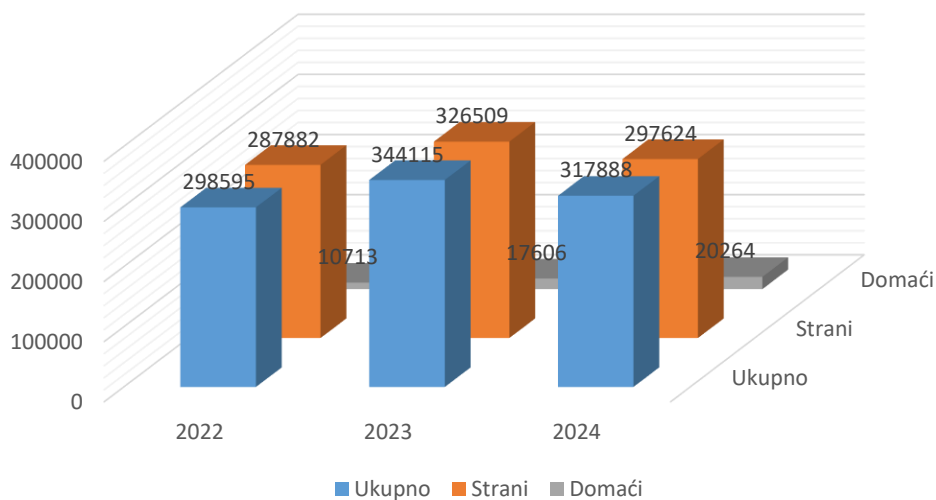
Ukupan broj gostiju	37.176
Realizovana noćenja	151.098
Naplaćena boravišna taksa	122.857.50 eur

DOLASCI TURISTA U OPŠTINI PO DRŽAVAMA, OSTVARENA NOCENJA I PROCENTUALNO UČEŠĆE

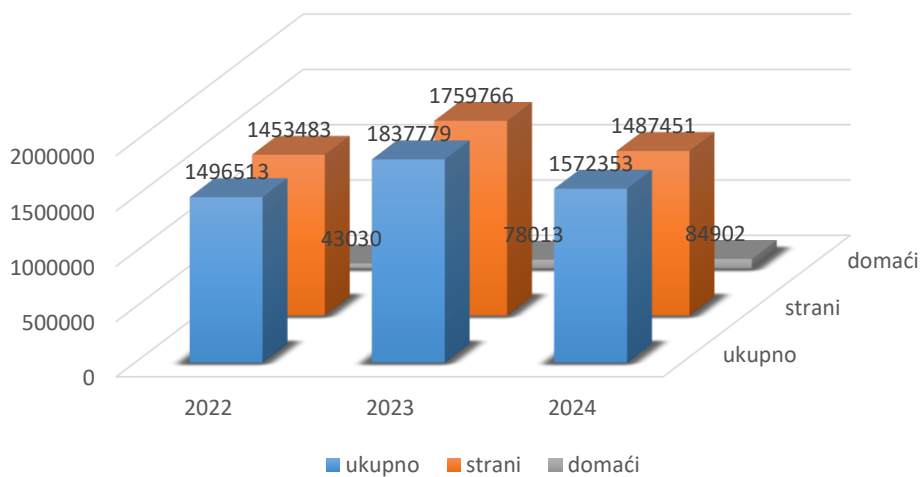
Grafički prikaz- Online aplikacija



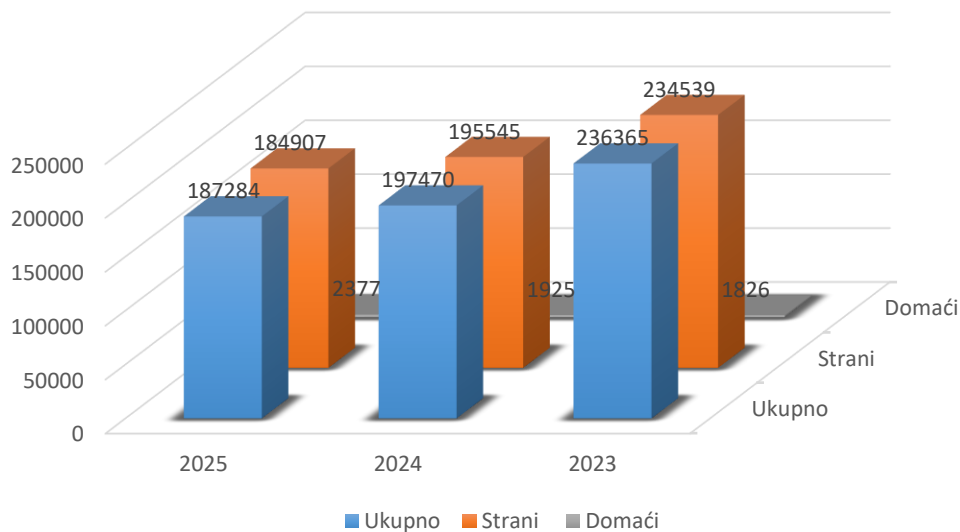
Ukupan broj dolazaka turista u opštini Ulcinj, prema podacima MONSTAT-a, u individualnom i kolektivnom smještaju za posljednje tri godine (2024, 2023 i 2022.god.)



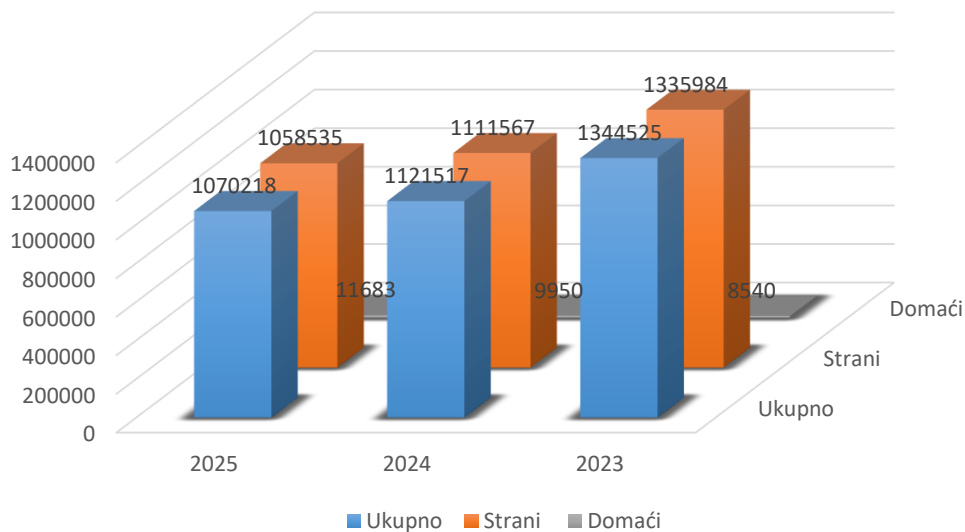
Ukupan broj noćenja turista u opštini Ulcinj, prema podacima Monstat-a, u individualnom i kolektivnom smještaju za poslednje tri godine(2024, 2023 i 2022.god)



**Dolasci turista u opštini Ulcinj prema podacima iz našeg sistema RB90
za 2025, 2024 i 2023.god. (od 01.01.do 01.11.)**



**Noćenja turista u opštini Ulcinj prema podacima iz našeg sistema RB90
za 2025, 2024 i 2023.god. (od 01.01. do 01.11.)**



AKTIVNOSTI PO PROGRAMSKIM CILJEVIMA

PLAN I PROGRAM 2026.GOD

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 uvijek 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 uspjeti u tome i nisu nas iznevjerila naša očekivanja.

Predlogom programa rada Turističke Organizacije Ulcinj utvrđeni su ključni ciljevi koje se žele realizovati u 2026.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 tri 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.

U godini koja je na izmaku 2025, od januara do maja iskoristili smo sve mogućnost koje smo imali na raspolaganju da radimo što bolju kampanju za turističku ponudu Ulcinjske rivijere za 2026god.,pogotovo u regionu- Kosovo , Makedonija, Albanija , Srbiji i BiH gde smo uspjeti preko medija a i samim prisustvom i direktnim kontaktima sa nadležnima u tim državam, da Ulcinj promovišemo kao najbolju i najsigurniju i najpristupačniju destinaciju za odmor .

Predsezona je počela dobro , maj i jun su bili na nivou prethodne godina pa po rezultatima i malo bolji . Loša posjeta u Julu ostaje za analizu i ako problem nije bio samo kod nas nego na nivou čitave Crne Gora pa i regiona. Glavni razlog je sigurno ekonomska kriza i dešavanja u svijetu što je uticalo da početk glavne sezone ne bude na nivou očekivanog i planiranog. Broj gostiju i broj realizovanih noćenja je bio manji, što pokazuju i finansijski rezultati. Bez obzira na pomenute probleme ,broj prijavljenih gostiju u odnosu na broj gostiju koji su posjetili Ulcinj u glavnu sezonu je zabrinjavajući. Problem neprijavljivanja gostiju-siva ekonomija ostaje glavni problem relevantnih institucija i Turističke organizacije. Posjećenost gostiju iz zapadne evrope u 2025 godini daje nam nadu da će u prestojeću turističkoj sezona 2026.godine, broj turista iz zapadne evrope će biti veći od predhodne.

Ulcinjska rivijera je bogata sa prirodnim lepotama, dugim pješčanim i raznovrsnim plažama (šljunkovite, stjenovite, sumporne, u hladu od borova i maslina) ,ponuda u hotelskom smještaju svake godine je bolja I raznovrsna a kad je u pitanju privatni smještaj- apartmanima I sobe tu prednjačimo sa odličnom ponudom u kapaciteteima što utiče da I cijene budu pristupačne za sve u zavisnosti koje su njihove paltežne mogućnosti. Ponudau za ljubitelje kampinga je posebn i svake godine bolja I pristupačnija.Ova raznovrsnaa ponuda daje gostima sa različitim finansijskim mogućnostima izbora i dodatnu sigurnost, veća uživanja . Ono što je najbitnije Ulcinjska rivijera je pristupačna za svakog gosta, a oni u našem gradu se osjećaju bezbjedni i zaštićeni , jednom riječiju ko u svom domu.

Da bi gostima omogućili što bolje informisanje turističke ponude našeg grada i što lakše prijavljivanje na čitavoj teritoriji imama otvorene info punkeve. Od 2023 godine stanodavcima smo omogućili aplikaciju za online prijave , što se do sada pokazala dobra.

Predlog aktivnosti koje planiramo sprovesti u 2026.godinu urađeno je u saradnji sa lokalnom samoupravom i uz komunikaciju i sardnju sa turističkim privrednicima. Početkom Oktombar mjesec smo imali sastanke sa svim akterima u turizmu, hotelijeri-privatni smještaj, zakupcima plaža I kampova I sa Gastronomima našeg grada da bislušali njihove zahtijeve i potrebama građana našeg grada koji se bave turizmon direktno ili indirektno a i zahtjevima tržišta koji se svaki dan mjenjaju . Trendovi u turizmu se mjenjaju i sve više ima zainteresovanih ne samo za plažni turizam nego za aktivan odmor- Outdoor i ruralni turizam . Imperativ nam je da grad Ulcinj dobija nove sadržaje i proizvode koji su interesantni za ciljna tržišta I ciljne grupe.

Cilj programa rad je da kroz manifestacije i nove proizvode produži turističku sezonu.

*Tabela Programa rada skladu sa smjernicama NTO CG

	PROGRAM RADA SA PROGRAMOM TURISTIČKE INFORMATIVNO PROPAGANDNE DJELATNOSTI	
1.	Unapređenje i obogaćivanje turističke ponude, uz podizanje kvaliteta proizvoda na principima održivog razvoja	
1.1	Organizovanje manifestacija Manifestacije i kulturnih programa	
1.2	Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda	
1.3	Projekti valorizacije kulturne baštine	
2.	Pozicioniranje turističke destinacije na tržištu i privlačenje turista veće platežne moći kroz promociju raznovrsnih iskustava	
2.1	Informativno propagandna djelatnost	
2.2	Izrada propagandnog materijala	
2.3	Izrada suvenira, video materijala i atrakcija	
3.	Razvoj kapaciteta i kvalitetnije upravljanje destinacijom	
3.1	Turističko informativnih biroa -TIB	
3.2	Praćenje turističkog prometa i istraživanje tržišta	
4.	Doprinos suzbijanju sive ekonomije kroz informisanje, promociju I saradnju sa nadležnim institucijama	
4.1	Aktivnosti u suzbijanju sive ekonomije	

1. UNAPREĐENJE I OBOGAĆIVANJE TURISTIČKE PONUDE , UZ PODIZANJEI KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA NA PRINCIPIMA ODRŽIVOG RAZVOJA.

ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA MANIFESTACIJE I KULTURNI PROGRAM

Cilj Turističke organizacije je produženje sezone i poboljšanje i diversifikaciju ponude, zbog toga organizovanje manifestacija kulturnog, sportskog, i gastronomskog sadržaja su koncentrisane u Pred i Post sezoni Isto toliko koliko plijeni 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 primorsko mjesto specifičnog I posebnog doživljaja i kvaliteta.

Važno je istaći da Turistička Organizacija Ulcinja učestvuje u svim vidovima organizacija raznih Manifestacija koje imaju za cilj poboljšanje ponude grada, tako da podržavamo-subfinanciramo koncertne, pozorišne, sportske i opšte naučne manifestacije koje su u funkciji unapređenja turizma u Ulcinjskoj rivijeri

Tokom pred i post sezone predlažemo održavanje:

Manifestacija i događaje koje na poseban način privlače turiste da posjete naš grad i dožive odmor na poseban način . U programu su predložene manifestacije, kao i manji festivali i događaji koji se održavaju na raznim lokacijama našeg grada sa ciljem uključivanja što većeg broj aktera i promovisati sve dragulje našeg Ulcinja.

Osim kao glavni organizatori Manifestacija imaćemo veliki broj istih koje ćemo Podržati finansijski a 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 2026.godine koji će predstaviti grad kao festivalski centar.

Ove godine TO za ove manifestacije osim tradicionalnih aktivnosti planira i nekoliko novih događaja preko kojih će na najbolji način otvarati sezonu i upoznati širu javnost sa ulcinjskom tradicijom i gostoprimstvom.

1.1. MANIFESTACIJE – GLAVNI POKROVITELJ I ORGANIZATOR TOU:

1.1.1. Manifestacija „Svi za turizam“ -već je postala tradicionalni događaj našeg grada, koja se godinama održava s ciljem promocije Ulcinja kao atraktivne turističke destinacije i zvaničnog otvaranja ljetnje turističke sezone.

Ovaj jedinstveni događaj okuplja lokalne zajednice, privrednike, ugostitelje, kulturne i sportske organizacije, te posjetioce iz zemlje i inostranstva. Manifestacija uključuje bogat program aktivnosti prilagođen svim uzrastima i interesovanjima, a posebna pažnja posvećuje se promociji lokalne tradicije i kulturnog identiteta Ulcinja. Manifestacija „Svi za turizam“ predstavlja centralni događaj kojim se promovira Ulcinj kao dinamična i gostoljubiva turistička destinacija, podstiče lokalna privreda i jača imidž grada kao mjesta bogatog kulturnih, gastronomskih i zabavnih sadržaja.

Program za 2026.godinu:

1.1.1.a. Bamboo Maj Fest: manifestacija koja se u Ulcinju održava više od 15 godina i predstavlja prepoznatljiv brend našeg grada, okupljajući domaće i međunarodne izvođače, umjetnike i posjetioce svih generacija.

1.1.1.b. Gastro fest: U saradnji s uglednim gastronomima, restoranima i hotelijerima, posjetioci će imati priliku da uživaju u predstavljanju ulcinjske kuhinje i lokalnih specijaliteta

1.1.1.c. Dan Kulje: Kulturne i edukativne aktivnosti koje promoviraju lokalne običaje, zanate i tradiciju.

1.1.1.d. Koncerti estradnih umjetnika: Bogat muzički program koji uključuje nastupe poznatih izvođača, obogaćujući turističku ponudu i zabavu za sve generacije.

1.1.1.e Međunarodni dan djece: Poseban dan posvećen najmlađima, sa igrama, radionicama i zabavnim sadržajima.

Rok realizacije: 1-30 Maja mjesecu

Indikator: održavanje 2-3 manifestacije u gradu 5,000 posjetioca

Izvor finansiranja : TO I Opština Ulcinj

Rezultat: Uspješan početak letnje turističke sezone

1.1.2. Međunarodna kolonija umjetnika – (Septembar) – Ove manifestacije su već tradicionalne , a organizator će biti TOU u saradnji sa umjetnicima našeg grada i NVO.

Rok realizacije: u Septembru, minimum 2 dana, 2 kolonije

Indikator: TO Ulcinj će organizovati Koloniju umjetnika na kojoj učestvuju min.50 umjetnika iz zemlje I regiona I svijeta.

Rezultat: Stvaranje novih djela i promocija našeg grada

1.1.3. SWEET DECEMBER – Nastavlja se slatka čarolija, TO Ulcinj u saradnji sa opštinom Ulcinj nastavlja predprazničnu manifestaciju u slatkom ruhu , plato na Maloj Plaži će se još jednom pretvarati u čaroliju lepota koja sa sobom nosi prelazak iz stare u novu godinu. Višednevna manifestacija kroz koju će turisti i građani Ulcinja imati priliku da uživaju u muzičkim koncertima (svih žanrova), i u ukusima pića i hrane. Ulcinj je sladak ali u decembru odluči da bude još sladji.

Rok realizacije: Decembar -Januar

Indikator: kraj decembra – početak januara održavaju se razne manifestacije na trgu Male plaže- preko 7.000 posjetioca

Rezultat: Bogat praznični program I promocija grada tokom Nove godine.

1.1.4. 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 turističku ili kulturnu ponudu grada.

Rok realizacije: tokom godine

Indikator: nepredviđene aktivnosti koje imaju za cilj produženje sezone

Finansiranje I Organizovanje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija -Podrška

Turistička Organizacija Ulcinj će raditi na podsticanju, koordiniranju i organizovanju kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih događaja i manifestacija izvornih vrijednosti, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude i diversifikaciju iste, učestvovati u njihovom finansiranju I kreiranju na osnovu njihovog projekta .I ove godine ce podrzati aktivnosti koje imaju za cilj da u pred sezoni i post sezoni dovedu goste u našem gradu

1.1.5. ULCINJ TRAIL - 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 . Glavni Organizator je NVO “**Bijet e Shestanit.**

Rok realizacije: April mjesec

Indikator: jednodnevna manifestacija preko 130 učesnika

Rezultat: Promocija sportskog turizma.

1.1.6. Dan Opštine Ulcinj (April) –Konferencija za naucna istraživanja. – Svake godine TOU daje svoj doprinos u obeležavanju dana Ulcinja , kroz podržavanje konferencija vezane za Turizam ili neku manifestaciju vezanu za promociju našeg grada.

Rok realizacije: prva subota u Aprilu

Indikator: 1 Konferencija ili manifestacija.

Rezultat: Zajedništvo I promocija identiteta grada.

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

Rok realizacije: Jul mjesec

Indikator: manifestacija traje 2 dana-30 izlagača

Rezultat: Izložba starinskih automobila I privlačenje ljubitelja automobilske tradicije.

1.1.8. Međunarodni sajam knjiga (Jul) – Sajam knjiga u Ulcinju je postao tradicionalna kulturna manifestacija koja se organizuje već 21 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 predstavljaju svoju izdavačku i stvaralačku djelatnost ne samo građanima Ulcinja, nego i brojnim turistima koji posjećuju Ulcinj tokom ljetnje sezone, kao i uspostavljanje međusobnih kontakta i razmenjivanje iskustva. Glavni organizator “Toena”

Rok realizacije: Avgust

Indikator: sajam traje 3-4 dana – preko 50 izlagača iz zemlje I regiona

Rezultat: Bogata knjižarna ponuda I obogaćivanje kulturne ponude grada.

1.1.9. Lignjijada – Manifestacija sportskog takmičarskog i zabavnog karaktera koja je počela od 2023 godine i već porasla u prepoznatu manifestaciju tradicionalni.

Rok realizacije: septembar

Indikator: TO Ulcinj u saradnji sa NVO , 1 dana.

Rezultat: Promocija gastronomske ponude I lokalne tradicije.

1.1.10 Dani Kruča - “DANI KRUČA”- (avgust)- Jednodnevna manifestacija koja ima za cilj valorizaciju I upoznavanje zainteresovanih sa tradicijom I turističkom ponudom Kruča.

Rok realizacije: Avgust

Indikator: TO Ulcinj u saradnji sa Mjesnom zajednicom će organizovati manifestaciji u Krucama , 1 dana.

Rezultat: Očuvanje tradicije, zabave I promocije svih djelova grada.

1.1.11. Moto meeting – MOTORIADA– TOU u sardni sa Udruženjem ljubitelja motora NVO Pirates , posle nekoliko godina prekida ove godine planira organizovanje medjunarodni Moto Meeting za veliki broj ljubitelja motora i prirode.

Rok realizacije: Septembar mjesec

Indikator: Dvodnevna manifestacija. Oko 150 učesnika

Ruzultat: Okupljanje ljubitelja motora I promocija grada.

1.1.12. Mladi Virtuoz klasične muzike – jedan od ljepših načina promovisanja grada je kroz kulturu. Djeca muzičko i baletske škole svake godine su odlični ambasadori našeg grada kroz razna takmičenja u zemlji i inostranstvu . Kroz ovu manifestaciju im se omogućava da poznati svjetski virtuoz klasične muzike budu im profesori da se oni usavršavaju kako bi što bolje napredovali I da se vraćaja sa većim uspjesima kroz mnogobrojna takmičenja.Glavni organizator JUŠ za Muzičko i baletsko obrazovanje Ulcinj

Rok realizacije: u mjesecu februar

Indikator: minimum 1 koncert

Rezultat: Promocija klasične muzike kulturnog života kroz nastupe raznih umjetnika.

1.1.13. Dječiji festival – Svake godine se održava ova manifestacija koja je takmičarskog karaktera. Glavni organizator je Centar za kulturu

Rok realizacije: decembar mjesec

Indikator: dvodnevni festival.

Rezultat: Kreativnost I promocija sadržaja za najmlađe u našem gradu.

1.1.14. Kalimera poetike Basri Caprici 2026– udruženje umjetnika i intelektualaca Art Club iz Ulcinja organizuju tradicionalnu manifestaciju Pjesnička kalimera.

Rok realizacije: u avgustu

Indikator: 3 dana manifestacija

Rezultat: Promocija kulturnog identita grada, poetski izrazi kreativnih susreta umjetnika.

1.1.15. Sportska manifestacija - Podsticaj i Podrška sportskom turizmu –
tradicionalna manifestacija Maj-Oktombar

- Mundial prijateljstva
- Turnir u ženskoj odbojci-Shasi 2026
- Fit box challenge 2026
- i druge manifestacije

Podrška sportskom turizmu ima isti cilj diversifikacije turističke ponude Ulcinja. Aktivni turizam je veoma bitan i to je vid sportsko aktivnog turizma I upoznavanja ciljne grupe sa mogućnostima koje grad Ulcinj nudi.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum četiri manifestacije sa trajanjem 1-2 dana

Rezultat: Unaprijeđenje I promocija sportskog turizma.

1.1.16. Finansiranje I donacija ostalih kulturno zabavnih i sportskih Manifestacija I NVO- TO Ulcinj će i ove godine kao i prethodnih dati podršku sportskim i kulturnim manifestacija , koje će se održati u vremenskom periodu april-maj ili septembar-oktombar, znači u pred i postsezonu, a koje nisu predviđene programom rada. Cilj je da ove manifestacije-turniri ili koncerti obogaćuju sportsku - kulturnu ponudu u tom periodu u našem gradu.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine sa akcentom na pred i post sezonu

Indikator: najmanje 4 manifestacije u zavisnosti od projekata koje nude

Rezultat: Unaprijeđenje I promocija sportskog turizma.

Cilj svih manifestacija je poboljšanje ponude I produženje turističke sezone

1.2. PODSTICAJ DIVERSIFIKACIJA INOVACIJA I UNAPREĐENJE KVALITETA TURISTIČKOG PROIZVODA

1.2.1. “Smart city” – Projekat koji se planira realizovati u saradnji sa Opštinom -Pametni grad je urbani model koji koristi tehnologiju, ljudski kapital i upravljanje kako bi poboljšao održivost, efikasnost i socijalnu inkluziju, što se smatra ciljevima za gradove budućnosti.

Pametni gradovi koriste digitalnu tehnologiju za prikupljanje podataka i upravljanje uslugama. Podaci se prikupljaju od građana, uređaja, zgrada ili kamera.

Primene uključuju saobraćajne i transportne sisteme, komunalne usluge, mreže vodosnabdevanja, odlaganje otpada i druge usluge u zajednici.

Temelj pametnog grada je izgrađen na integraciji ljudi, tehnologije i procesa, koji se povezuju i međusobno deluju u različitim sektorima kao što su zdravstvena zaštita, transport, obrazovanje, infrastruktura itd. Pametne gradove karakterišu načini na koje njihove lokalne samouprave prate, analiziraju, planiraju i upravljaju gradom.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: Uzavisnosti od realizacije budžeta i sardnje-sredstva Opstinom i javnog poziva,

Rezultat: Unaprijeđenje digitalne infrastrukture i efikasno upravljanje resursa I boljeg iskustva svih posjetilaca.

1.2.2. 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: 3 dana radionice I manifestacije-

Rezultat: promocija ruralnog područja grada

1.2.3. Rekonstrukcija vidikovca– Na vidikovcima u Valdanosu i 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 mjesta, i kako bi se upoznali sa prirodom Ulcinja.

Rok realizacije: U I kvartalu

Indikator: Postavljanje mobilijara

Rezultat: Unaprijeđenje turističke ponude I promocija ljepote našeg grada.

1.2.4. “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. Od 2022 već tradicionalna manifestaciju gde 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. Manifestacija je postala tradicionalna i mjesto okupljanja proizvođača i stručnjaka za poljoprivredu i turizam. Sledeći cilj je da kroz ovu manifestaciju podstičemo poljoprivredne proizvođače da kroz registraciju seoskih domaćinstava povezuju i valorizaciju svoj rad i trud i kroz pružanje turističkih usluga kroz čitavu godinu.

Rok realizacije: u Oktombru

Indikator: TO Ulcinj u saradnji sa Opštinom Ulcinj I NGO ce na jesen organizovati manifestaciji I radionice u Valdanos , 2 dana.

Rezultat: Promocija lokalnih proizvoda I očuvanje tradicije našeg grada.

1.2.5. Aktivni turizam — markiranje staza – TO u cilju diversifikacije turističke ponude ima u planu da sa planinarskim klubom “LIPOJA”, da radi na čišćenje , markiranje i valorizaciju planinarske staze na vrh Lipoja i Lečet e Milles, staze na lokalitetu starog grada Šasa i šaskog jezera, identifikacija , održavanje i markiranje starih puteva kroz ruralna naselja sa ciljem da gostima našeg gradi nudimo dodatnu atrakciju u našem gradu, sigurnu šetnju I upoznavanje i uživanje u prirodnim lepotama.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum čišćenje i markiranje 4 staza

Rezultat: Unaprijeđenje turističke ponude I promocija prirodnih ljepota.

1.2.6. Podsticaj i promocija ruralnog i agroturizma- Udruženje za promociju Žensko preduzetništva-Lokalni kvaliteti - 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 direktan i indirektan 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 Ruralnog , Agro i Kulturnog turizma . Turistička organizacija ove godine planira saradnju sa Udruženje za promociju Žensko preduzetništva “Lokalni kvaliteti “ kako bi poboljšala uslove turističke ponude u tim djelovima realizacijom konkretne ponude za turiste .

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 1 video spota I 2 programa ponude ruralnog I agroturizma

Rezultat: promocija ruralnog područja.

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

Rok realizacije: Avgust mjesec

Indikator: 2 dana manifestacije u Palati Venecija -poboljšanje ponude starog grada

Rezultat: promocija lokalne gastronomije I očuvanje tradicije grada.

1.2.8 .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 najljepši zalazak sunca, i ove godine imaće svoj dan .

Rok realizacije: Avgust mjesec

Indikator: 1 dana manifestacije ušće rijeke Bojane -valorizacija bojane

Rezultat: promocija rijeke Bojane I unaprijeđenje turističkog sadržaja tokom ljetnje sezone.

1.2.9. Dan Ulcinjske lubenice –Ulcinj je grad daleko prepoznat po proizvodnji lubenice .Treća godinu za redom će se organizovati ova manifestacija koja ima za cilj pomoć poljoprivrednim proizvođačima i posjetiocima -turistima u našem gradu nuditi nezaboravan doživljaj ukusa i tradicije ulcinjske lubenice.

Rok realizacije: jul- avgust

Indikator:2 dan manifestacija I radionica-pijaca suvenira

Rezultat: Promocija lokalnih poljoprivrednih proizvoda.

1.2.10. Ljetnja scena - Ljetnja scena ili kulturno ljeto 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 regiona.

Rok realizacije: Avgustu mjesecu

Indikator: trajanje 25 dana, minimum 15 kulturnih dešavanja.

Rezultat: Bogat kulturni program I promocija turističke ponude.

1.2.11. Bird Watching – 5th BirdSaltPeople: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 je izrastao 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 obogaćuje se specifična vrsta 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: 4-17 mjesec Septembar

Indikator: 2 dana vikenda u mjesecu septembru

Rezultat: Promocija prirodnih ljepota, očuvanje ptica I privlačenje ljubitelja ekologije u naš grad.

1.2.10. Manifestacije na Pijaci suvenira (Avgust) - TO Ulcinj tradicionalno daje svoj doprinos ovim manifestacijama. Organizator ove manifestacije je Globus Art.

Rok realizacije: Avgust mjesec

Indikator: sajam traje 2 dana – preko 40 izlagača iz zemlje i regiona

Rezultat: promocija lokalnih proizvoda I podrška malim proizvođačima našeg grada.

1.2.11. Ostale nepredviđene aktivnosti - TO Ulcinj tradicionalno daje svoj doprinos ovim manifestacijama I svake godine imanoviteta koji mi podržavamo a koje se nemogu predvidjeti planom

Rok realizacije: tokom godine

Indikator: min 1 ili 2 aktivnosti

Rezultat: prilagođanje novih prilika I dodatno unaprijeđenje turističke ponude.

1.3. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE

1.3.1. 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 („Sl.list RCG“, br 11/04,13/04 i „Sl.list RCG“ br. 48/15) za projekte valorizacije kulturne baštine za koji će biti raspisan javni poziv za finansiranje projekata.

U toku je realizacija konkursa od strane komisije koju je formirala skupština opštine Ulcinj za 2024 godinu za projekte za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara u vrijednosti od 75.000 eura . U 2026 će se otvoriti novi konkurs za sredstva od 2025 godine koje će obuhvatiti sredstva od 80.000 eura (10% od boravišne takse).

2. POZICIJONIRANJE TURISTIČKE DESTINACIJE NA TRŽIŠTU I PRIVLAČENJE TURISTA VEĆE PLATEŽNE MOĆI KROZ PROMOCIJU RAZNOVRSNIH

2.1. Informativno propagandna djelatnost

2.1.1. Informativna djelatnost -Digitalni marketing

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 cjelokupnoj ponudi jeste preduslov za obavljanje blagovremene i tačne informisanosti.

Za bolju saradnju sa svim subjektima i poslovnim partnerima radi će se na poboljšanju elektronske komunikacije i saradnje. Pokazala se potreba za poboljšanje e-mail domena isvih vidova elektronske digitalne komunikacije . Poboljšanje marketnga na svim digitalnim stranicama, facebook, instagram , tiktok , YouTube i drugo.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: omogućena prezentacija na svim digitalnim formatima

Rezultat: Unaprijeđenje promocije I vidljivosti našeg grada.

2.1.2. Realizacija kampanje u elektronskim medijima - Elektronski mediji su glavna alatka u savremenom svijetu za promociju svih vidova ponuda, a posebna za turističku ponudu našeg grada Mnogim ljudima društvene mreže postale su osnovni izvor informacija i najbolji način za odabir njihove sledeće destinacije. U fokusu su Facebook , Instagram , tiktok i YouTube kanali kao najpopularnije društvene mreže. Zahvaljujući ovim društvenim mrežama, otkriva se veliki broj nepoznatih ili manje poznatih turističkih destinacija i stiće popularnost, stvarajući bolji imidž destinacije. U današnje vrijeme najbolji vid reklame su plaćena putovanja (smjestaj i hrana) vlasnicima popularnih profila na društvenim mrežama. Dodavanje instagram hestegova (hastags) na objave , povećava se vidljivost destinacije i promocija kulturnog turizma. Zahvaljujući vezi između društvenih mreža i gubl mapa (Google maps), korisnici prilikom objavljivanja mogu označiti lokaciju na kojoj je

fotografija nastala. Na ovaj način svi korisnici koji vide fotografiju mogu vrlo brzo saznati o kojoj je destinaciji riječ. Na taj način se povećava popularnost.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 600-1.000 objava.

Rezultat: bolja promocija i prepoznatljivost našeg grada.

2.1.3. Održavanje web stranice i drugih socijalnih mreža TO – Na sajtu TOU www.ulcinj.travel - 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 360. 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 nastaviti će sa ažuriranjem podataka sa novim podacima turističke ponude našeg grada, gdje ćemo dodati nove fotografije, video zapise i dr. U cilju povećanja informisanosti svih posjetilaca takođe ćemo nastaviti sa redovnim ažuriranjem Facebook i Instagram profila (*sa obavezanim hashtagovima #MontenegroWildBeauty, #GoMontenegro*). Realizacija tokom cijele godine. Destinacije i ponuda sadržaja je dostupna svima

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 100 objava

Rezultat: efikasna komunikacija i promocija našeg grada.

2.1.4 Realizacija kampanje u štampanim medijima -Davanje saopštenja, intervjua, TV i radio nastupi i dr. - Redovne PR aktivnosti, press konferencije i saopštenja će takođe biti redovne, ažurne i sveobuhvatne i u 2026. Godini. Planiramo da samostalno nastavimo saradnju sa magazinima i dnevnim listovima u Kosovu i Poljsku 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 2026. Godini, kao i redovna PR saopštenja, otvorenost za sve medije, u smislu davanja izjava, intervjua, gostovanja u emisijama, direktnim uključenjima, i sl.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator – minimum 80 objava

Rezultat: Efikasna promocija i jačanje prepoznatljivosti našeg grada.

2.1.5. Promotivni nastupi

Novi trendovi na turističkom tržištu usloveli 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 mjesta 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 ćemo morati pratiti trendove i prilagoditi se svemu što nam se nudi. Kako će turisti prema svjetskim istraživanjima izabrati destinacije koje nisu udaljene od svojih mjesta stanovanja, onda je potrebno da mi kao TO Ulcinj ove godine usmjerimo ka onim tržištima iz kojih imamo i najveći broj gostiju. U 2026.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 sa posebnim akcentom na tržištu Poljske. Poruka će biti opšteg karaktera, što podrazumjeva poziv za odmor za 2026.godinu.

Takođe, u 2026.godini podržaćemo i prezentaciju putem raznih aktivnosti i putem marketinga u elektronskim medija. 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 turističke ponude ulcinjske opštine predlažemo da Turistička organizacija Ulcinja, u zavisnosti od finansijske situacije, učestvuje na sajmovima u inostranstvu u saradnji sa NTO i LTO. Potrebna je veća promocija na zapadno evropskom tržištu i u zemljama gdje postoji direktna avio linija, čarter ili redovna linija, ili low cost kompanije.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: Učešćem na 10 sajmova i najmanje 2-3 RoadShow-a

Rezultat: predstavljane grada, privlačenje turista I jačanje imidža grada.

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

Tabela sajmova u 2026.godini

PREDLOG PLANIRANIH SAJMOVA U 2026. GODINI			
r.b	NAZIV SAJMA	Grad/Država	Vrijeme održavanja
TURISTIČKI SAJMOVI I BERZE/ predlog NTO			
1.	CMT	Štutgart	17-25.januar
2.	FITUR	Madrid, Španija	21-25 januar
3.	New York Travel Show	Njujork, SAD	24-25. januar
4.	IFT	Beograd,Srbija	19-22. Februar
5.	ITB	Berlin, Njemačka	03-05 mart
6.	ITB Šangaj	Šangaj, Kina	26-28. maj
7.	National Geophic Food Festival	London, Velika Britanija	jul
8.	IFTM Top Resa	Paris , Francuska	septembar
9.	Tourism Expo Japan	Japan	septembar
10.	WTW	London, Velika Britanija	Novembar
KONGRESNI SAJMOVI			
11.	Conventa	Ljubljana, slovenija	18-20. februar
12.	IMEX	Frankfurt, Njemačka	20-22.maja
13.	IBTM	Barselona, Španija	novembar
TURISTIČKI SAJMOVI I BERZE/predlog privredniuka Ulcinja			
14	F,re.e	Minhen, Njemačka	19-23. februar
15	Ferien Messe	Beč, Austrija	16-19. marta
16	ITTF	Varšava, Poljska	novembar
17	Budimpešta	Budimpešta, Madjarska	
REGIONALNI/LTO			
18	Medjunar. Saj Turizma	Priština	mart
19	TRAVELMARKET	Skoplje	Mart
20	Place2Go	Zagreb, Hrvatska	mart

21	Sajam turizma	Tirana	April
22	LORIST	Novi Sad	Novembar
23	Lorimes	Banja Luka	Mart
24	Sarajevski festival	Sarajevo, BiH	septembar
25	ROAD SHOW	Promocije u Regionu	Maj/Jun/Oktobar

**Nastupi po sajmovima I Road show će se organizovati i dogovoriti u se u saradnji sa NTO CG sa Lokalnim TO.*

Sve navedene sajamske nastupe će TO Ulcinj uz obavještenje cjelokupne turističke privrede u Ulcinju (što je i dosadašnja praksa u radu) realizovati na način da promoviše turističku destinaciju opštine Ulcinj kako kroz vizuelni identitet izložbenog pulta u okviru zajedničkog štanda, preko svog promotivnog materijala, ličnim kontaktima sa posjetiocima i profesionalnim posjetiocima sajмова, kao i kroz PR aktivnosti, posjetu i pohađanje tematskih radionica i seminara na istim.

2.1.6 Road Show i nastupi za prezentaciju turističke ponude - Ovaj način promocije predstavlja važnu aktivnost koja doprinosi promociji turističke ponude ulcinjske rivijere i nase opštine, pogotovu po državama-gradovima gde se ne održavaju Turistički Sajmovi. Uz saradnja sa NTO CG je bila dosadašnja praksa za ovakav vid nastupa a po finansijskim mogućnostima TOU organizuje i sama ovakav vid prezentacije po gradovima regiona. Realizacija tokom cijele godine.

-Kampanja na tržištu Regiona -Republike Kosova, Srbije i Bosne I Hercegovine – Imajući u vidu značaj svih tržišta regiona, TO Ulcinj će u 2026. Godini realizovati novu cjelogodišnju kampanju na tom tržištu, koja će podrazumjevati organizaciju konferencija za novinare, pripremanje PR tekstova I saopštenja za medije, kao i organizaciju intervjuja, gostovanja po gradovima i emisijama .

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: U saradnju sa opštinom i turističkom privredom grada, cilj- Povećanje broja gostiju 10 %, sa svih pomenutih država.

Rezultat:Predstavljanje široj publici I privlačenje novih posjetilaca I partnera.

-Kampanja na tržištu Republike Poljske – Imajući u vidu značaj tržišta Republike Poljske, TO Ulcinj će u 2026. Godini realizovati novu cjelogodišnju kampanju na tom tržištu, koja će podrazumjevati organizaciju konferencija za novinare, pripremanje PR tekstova I saopštenja za medije, kao i organizaciju intervjuja, gostovanja po gradovima i emisijama .

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: U saradnju sa opštinom i turističkom privredom grada, cilj- Povećanje broja gostiju 10 %.

Rezultat: povećanje broja posjetilaca iz Poljske.

2.1.7. Studijske grupe novinara i delegacija - Boravak novinara, studijskih grupa, press konferencije i promocije za novinare i turoperatore ,predstavljaju veoma efikasan način promovisanja turističkog proizvoda i treba ih organizovati samostalno i u saradnji sa NTO CG i Ministarstvom ekonomskog razvoja, u različitim periodima godine i različitim lokacijam grada tokom cijele godine – sa ciljem promocije svih vidova turizma koji se mogu upražnjavati u našoj opštini.

Ovaj način promocije predstavlja važnu aktivnost koja doprinosi promociji opštine. Treba dogovoriti u saradnja sa NTO CG, da sve grupe novinara i turoperatora koji posjete Crnu Goru, posjete i najznačajnije lokalitete naše opštine i na taj način se sami upoznaju sa kompletnom ponudom i posredstvom svojih reportaža upoznaju javno mnjenje zemlje iz koje dolaze. Realizacija tokom cijele godine.

Ove godine akcenat je postavljen I na posjete visokih delegacija našem gradu sa ciljem poboljšanja saradnje sa istima . Realizacija tokom cijele godine.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: najmanje 5 grupa novinara sa ciljem bolje upoznavanja s ponudom i prirodnim lepotama

Rezultat: promocije našeg grada I jačanje međunarodne saradnje.

2.1.8 Influenseri - influenseri predstavljaju veoma efikasan I inovativan način promovisanja turističkog proizvoda i treba ih organizovati samostalno i u saradnji sa NTO CG i Ministarstvom

ekonomskog razvoja, u različitim periodima godine i različitim lokacijam grada tokom cijele godine – sa ciljem promocije svih vidova turizma koji se mogu upražnjavati u našoj opštini.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: najmanje 6 influensera.

Rezultat: Predstavljane široj publici I stvaranje pozitivnog online imidža.

2.1.9. Outdoore led display i Bilbordi- TO ove godine će postaviti dva led ekrana na najfrekventnijim I najatraktivnijim djelovima grada da bi turistima koji će boraviti u našem gradu 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

Rezultat: Omogućavanje našem gradu da se vizualno istakne I poveća svoju prepoznatljivost.

2.2. Izrada propagandnog materijala

2.2.1. Izrada i reprint kataloga Zdravstvenog i aktivnog turizma - biće katalog gdje će se detaljno predstaviti prirodne lepote Ulcinja uz slike kao i neke opis svih mogućnosti uživanja u našem gradu. Ovaj katalog će imati sve informacije u detaljima vezano za zdravstveni I aktivni turizam.

Rok realizacije: u I kvartalu godine

Indikator: štampanjem 1.500 komada

Rezultat: Prilika za prepoznatljivu destinaciju za zdravi I aktivni turizam.

2.2.2 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

Rezultat: Efikasna prezentacija grada I njegovi smještajni kapaciteti.

2.2.3. Reprint kataloga i mape grada- Kataloga Dali ste znali i Opsti katalog smještaja I Mape grada Ulcinja.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: štampanjem najmanje 1.000 kataloga i 5000 hiljada mapa

Rezultat: Jednostavno planiranje posjete I otkrivanje atrakcija.

2.2.4 Mape – pjesackih i palaninarskih staza – Ove godine TOU veci akcenat ce dati na mapiranje , čišćenju I promovisanju novih vidova ponude. Tu spadaju I pješačke I planinarske staze za aktivni turizam.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: minimum 1.000

Rezultat: jednostavno planiranje posjete I otkrivanje atrakcija

2.2.5 Katalog plaža Ulcinj - U saradnji sa njihovim udruženjima, planiramo izradu kataloga plaža Ulcinja s ciljem promocije turističke ponude našeg grada. Katalog će sadržavati visokokvalitetne fotografije i kratke, informativne opise svake plaže, ističući njene posebnosti, sadržaje i pogodnosti za posjetioce. Ovim katalogom želimo olakšati turistima planiranje posjeta, istovremeno jačajući prepoznatljivost Ulcinja kao destinacije sa raznovrsnom i atraktivnom obalom.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: minimum 1.000

Rezultat: Predstavljanje atraktivne destinacije I olakšavanje izbora za idealno mjesto za odmor.

2.2.6 Katalog za kampove - S obzirom na snažnu i raznovrsnu ponudu kampova u Ulcinju i visoku potražnju na međunarodnim sajmovima, planiramo izradu kataloga kampova. Katalog će objediniti sve kampove na jednom mjestu, sa detaljnim informacijama, fotografijama i opisima sadržaja i usluga, kako bi turistima iz zemlje i inostranstva olakšao izbor i planiranje boravka. Ovim želimo dodatno promovisati Ulcinj kao atraktivnu destinaciju za kamping turizam, povećavajući vidljivost i konkurentnost lokalnih kampova na međunarodnom tržištu.

Rok realizacije: u kontinuitetu

Indikator: minimum 1.000

Rezultat: Predstavljanje idealne destinacije za ljubitelje prirode I aktivnog odmora.

2.2.7. Ostalo- U toku sezone postoji potreba za dodatne propagandne flajer koji se nemogu predvidjeti planom.

2.3. Izrada suvenira, video materijala i atrakcija

2.3.1. Nabavka suvenira (Sapuni od maslinovog ulja i maslinovo ulje) –TOU već nekoliko godina unazad (u nedostatku pravog suvenira) kao suvenir ili bolje reći kao nešto što najbolje podseća na Ulcinj nabavlja sapune ručne izrade od maslinovog ulja i mini flašice maslinovog ulja kao poklon-suvenire za sajmove, a koji na najbolji način oslikavaju ili su dio istorije našeg grada. Maslina je život i na najljepši način obogaćuju našu ponudu na štandovima za naše goste. Suvenir je nešto što svaki gost voli da nosi kao uspomenu, i zato dok ne dobijamo brendirane suvenire koji će biti na tržištu pa i na našim info punktovima, nastavice ćemo koristiti ove proizvode.

Rok realizacije: tokom godine

Indikator: najmanje 500 +500

Rezultat: Promocija grada kroz autentične i prepoznatljive proizvode.

2.3.2. Izrada brendiranog propagandnog materijala-cegeri i ostalo. – ova vrsta materijala je veoma značajna u promotivne svrhe. TO ove godine na osnovu plana i programa rada za 2026-u godinu će u I kvartalu odštampati brošure sa svim događajima i datumima da bi smo na nastupajućim sjajovima osim promovisanja prirodnih lepota, plaža, smještaja i gastronomije, kroz ove propagandne materijale mogli što bolje informisati sve zainteresovane goste sa događajima koje ćemo organizovati, sa tačnim datumima, učesnicima i lokacijama održavanja istih. Štampaće se i kese, kutije za poklone, olovke, notesi i drugi propagandni materijali sa logom TO Ulcinj.

Rok realizacije: u I kvartalu godine

Indikator: minimum 3.500

Rezultat: Promocija grada kroz autentične i prepoznatljive proizvode.

2.3.3. Izrada fotodokumentacije -Foto album -izrada novih slajdova i dopuna postojeće fotodokumentacije i video materijala je neophodna za pravljenje novog reklamno propagandnog materijala, posebno sa snimcima iz drona da realizujemo u toku sezona da prikazemo najbolje što naš grad nudi.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 1 album.

Rezultat: Promocija grada kroz autentične i prepoznatljive proizvode.

2.3.4. Biznis pokloni. – ova vrsta materijala je veoma značajna u promotivne svrhe. za posebne partnere i sardanke TOU.

Rok realizacije: u I kvartalu godine

Indikator: minimum 3.500

Rezultat: Promocija grada kroz autentične i prepoznatljive proizvode.

3). RAZVOJ KAPACITETA I KVALITETNO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

3.1. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA i ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

3.1.1 Turističko informativnih biroa -Otvaranje i rekonstrukcija TIB 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 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.

Turistički informativni biroi su glavna tačka za pružanje informacija i usluga turistima koji posjećuju naš grad. Pored pružanja informacija u TIB-ovima se vrši i prijava gostiju i naplata boravišne takse.

U cilju bolje informisanosti, u toku turističke sezone osim punkteva kod autobuske stanice, pijace suvenira i u Đeranama-bulevar koji rade preko čitave godine, TOU će otvoriti Turističko informativne

punktove: na Maloj Plazi, u Djeranama i u Štoju 2 info punkta – centar Štoja i kod Imperiala, Pinješu, i Kručama. Naravno, u zavisnosti od situacije i potrebe.

Rok realizacije: tokom letnje sezone, maj-septembar.

Indikator: omogućen rad na minimum 9 Infopunkta

Rezultat: Promocija grada, podrška posjetiocima I efikasna prijava gostiju.

3.1.2. Akcioni plan razvoja turizma na teritoriji Opštine Ulcinj za 2026-2028 -TO Ulcinj, planira da ove godine na osnovu usvojenog **Strategije razvoja grada 2022-2028**, uradi akcioni plan razvoja turizma u našem gradu za 2025-2026 godine, sa ciljevima i aktivnostima za poboljšanje uslova, diversifikacije ponude i prevazilaženje problema koji se pojavljuju svake godine. Angažiranjem eksperta ćemo analizirati probleme i nedostatke ponude i kroz akcioni plan dati smjernice za rješavanje istih. Isto tako prioritet nam je produženje turističke sezone i za to treba raditi na ojačanju prisustva na razne destinacija, zapadne Evrope pa i šire kroz učešće na sajmovima ili drugi vidovi promocije našeg grada

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: baziran na Strategije razvoja grada 2022-2028, Ojačanje destinacije

Rezultat: Kreiranje temelja za održiv I atraktivan razvoj turizmu u našem gradu.

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

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: najmanje 4 ankete

Rezultat: Bolje upravljanje I praćenje turističkog interesa I resursa.

3.1.4. Koordinacija i saradnja sa privredom i Institucijama u turizmu – TOU u saradnji sa Institucijama i privrednicima održaće nekoliko sastanaka u toku priprema za turističku sezonu 2026. Praćenje toka turističke sezone I analizu uspjehnosti I problema posle letnje turističke sezone. Cilj je da kroz ovu koordinaciju zajedničkim naporima dajemo maksimum za uspjehnost sezone I otklanjanje problem I borba protiv sive ekonomije.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 2 radionice I 1 prezentacija rezultata

Rezultat: Jačanje saradnje sa privrednicima za promovisanje kvalitetnog razvoja turizma.

3.1.5 Promocija i implementacija marke kvaliteta Montenegro Quality – I ove godine TOU u saradnji sa NTO će raditi na implementaciju marke kvaliteta Montenegro Quality

Ciljevi: Jačanje privrede, povećanje ukupnih Prihoda, inovirati nove proizvode, smisliti inovacije u turizmu, kvalitativno ojačati cjelokupnu zajednicu u segment turizma i mnogo više.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 2 nova korisnika

Rezultat: Podizanje standarda usluga I jačanje prepoznatljivosti turističke ponude našeg grada.

3.1.6. Ostele aktivnosti – Akcenat TO Ulcinj će biti investiranje u budućnost Turističke privrede grada i iznaći najbolji način kroz investiranje u stvaranju kadra i novih ponuda koji će svojim inovativnostima i radom u budućnosti doprinijeti i razvoju i promociji Turističke ponude grada.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 2 nove ponude na godišnjem nivou

Rezultat: doprinos raznovrsnosti turističke ponude.

4. DOPRINOS SUZBIJANJU SIVE EKONOMIJE KROZ INFORMISANJE, PROMOCIJU

4.1. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije

Smanjenje sive ekonomije u turizmu predstavlja jedan od ključnih prioriteta Turističke organizacije Ulcinj u narednoj godini. U saradnji sa Opštinom Ulcinj, nadležnim inspekcijskim organima, biće sprovedene mjere i aktivnosti usmjerene na suzbijanje nelegalnog poslovanja tokom turističke sezone.

Posebna pažnja biće usmjerena na eliminisanje tzv. “ditera soba” sa javnih površina, sprovođenje kampanje za legalizaciju smještaja, te uklanjanje prosjaka sa ulica sa ciljem sprječavanja uznemiravanja turista i očuvanja komunalnog reda u najfrekventnijim zonama grada. Turistička organizacija Ulcinj će intenzivirati komunikaciju sa svim učesnicima u turističkoj privredi koji djeluju na teritoriji opštine, što podrazumijeva koordinaciju rada javnih i privatnih subjekata.

U susret turističkoj sezoni planirana je produkcija informativnih flajera sa jasnim uputstvima o registraciji smještajnih kapaciteta i obavezi prijave boravka turista putem online aplikacije. Flajeri će biti distribuirani na graničnom prelazu Sukobin, svim izdavaocima smještaja, kao i u turističko-informativnim punktovima.

U cilju efikasnije kontrole i smanjenja neprijavljenog smještaja, TO Ulcinj će angažovati turističke kontrolore koji će, u koordinaciji sa komunalnom, turističkom i tržišnom inspekcijom, vršiti svakodnevne obilazke privatnih i drugih smještajnih objekata. Poseban segment biće unapređena komunikacija sa graničnim prelazima radi informisanja turista o obavezi prijave boravka i dostupnoj online aplikaciji.

Sprovođenjem ovih aktivnosti očekuje se povećanje stepena poštovanja zakonskih obaveza, bolja evidencija turističkog prometa, unapređenje kvaliteta usluga i stvaranje urednije i sigurnije destinacije za sve posjetioce.

4.1.1 Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije-Kampanja online prijavljivanja gostiju- 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 „ditera soba“ sa ulice ,kampanja za legalizaciju smještaja. Poboljšana uvezanost sa turističkom inspekcijom i MUP-om Crne Gore i Uklanjanje prosjaka sa ulica zbog velikog gomilanja i uznemiravanaj gostiju tokm sezone. Turistička Organizacija Ulcinj će aktivno komunicirati sa svim učesnicima u turističkoj privredi koji djeluju na teritoriji grada. To podrazumijeva 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 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

Rezultat: Podsticanje legalnog poslovanja u turističkom sektoru našeg grada.

4.1.2. Medijska kampanja “Voli svoj grad -poštuj svoj rad – registruj smještaj” - Neregistrovani objekti za smještaj i izdavanje na više načina ugrožavaju poslovni ambijent, čine nelojalnu konkurenciju registrovanim privrednicima, a opština gubi ogroman dio budžetskih prihoda. Govori o izraženoj sivoj ekonomiji i postojanju nelojalne konkurencije naročito prisutne kroz rad velikog broja objekata za smještaj koje nisu registrovane i posluju nelegalno su jedna od najvećih problema ne samo u našoj opštini nego na nivou države. Cilj nam je da kroz kampanju “Voli svoj grad -poštuj svoj rad – registruj smještaj” , radimo na edukaciju izdavaoca smještaja i da ih upoznamo sa prednostima registrovanih objekata za izdavanje .

Ovakav vid nelegalnog poslovanja pogađa redovno-legalno poslovanje.

Cilj nam je da primat dajemo preventivnom djelovanju i edukaciji izdavaoca smještaja-privrednika, a ne njihovom kažnjavanju .

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 1 spot I, 2-3 emisije,

Rezultat: Odgovorno I legalno poslovanje I podizanje svijesti o važnosti registracije smjštaja.

4.1.3 Online aplikacija -Od 2023godine inovacija Online aplikacija za prijavu gostiju popularnija je iz dana u dan. Cilj Turističke organizacije je da svake godine izdavaocima smještaja pa i samim turistima omogući da urade prijavu boravka na što lakši i brži način . Svake godine u toku letnje sezone (osim 2-3 Info Punkteva koji rade preko čitave godine) otvaramo još 8-10 infopunkteva , na čitavu teritoriju naše opštine .

Već drugu godinu za redom koristimo Online Aplikaciju za prijavu gostiju . Aplikacija je dizajnirana da bude laka za korišćenje,sa jednostavnim i intuitivnim interfejsom kojim će se lako kretati čak i prvi korisnici, a ono što je najbitnije za sve korisnike aplikacija je besplatna za njih. Potrebna dokumentacija koje je tražena za dobijanje šifre za korišćenje aplikacije je Rješenje o pružanju ugostiteljskih usluga u domaćinstvu-usluge smještaja u sobama i apartmanima. Svim zainteresovanim smo omogućila da preko linka preuzimaju aplikaciju na njihovim mobilnim uređajima (Android i Ajfon i PC) . Ove godine smo još zadovoljniji uporedo sa prvom godinom gde izdavaoci smještaja svaki dan pokazuju već interesovanost za preuzimanje iste.

Rok realizacije: u kontinuitetu tokom cijele godine

Indikator: minimum 1 spot i 2-3 emisije

Rezultat: OPmogućavanje lakog pristupa za prijavljivanje turista.

FINANSIJSKI PLAN
TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE ULCINJ ZA 2026.god.

Turistička Organizacija Opštine Ulcinj ima 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.

	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 i opštinski organi

P R I H O D I U 2026 GODINI

P R I H O D I	Plan 2026	Plan 2025	Index 26/25	Struktura%
1. Planirani prihodi TO Ulcinj za 2026	1.635.000,00	1.455.000,00	112,37	100
1.1.a. Bužetska sredstva (sred koje opredjeli opština)	130.000,00	100.000,00	130,00	7,95
1.1.b. Budžetska sredstva (Smart City)	150.000,00	-	-	9,17
1.2. Projektovana sopstvena sred i drugi izvori prihoda	1.355.000,00	1.355.000,00	100,00	82,87
Boravišna taksa	1.080.000,00	1.080.000,00	100,00	66,05
Turistička taksa	200.000,00	200.000,00	100,00	12,23
Članski doprinos	50.000,00	50.000,00	100,00	3,06
Drugi izvori i IPA	25.000,00	25.000,00	100,00	1,53
Kreditna sredstva	-	-	-	-
UKUPNO SREDSTVA LTO	1.635.000,00	1.455.000,00	112,37	100

U donjoj tabeli prikazani su ostvareni prihodi do 31.10.2025. godine, i iznosi planiranih prihoda za 2026. godinu,

R. br.	Vrsta prihoda	Ostvareno 30.10.2025	Planirano. 2026	Index (3:2)	Učešće 2026
0.	1	2	3	4	5
1.	Boravišna taksa	780.806.82	1.080.000,00	138,32	66,05
2.	Turistička taksa	155.875.00	200.000,00	128,31	12,23
3.	Članski doprinos	32.957.26	50.000,00	151,71	3,06
4.	Drugi izvori	11.997,81	25.000,00	208,37	1,53
5.	IPA projekti	52.823,98	-	-	-
6.	Budžetska Sredstva	-	130.000,00	-	7,95
7.	Budžetska Sredstva Smart city	-	150.000,00	-	9,17
8.	Kreditna sredstva	-	-	-	-
	UKUPNO:	1.034.460.80	1.635.000,00	158,05	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 uvijek imamo pomoć od privrednika ili drugih institucija.

Sredstva od IPA projekata - Trenutno je u toku implementacija projekta „Blue Flag“, koji je usmjeren na unapređenje kvaliteta plaža i morskih voda, kao i na poboljšanje infrastrukture i standarda pružanja turističkih usluga u skladu sa međunarodnim kriterijumima. Ovaj projekat predstavlja značajan korak ka pozicioniranju Ulcinja među atraktivne i održive primorske destinacije, a očekujemo da će dodatna sredstva iz ovog projekta biti dostupna tokom naredne godine, čime će se omogućiti dalji razvoj i unapređenje turističke ponude grada.

Turistička organizacija Ulcinj planira i u narednom periodu aktivno aplicirati za nove IPA projekte i slične međunarodne inicijative koje mogu doprinijeti promociji turističke ponude grada, povećanju budžetskih sredstava i unapređenju ukupnog turističkog ambijenta. Posebna pažnja biće posvećena projektima koji nude mogućnost razvoja saradnje sa potencijalnim regionalnim i međunarodnim partnerima, kao i onima koji doprinose održivom razvoju i diversifikaciji turističkih proizvoda.

PLAN RASHODA ZA 2026. Godinu **Rashodi za usluge za realizaciju projekata / aktivnosti**

Planirani rashodi TO Ulcinj su bazirani na obimu poslova predviđenih Programom rada za 2026. Godinu, na iskustvenim veličinama i trenutnim cijenama.

1). DIVERZIFIKACIJA TURISTIČKE PONUDE I UNAPREĐENJE KVALITET TURISTIČKOG PROIZVODA NA PRINCIPIMA ODRŽIVOG RAZVOJA I KROZ EFIKASNO URAVLJANJE DESTINACIJOM

1.1.ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA –Svake godine Turistička organizacija Ulcinj je fokusirana na planu obogaćenja zabavne i kulturne ponude koja ga svrstava u primorska mjesta ekstra kvaliteta.Tako ce biti i ove godine. 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 I za to su opredjeljena sredstva u visini od 200.000,00 €.

Takođe, u prvoj tabeli su navedena i sredstva od 10.000,00 za nepredviđene aktivnosti manifestacija koje iziskuju manje troškove.***Vrijeme i realizacije je tokom cijele godine.***

1.1.ORGANIZOVANJE MANIFESTACIJA Manifestacije čiji je glavni pokrovitelj i organizator Turistička Organizacija Ulcinj	2026	2025	Index26/25
1.1.1 „SVI ZA TURIZAM“			
1.1.1.a Bamboo Maj Fest			
1.1.1.b. Gastro fest			
1.1.1.c Dan kublje			
1.1.1.d Majski Koncerti estradnih umjetnika			
1.1.1.e Međunarodni dan djece	150.000,00	50.000,00	300,00
1.1.2. Medjunarodna Kolonija umjetnika	10.000,00	18.000,00	55,56
1.1.3. SWEET DECEMBER	40.000,00	60.000,00	66,67
1.1.4. Nepredviđene aktivnosti	10.000,00	10.000,00	100,00
SVEGA:	210.000,00	138.000,00	152,17

Što se tiče donje tabele sa manifestacijama, u pitanju su aktivnosti koje će Turistička organizacija podržati-sufinansirati 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	2026	2025	Index26/25
1.1.5. UlqiniTraill	1.500,00	2.000,00	75,00
1.1.6. Dan Opštine Ulcinj	500,00	2.000,00	25,00
1.1.7. Old timer fest	3.000,00	4.000,00	75,00
1.1.8.Međunarodni Sajam Knjiga	6.000,00	12.000,00	50,00
1.1.9 Lignjijada	4.000,00	/	-
1.1.10 DANI KRUČA	1.500,00	/	-
1.1.11.MotoMiting- Motoriada	2.000,00	4.000,00	50,00
1.1.12 Mladi Virtuozi klasične muzike	2.000,00	2.000,00	100,00
1.1.13. Djeciji festival	2.000,00	2.000,00	100,00
1.1.14 Kalimera Poetike – Basri Caprici 2025	2.500,00	2.500,00	100,00
1.1.15 Podrska i Podsticaj sportskog turizma Mundijal Prijateljstva I druge sportske manifestacije	25.000,00	14.000,00	178,57
1.1.16. Finansiranje I donacija ostalih kulturno – zabavnih i sportskih manifestacija i NVO	10.000,00	13.000,00	
Ostali prihodi predviđeni u 2025	/	/	-
SVEGA	60.000,00	64.500,00	93,02
UKUPNO MANIFESTACIJE (1.2.1 – 1.2.18)	270.000,00	202.500,00	133,33

1.3.PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA i PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE

– Ovdje se radi o projektima koje TO Ulcinj će realizovati samostalno i u saradnji sa Opštinom, Nevladinim organizacijama i privrednicima grada. Radi se o projektima koje direktno utiču na poboljšanje turističke ponude i promociju kulturne ponude grada. . Ove godine akcenat je na projektu SmartCity gdje su predviđena budžetom opštine 150.000 eura i 50.000,00 eura iz našeg bužeta ukupno **200.000,00 eura za projekat SmartCity** . Vrijeme i indikatori realizacije su mogući tokom cijele godine shodno uslovima i saradnje sa ostalim institucijama.

Sredstva koja su predviđena za poboljšanje uslova boravka su 108.000,00 euro, odnosno 10% od ukupno planiranog iznosa od naplate boravišne takse i 150.000,00 eura iz Opštinskog budžeta ukupno **258.000,00 eura**.

***Projekti:** 1.2.2, 1.2.4, 1.2.7, 1.2.8, 1.2.9 ,1.2.10, 1.2.11, 1.2.12 ove godine će biti ciljni sa poboljšanjem uslova i podizanju kvaliteta u određenim lokacijama sa akcentom na ruralno područje i uključivanje poljoprivrednih proizvođača i edukativnog karaktera-radionice, da bi u budućnosti naši akteri vide prednost takve vrste ponude i da se osveste da se angažuju samostalno ili udruženi da turistima nude ono što je veoma cjenjeno ka ponuda i koja nedostaje našem gradu.

1.3. PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTICKE PONUDE	2026	2025	Index26/25
1.2.1. “SMART CITY“	50.000,00	/	-
1.2.2. Pranvera ne Ane te Malit	6.000,00	7.000,00	85,71
1.2.3. Rekonstrukcija vidikovca	3.000,00	6.000,00	50,00
1.2.4. Jesenja korpa	15.000,00	15.000,00	100,00
1.2.5. Aktivni turizam-Čišćenje i Markiranje staza	3.500,00	6.000,00	58,33
1.2.6. Podrška ruralnog i agro turizma	4.000,00	1.500,00	266,67
1.2.7. “ Dani bamije”	5.000,00	5.000,00	100,00
1.2.8.. Bojanovanje	6.000,00	7.000,00	85,71
1.2.9. Dan Ulcinjske Lubenice	2.000,00	4.000,00	50,00

1.2.10. Letnja scena	6.000,00	5.000,00	120,00
1.2.11 Bird Watching-5 th BirdSaltPeople:FEST	2.500,00	3.000,00	83,33
1.2.12 Manifestacije na pijaci suvenira	4.000,00	/	-
1.2.13 OSTALE NEPREDVIĐENE AKTIVNOSTI	1.000,00	3.000,00	33,33
Ostali prihodi predviđeni u 2025	/	45.500,00	-
UKUPNO sopstvena sredstva (10%)	108.000,00	108.000,00	100,00
1.2.14 Namjenska sredstva iz Budžeta opštine za projekat Smart City	150.000,00		-
UKUPNO	258.000,00	108.000,00	238,89

1.3. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE- su projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara. Iznos od 108.000,00 eur je izdvojen srazmjerno planiranom iznosu od boravišne takse koju ove godine planiramo naplatiti u iznosu od 1.080.000,00 eur i 80.000,00 eura od predhodne godine a koja će se realizovati u 2026 po konkursu koje će se realizovati od strane komisije. Vrijeme realizacije ovih projekata zavisi od uslova i mogućnosti koje će biti propisane shodno Javnim pozivima i prijavljenim zainteresovanim subjektima.

1.3. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE	2026	2025	Index26/25
1.3.1. Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara.(sredstva od 10% od BT biće raspodjeljena po konkursu)	108.000,00	108.000,00	100,00
1.3.2 PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE(sredstva od boravišne takes iz 2025)	80.000,00	85.000,00	94,12
UKUPNO:	188.000,00	193.000,00	97,41

**Skupština opštine Ulcinj je formirala komisiju za dodjelu sredstava. Sredstva od realizovane naplate b.t 10% (75.000,00) . za Sredstva od 2025 godine pripremljena je odluka o otvaranju konkursa do sredine novembra. Sredstva o 2025 su rezervisana u budžetu za 2026*

2) POZICIONIRANJE CRNE GORE-ULCINJA NA TRŽIŠTU I PRIVLAČENJE TURISTA SA VEĆOM KUPOVNOM MOĆI KROZ RAZNOVRSNOST TURISTIČKIH ISKUSTAVA U DESTINACIJU

2.1. 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, Digitalni marketing, slijede internet stranica i socijalne mreže odnosno kampanja u elektronskim medijima, realizacija kampanje u štampanim i televizijskim medijima u iznosu od 42.000,00 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 50.000,00 eur odnosno 15.000,00 eur kao i realizacija posjete studijskih grupa novinara , influensera i delegacija kao jedna vrlo važna aktivnost tokom cijele godine i koja direktno utiče na promociju turističke ponude grada u iznosu od 31.000,00 eur. Ove godine planirano je i postavljanje Outdoor led display u iznosu od 10.000,00eura .

Ukupan iznos za informativnu propagandnu djelatnost iznosi **148.000,00** 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 .

2.1.INFORMATIVNO PROPAGANDNA DJELATNOST	2026	2025	Index26/25
2.1.1. Informativna djelatnost-Digitalni marketing	12.000,00	5.000,00	240,00
2.1.2. Realizacija kampanje u elektro. medijima	15.000,00	18.000,00	83,33
2.1.3 Održavanje, ažuriranje web starnice/ 360	8.000,00	3.000,00	266,67
2.1.4. Realizacija kampanje u TV i štampanim medijima	7.000,00	10.000,00	70,00
2.1.5. Promotivni nastupi na turističkim sajmovima	50.000,00	50.000,00	100,00
2.1.6. Road Show prezentacije i nastupi	15.000,00	40.000,00	37,50
2.1.7. Studijske grupe novinara i delegacije	6.000,00	15.000,00	40,00
2.1.8. influencersa	15.000,00	-	-
2.1.9.Outdoore led display I bilbordi	10.000,00	7.000,00	142,86
2.1.10 Ostale marketing aktivnosti	10.000,00	-	-
Ostali prihodi predviđeni u 2025			
UKUPNO:	148.000,00	148.000,00	100,00

2.2. IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA – Ove godine smo planirali izradu opšteg kataloga **zdravstvenog i aktivnog turizma**, odnosno turističkog vodiča kao jedan od osnovnih propagadnih materijala za predstojeće sajmove a za izradu ovog vodiča izdvojili smo iznos od 4.000,00 eur, za reprint ostalih kataloga koje već posjedujemo i mape grada u iznosu od 20.000,00 eur. Ukupan iznos koji je izdvojen za ovu stavku je **24.000,00 eur** a vrijeme realizacije je tokom cijele godine, dok indikatori realizovanja su većim dijelom mogući zbog neophodnosti posjedovanja navedenih kataloga.

2.2. IZRADA PROPAGANDNOG MATERIJALA	2026	2025	Index26/25
2.2.1. Reprint Zdrastveni-aktivni turizam	4.000,00	4.000,00	100,00
2.2.2. Reprint Katalog smjestaja	2.000,00	3.000,00	66,67
2.2.3. Reprint kataloga i mape grada	4.000,00	10.000,00	40,00
2.2.4. Mape-pješačkih i planinarskih staza	4.000,00	6.000,00	66,67
2.2.5. Katalog plaža	5.000,00	-	-
2.2.6. Katalog za kampove	3.000,00	-	-
2.2.7. Ostalo	2.000,00	3.000,00	66,67
UKUPNO:	24.000,00	26.000,00	92,31

2.3. IZRADA SUVENIRA I VIDEO MATERIJALA- takođe spada u dio propagandne djelatnosti nabavkom određenih suvenira, novih fotografija i video spotova koje se mogu koristiti za određene prezentacije, razne nastupe na turističkim sajmovima za medije i socijalne mreže. Ukupan iznos koji je izdvojen za ovu stavku je **15.000,00 eur** a vrijeme realizacije je tokom cijele godine, dok indikatori realizovanja su većim dijelom mogući zbog neophodnosti posjedovanja navedenih kataloga.

2.3. IZRADA SUVENIRA I VIDEO MATERIJALA	2026	2025	Index26/25
2.3.1. Nabavka suvenira	2.000,00	2.000,00	100,00
2.3.2. Izrada brendiranog propagan. materiala-cegeri i ostalo	3.000,00	3.000,00	100,00
2.3.3. Izrada foto dokumentacije	8.000,00	10.000,00	80,00
2.3.4. Biznis pokloni	2.000,00	2.000,00	100,00
UKUPNO:	15.000,00	17.000,00	88,24

3). RAZVOJ KAPACITETA I EFIKASNO UPRAVLJANJE DESTINACIJOM

3.1 Turističko informativnih biroa -TIB

Turistički informativni birovi su glavna tačka za pružanje informacija i usluga turistima koji posjećuju naš grad. Pored pružanja informacija u TIB-ovima se vrši i prijava gostiju i naplata boravišne takse, i svake godine treba rekonstrukcija ili poboljšanje usluge.

3.1 Turističke informativni birovi TIB-	2026	2025	Index26/25
3.1. Turističko informativnih biroa -TIB-rekonstrukcija	5.000,00	5.000,00	100,00
UKUPNO:	5.000,00	5.000,00	100,00

3.2. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA i ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA – Za Akcioni plan i monitoring broja gostiju na nedeljnom, mjesečnom i godišnjem nivou, koordinaciju i saradnju sa privredom i institucijama u turizmu i Promociju i implementaciju marke kvaliteta Montenegro Quality izdvojen je ukupan iznos od **14.000,00** eur.

3.2. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA	2026	2025	Index26/25
3.2.1. Akcioni plan razvoja za 2026-2028 godinu.	5.000,00	7.000,00	71,43
3.2.2. Monitoring broja gostiju	1.000,00	1.500,00	66,67
3.2.3. Koordinacija i saradnja sa privredom i institucijama u Turizmu	3.000,00	2.500,00	120,00
3.2.4. Promocija i implementacija marke kvaliteta Montenegro Quality	2.000,00	-	-
3.2.5. Ostalo aktivnosti	3.000,00	5.000,00	100,00
UKUPNO:	14.000,00	16.000,00	87,50

4. SUZBIJANJE SIVE EKONOMIJE

4.1. Aktivnosti u cilju suzbijanje sive ekonomije – za aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije i za medijsku kampanju za edukaciju i buđenja savjesti nelegalnih izdavaoca smještaja su odvojena sredstva od **10.000,00** eura. Mogućnosti realizovanja su tokom cijele godine, shodno uslovima i interesovanju ostalih institucijama i Opštinom Ulcinj.

4.1. Aktivnosti u cilju suzbijanje sive ekonomije	2026	2025	Index26/25
4.1.1. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije	4.000,00	4.000,00	100,00
4.1.2. Medijska kampanja "Voli svoj grad -poštuj svoj rad – registruj smještaj"	4.000,00	4.000,00	100,00
4.1.3 Online aplikacija-kampanja	2.000,00	/	-
UKUPNO:	10.000,00	8.000,00	125,00

RASHODI ZA MATERIAL , USLUGE I BRUTO ZARADE

- 1. 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 **30.000,00** eur. Ukupno stalni troškovi iznose **75.500,00** eur.

1. TROŠKOVI	2026	2025	Index26/25
1.1 Električna energija	4.000,00	4.000,00	100,00
1.2.PTT (telefoni, mobilni telefoni internet, poštarina)	8.000,00	8.000,00	100,00
1.3. Vodovod i kanalizacija , komunalno	2.000,00	2.000,00	100,00
1.4. Kancelarijski material,toneri, papir i dr.	6.000,00	6.000,00	100,00
1.5. Materijalni troškovi za razne aktivnosti	2.000,00	2.000,00	100,00
1.6. Sredstva za higijenu	1.000,00	1.000,00	100,00
1.7. Gorivo (TOU, Inspektori, kontrolori)	7.000,00	7.000,00	100,00
1.8. Održavanje programa- softvera	5.000,00	5.000,00	100,00
1.9. Čišćenje, uređenje i održavanje poslovnih prostora (Kancelarije i 9 TIB)	1.000,00	1.000,00	100,00
1.10. Stručna literatura i obuka kadrova	1.000,00	1.000,00	100,00
1.11. Registracija i održavanje auta	2.500,00	2.500,00	100,00
1.12. Zakup prostora za kancelarije i Informacione punktove u gradu	30.000,00	22.000,00	136,36
1.13.Troškovi provizije, platnog prometa i bankarskih usluga	3.000,00	3.000,00	100,00
1.14. Troškovi sredstava upotrebljeni za poklone	2.000,00	2.000,00	100,00
1.15. Ostali troškovi	1.000,00	6.000,00	16,67
UKUPNO:	75.500,00	72.500,00	103,45

- 2. Nabavka osnovnih sredstava** – Svake godine je potrebno nabaviti sredstva koja su potrebna za lakše poslovanje a u pitanju su Kompjuteri, čitači i druga oprema za rad i održavanje istih izdvojili iznos od 7.000,00 eur, za kupovinu drvenih kućica za manifestacije planirana su sredstva od 5.000,00 eura, ukupno **12.000,00** eura. Mogućnost realizacije je tokom cijele godine shodno finansijskim uslovima.

2.NABAVKA OSNOVNIH SREDSTAVA	2026	2025	Index26/25
2.1. Nabavka Osn sred (Komp, čitači, klime)	6.000,00	8.000,00	75,00
2.3. Održavanje i popravka opreme	1.000,00	1.000,00	100,00
2.5 Drvene kucice za manifestacije	5.000,00	5.000,00	100,00
UKUPNO:	12.000,00	14.000,00	85,71

2. Stručne usluge - U ovoj tabeli smo naveli stručne usluge koje su neophodne za poslovanje tokom cijele godine a tu spadaju usluge prevođenja koje iznose 1.000,00 eur, Advokatske usluge u iznosu od 3.000,00 eur, troškovi revizije 1.500,00 eur, usluge za oglase i tendere u iznosu od 500,00 eur prihoda ostale usluge u iznosu od 1.000,00 eur. Ukupan iznos za stručne usluge iznose **7.000,00** eur.

3. STRUČNE USLUGE	2026	2025	Index26/25
3.1.Usluge prevođenja	1.000,00	1.000,00	100,00
3.2. Advokatske usluge	3.000,00	3.000,00	100,00
3.3. Troškovi Revizije	1.500,00	1.500,00	100,00
3.4. Troškovi oglasa i raspisivanje tendera	500,00	500,00	100,00
3.5. Ostalo	1.000,00	1.000,00	100,00
UKUPNO:	7.000,00	7.000,00	100,00

4. Zarade zaposlenih – za ovu godinu iznose **505.000,00** eur a u tu spadaju zarade za stalno zaposlene u iznosu od 240.000,00 eur, Sezonske radnike u iznosu od 220.000,00 eur i naknade Izvršnog i Nadzornog odbora u iznosu od 45.000,00 eur.

4. ZARADE ZAPOSLENIH	2026	2025	Index26/25
4.1. Zarade zaposlenih i ostala lična primanja - stalno zaposlenih	240.000,00	240.000,00	100,00
4.2. Sezonski radnici	220.000,00	250.000,00	88,00
4.3.Upravni i nadzorni odbor	45.000,00	45.000,00	100,00
UKUPNO:	505.000,00	535.000,00	94,39

5.Ostala primanja – Pod ostalim primanjima je izdvojen iznos od **26.000,00** eur, a to su ostala primanja od 3.000,00 eur, ugovorene usluge u iznosu od 15.000,00 eur i dnevnice za službena putovanja u iznosu od 8.000,00 eur.

5. OSTALA PRIMANJA	2026	2025	Index26/25
5.1. Ostala primanja	3.000,00	3.000,00	100,00
5.2. Ugovorene usluge	15.000,00	15.000,00	100,00
5.3.Dnev za sluzb put. u zemlji i inostranstvu)	8.000,00	8.000,00	100,00
UKUPNO:	26.000,00	26.000,00	100,00

6.Reprezentacija – Za sve institucije a pogotovo institucije koje se bave promocijom turističke ponude grada troškovi reprezentacije su jako bitni. Ove godine je izdvojen iznos od 8.000,00 eur, a za potrebe zaposlenih odnosno pomoć i nagrade iznos od 2.000,00 eur. Ukupan iznos je 10.000,00 eur.

6. REPREZENTACIJA	2026	2025	Index26/25
6.1. Troškovi reprezentacije i sastanaka	8.000,00	8.000,00	100,00
6.2.Ostale potrebe zaposlenih (pomoć, nagrade)	2.000,00	2.000,00	100,00

UKUPNO:	10.000,00	10.000,00	100,00
----------------	------------------	------------------	---------------

7. Ostali troškovi – Pod ostalim troškovima podrazumijevaju se troškovi iz ranijih godina u iznosu od 27.500,00+15.000,00 eur, za doprinose i dobavljače, i ostali nepredviđeni troškovi u iznosu od 5.000,00 eur, tako da ukupno iznose **47.500,00** eur.

7. OSTALI TROSKOVI	2026	2025	Index26/25
7.1. Troškovi iz ranijih godina-doprinosi	27.500,00	27.500,00	100,00
7.2. Ostalo iz 2025	15.000,00	17.500,00	85,71
7.3. Ostali nepredviđeni rashodi	5.000,00	5.000,00	100,00
UKUPNO:	47.500,00	50.000,00	95

8. Tekuća rezerva – Pod tekućom rezervom podrazumijeva se razlika između planiranih prihoda i rashoda koja ove godine iznosi 23.000.00 eur i koja se mogu koristiti za određene neplanirane aktivnosti tokom cijele godine i nepotrošena sredstva iz 2025 godine gde spadaju I sredstva od 10% za Valorizaciju kulturne baštine.

8. TEKUĆA REZERVA	2026	2025	Index26/25
8.1 Tekuce rezerve	23.000,00	17.000,00	135,29
*. NEPOTROŠENA SREDSTVA IZ 2025	100.000,00	80.000.00	125
UKUPNO:	123.000,00	97.000,00	126,80

Napomena:

Tekuće rezerve su sredstva koje svake godine planiramo. To su dio sredstva koje po potrebi možemo koristiti za neku vanrednu-neploaniranu prezentaciju ili manifestaciju, a veći dio tih sredstva koje možemo nazvati i nepotrošena ili prenešena iz predhodne godine, se prenose na sledeću godinu.

Iz dosadašnjeg iskustva, znajući da su nam prihodi najmanji ili veoma mali u januaru I februaru, mi u našem planu uvek planiramo tekuće rezerve koje se prenose u sledećoj godini da bi smo mogli funkcionisati.

U dosadašnjoj preksi nikad ne planiramo potrošnju svih sredstava u godini jer bi bilo nerealno da godinu počinjemo bez sredstava, a naš budžet još nije postigao taj nivo da možemo premašiti planirano, jer u planiranju bužeta uvek smo realni i baziramo se na iskustvima iz prethodnih godina

I.	RASPOLOŽIVA SREDSTVA	2026	2025	INDEX 26/25
I.1.	Planirani Prihodi TOU za 2026	1.635.000,00	1.455.000,00	112,34
I.2.	Osnovna sredstva I Prenešena sredstva iz 2025*	135.000,00	94.000,00	143,62
	UKUPNA SREDSTVA TO ULCINJ ZA 2026 (1.1+1.2)	1.735.000,00	1.518.000,00	114,29
II.	OBAVEZE	2026	2025	
I.1.	RASHODI	1.600.000,00	1.424.000,00	112,36
1)	Diverzifikacija turističke ponude i unapređenje kvalitet turističkog proizvoda na principima održivog razvoja i kroz efikasno upravljanje destinacijom	716.000,00	508.500,00	140,80
1.1	Organizovanje manifestacija	270.000,00	202.500,00	133,33
1.2	Projekti poboljšanja uslova boravka turista, Podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude	108.000,00	108.000,00	100,00
1.2.a	Budžetska sredstva opštine Smart city	150.000,00	-	-
1.3	Projekti valorizacije kulturne baštine	188.000,00	193.000,00	97,41
2)	Pozicioniranje na turističkom tržištu i rast prihoda od turizma	187.000,00	191.000,00	97,90
2.1	Informativno propagandna djelatnost	148.000,00	148.000,00	100,00
2.2	Izrada propagandnog materiala	24.000,00	26.000,00	92,31
2.3	Izrada suvenira i video materijala	15.000,00	17.000,00	88,24
3)	Jačanje kapaciteta i efikasno upravljanje destinacijom	19.000,00	16.000,00	118,75
3.1	Turističko informativni biro	5.000,00	5.000,00	100,00
3.2	Praćenje, Jačanje kapaciteta-upravljanje	14.000,00	16.000,00	87,50
4)	Suzbijanje sive ekonomije	10.000,00	8.000,00	125
4.1	Aktivnosti u suzbijanju sive ekonomije	10.000,00	8.000,00	125
	Ukupni rashodi za usluge za realizaciju projekata/ aktivnosti	932.000,00	723.500,00	128,82
1.	Troškovi	72.500,00	72.500,00	100,00
3.	Stručne usluge	7.000,00	7.000,00	100,00
4.	Zarade zaposlenih	505.000,00	535.000,00	94,39
5.	Ostala primanja I dnevnice	26.000,00	26.000,00	100,00
6.	Reprezentacija I troškovi sastanaka	10.000,00	10.000,00	100,00
7.	Ostali troškovi	47.500,00	50.000,00	95
	Ukupni rashodi za materijal, usluge i bruto zarade	668.000,00	700.500,00	95,36
1.2	NABAVKA OSNOVNIH SREDSTAVA	135.000,00	94.000,00	143,62
2.	Nabavka osnovnih sredstava	12.000,00	14.000,00	85,71
8.	Tekuce rezerve Prenešena nepotrošena sredstva*	23.000,00 100.000,00*	80.000,00	125,00

PREDSJEDNIK SKUPŠTINE TOU
GENCL NIMANBEGU

