

ОДЛУКА

Управни одбор Туристичке организације регије Западна Србија на 66.седници одржаној дана 24.01.2017.године усвојио је Програма рада Туристичке организације регије Западна Србија за 2017.годину.

У Ужицу, 30.01.2017.године



Председник Управног одбора
Арсен Ђурић

ПРОГРАМ РАДА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ РЕГИЈЕ ЗАПАДНА СРБИЈА ЗА 2017.ГОДИНУ

1.МАРКЕТИНГ ПЛАН

1.1. Наступи на сајмовима

Међународни сајам туризма Београд 23.-26.фебруар

За наступ на најзначајнијем сајму туризма у региону резервисан је исти простор као претходне године у централном делу хале 4. Неопходно је организовати квалитетна дешавања на штанду која ће привући посетиоце и промовисати нове програме.

Тема сајамског наступа ТО регије Западна Србија биће Омладински туризам па изглед штанда треба да буде прилагођен теми наступа као и садржаји који се промовишу.

У припреми сајамског наступа посебну пажњу треба посветити промоцији у електронским и штампаним медијима и унапред уговорити састанке са туристичким агенцијама, представницима дијаспоре, удружењима из области туризма и др.

У претходне две године унапређен је корпоративни наступ и визуелни идентитет Регије униформисањем особа које се налазе на штанду и комуницирају са посетиоцима. И у овој години треба наставити са овим активностима што значи да представници Туристичких организација буду униформисани.

Сајам туризма и активног одмора Ниш, април

За наступ на овом сајму који је све посећенији потребно је резервисати сличан простор као претходне године. Пошто је у питању специјализовани сајам организовати презентацију активног одмора у туристичкој регији Западна Србија.

Сајам туризма и здравља Бања Лука, септембар

Овај сајам, за разлику од прошле године поново ће бити одржан на Тргу Крајине у Бања Луци, што ће позитивно утицати на посету. Пошто се ради о циљном тржишту за Регију потребно је добро припремити сајамски наступ.

Сајам туризма Нови сад, октобар

Иако је овај сајам лоше организован и лоше посећен, а трошкови наступа високи имајући у виду да је тржиште Војводине и Новог Сада једно од најважнијих за Регију, као и да организатори сајма ове године најављују промене на боље, неопходно је учешће на овом сајму.

Сајам туризма и сеоског туризма Крагујевац, новембар

На овом сајму треба учествовати као и претходних година, на сличном простору. Пошто се ради о специјализованом сајму припремити презентације које су посвећене сеоском туризму.

Наступи на сајмовима у иностранству

На основу плана сајамских наступа Туристичке организације Србије треба искористити могућност за наступе на сајмовима у иностранству у Русији, Бугарској, Румунији и др.

1.2. Организација посебних промоција

Пред почетак летње и зимске туристичке сезоне потребно је одржати конференцију за медије у Туристичкој организацији Србије на којој ће бити представљене новине у туристичкој понуди за предстојећу сезону, најактуелније информације, ценовници и др.

Планирати наступ на **Београдском манифесту** – фестивалу манифестација, дестинација и дегустација који ће бити одржан у мају на Калемегданској тврђави. Поред промоције туристичке понуде, у складу са концептом манифестације ставити акценат на промоцију најзначајнијих манифестација у Регији.

Туристичка организација Србије је у претходне две године организовала је **Караван Моја Србија** у коме су учествовале туристички субјекти из Регије Западна Србија. И ове године узети учешће у овим промотивним активностима.

У сарадњи са Удружењем Срба из Трста и Конзулатом Републике Србије у јуну месецу организовати промоцију у овом граду. У то време се организују сусрети Срба из дијаспоре што је добра прилика да се овој циљној групи представи туристичка регија Западна Србија.

1.3 Избор слогана

У циљу бољег позиционирања и унапређења промотивних активности на почетку године биће расписан јавни конкурс за избор слогана туристичке регије Западна Србија који ће

бити коришћен у промотивним активностима. Конкурс ће бити објављен у медијима, на интернет сајту и друштвеним мрежама.

1.4. Штампа промотивног материјала

- Каталог Западна Србија

Каталог који је штампан претходних година и који је вишеструко награђиван уз мање измене и допуне штампати и ове године

- Туристичка карта

Штампати туристичку карту у великом тиражу и дистрибуирати је туристичко – информативним центрима, хотелима и туристичким агенцијама.

- Брошура „Најлепши видиковци Западне Србије“

Након реализованог пројекта у 2016.години „Изградња и опремање видиковаца у туристичкој регији Западна Србија“ у плану је издавање брошуре „Најлепши видиковци Западне Србије.“ Предлог је да локалне Туристичке организације суфинансирају штампање ове брошуре

- Флајер Излети

Флајер који је у претходне две године штампан у сарадњи са туристичким агенцијама и хотелијерима, штампати и ове године и дистрибуирати га хотелима и туристичким агенцијама.

1.5.Праћење медијске присутности –Pressclipping

У циљу испитивања имиџа подручја и туристичких субјеката из Регије Западна Србија уведено је континуирано праћење медијске присутности туристичког сектора Западне Србије- pressclipping. Ова активност, која је изузетно значајна за анализу и унапређење промотивних активности као и праћење тенденција у туризму, постала је стална. Туристичким организацијама достављају се информације на дневном и месечном нивоу, као и неким од представника хотела. За реализацију ове активности ангажована је специјализована агенција.

1.6. Интернет маркетинг

Промоција и продаја преко интернета све више добијају на значају и улагања у овај вид промоције треба да има предност у односу на остале. Примена принципа интернет маркетинга доприноси већем броју посета на интернет порталу, већој видљивости и

бољем протоку информација преко побољшања претраживачких опција, интерактивних банера, промотивних порука и сличних алата.

Једна од најзначајнијих активности коју треба реализовати као део промоције на интернету је **циљано слање мејлова**. Ова активност састоји се од слања мејлова који садрже битне информације представницима медија, туристичким агенцијама и потенцијалним клијентима чији се подаци налазе у бази података. База података треба да садржи: особе које користе програм лојалности, особе које су посетиле визитор и информативне центре, туристе који су посетили Регију, а чији се контакти могу добити анкетирањем, у хотелима, туристичким инфо центрима, приватном смештају и др.

У туристичко информативним центрима у Регији налазиће се упитници у којима ће посетиоци унети основне податке и на тај начин ће бити проширена база података.

На интернет порталу ТО регије Западна Србија www.westserbia.org формиран је **регионални резервациони систем** који омогућава резервацију смештаја. Пошто је већина хотела укључена у неки од глобалних резервационих система са регионалног интернет портала могуће је путем линка приступити интернет сајтовима хотела и на тај начин резервисати смештај.

За промоцију на интернету потребно је издвојити значајнија финансијска средства него претходних година. Једна од могућности за обезбеђење додатних средстава је конкурисати код Министарства трговине, туризма и телекомуникација на основу расписаног конкурса за пројекте промоције.

Да би се унапредиле промотивне активности које се реализују преко интернета потребно формирање регионалног центра за дистрибуцију информација. Смисао ове активности је да Туристичке организације, хотелијери и туристичке агенције информације које достављају медијима, објављују на интернет сајту и друштвеним мрежама достављају и ТО регије Западна Србија. Информације које су од регионалног значаја биће постављене на регионални интернет сајт, објављиване на друштвеним мрежама и достављане медијима.

1.7. Најбоље туристичке руте и излети

У сарадњи са туристичким агенцијама и хотелијерима унапредити програме – туристичке руте у трајању од два до седам дана као и понуду једнодневних излета. Ивршити анализу досадашње понуде и програме за које не постоји интересовање заменити новим. Такође је неопходно извршити анализу цена. У хотелима на Златибору налази се понуда једнодневних излета, а задатак у овој години је да се укључе хотели у осталим дестинацијама у Регији.

2. РАЗВОЈНИ ПРОЈЕКТИ У ТУРИЗМУ

1) Након успешно реализованог пројекта „Изградња и опремање видиковаца у туристичкој регији Западна Србија“ у 2016. години, ове године конкурисати код Министарства трговине, туризма и телекомуникација за коришћење субвенција за финансирање инфраструктурних пројеката са сличним пројектом. Један део пројекта треба да се односи да уређење видиковаца који су изграђени у прошлој години, а други део на изградњу нових видиковаца.

2) Код Министарства трговине, туризма и телекомуникација конкурисати са квалитетним пројектом за промоцију. Прошле године је, и поред скромних средстава која су одобрена, успешно релизован пројекат „Промоција туристичке регије Западна Србија на циљним тржиштима (Црна Гора, БиХ, Словенија).“ Имајућу и виду трендове и начин информисања туриста предлог је да се ове године конкурише пројектом чија је основа промоција на интернету.

3) ТО регије Западна Србија иако има мали финансијски и кадровски капацитет у претходном периоду стекла је добре референце реализацијом два пројекта из фондова Европске уније. У оквиру програма прекограничне сарадње конкурисати са пројектима за програме Србија – БиХ и Србија – Црна Гора. Пошто Еко туризам има све већи значај у туризму у глобалним размерама, а изузетно је значајан у туристичкој понуди Регије, за један од пројеката Еко туризам може да буде основа.

4) У сарадњи са Регионалном развојном агенцијом „Златибор“ наставити са промоцијом и даљим унапређењем пројекта „Планински доручак“.

3. УНАПРЕЂЕЊА УПРАВЉАЊА ДЕСТИНАЦИЈОМ

У 2016.години почела је примена новог модела управљања конституисањем Извршног одбора и стручних одбора: за стратешко планирање и инвестиције, за развој туристичких производа и конкурентности дестинације и за дестинацијски маркетинг. У овој години је неопходно унапредити организацију на тај начин што би Извршни одбор који има пет чланова чешће одржавао састанке и поред стратешких доносио и оперативне одлуке. На тај начин олакшало би се функционисање Управног одбора који има 16 чланова јер би се седнице Управног одбора ређе одржавале.

Потребно је унапређење рада стручних одбора који би чешће одржавали седнице и који би укључили нове чланове у оним одборима у којима постоји потреба за тим.

4. ПРОГРАМИ ЕДУКАЦИЈЕ

4.1. Упознавање са туристичким дестинацијама / локалитетима у Регији за туристичке раднике

У циљу унапређења сарадње између туристичких субјеката у Регији и унапређења комуникације са гостима за представнике хотела, туристичких агенција, туристичких организација организовати посету туристичким дестинацијама и локалитетима у Регији. Циљ је да туристички радници који непосредно комуницирају са гостима обиђу све значајније дестинације /локалитете у туристичкој регији Западна Србија и боље се упознају са понудом како би на прави начин могли да препоруче туристима шта треба да посете за време боравка у нашем крају. Ове активности реализовати једном недељно пре почетка летње туристичке сезоне.

4.2. Унапређење односа са јавношћу

Претходних година реализоване су успешне обуке које су имале за циљ унапређење комуникације са представницима медија. Предавачи су били реномирани стручњаци из ове области а полазници представници туристичких организација, хотелијери и туристичке агенције. На обуци коју треба организовати и ове године полазници би имали прилику да кроз практичне примере стекну неопходна знања како би унапредили комуникацију са медијима.

4.3. Обука Интернет маркетинг у туризму

У претходне две године у оквиру Темпус пројекта организоване су две успешне обуке посвећене Интернет маркетингу у туризму за које је владало велико интересовање туристичких радника. И у овој години у плану је организовање обуке са истом темом која ће садржати нове елементе који нису обрађивани на претходним обукама.

4.4. Сарадња са образовним институцијама

Након завршетка Темпус пројекта „Модернизација и усклађивање студијских програма у туризму“ који је финансирала Европска унија, а у коме је један од партнера била и ТО регије Западна Србија наставити сарадњу са образовним институцијама у циљу унапређења студијских програма у туризму и боље координације између образовних институција и туристичке привреде.

У складу са резултатима Темпус пројекта најзначајнији видови сарадње требало би да буду:

- Реализација истраживачких и развојних пројеката од заједничког интереса

- Унапређење стручне праксе за студенте Високе пословне школе из Ужица
- Увођење сталних туристичких курсева у наставу које би похађали туристички радници и студенти
- Учешће истакнутих туристичких радника у настави као гостујућих предавача

5. СТРАТЕГИЈА РАЗВОЈА ТУРИЗМА РЕПУБЛИКЕ СРБИЈЕ

У новембру 2016.године Влада Републике Србије на предлог Министарства трговине, туризма и телекомуникација усвојила је Стратегију развоја туризма Републике Србије за период од 2016. до 2025.године. У изради Стратегије учествовали су туристички радници из нашег краја који су достављали предлоге од којих је велика већина уважена и уврштена у Стратегију. Национални савет за развој туризма имао је значајну улогу приликом израде овог стратешког документа.

Стратегија садржи: анализу постојећег стања и досадашњег степена развоја туризма, кључне туристичке трендове и упоредну анализу туризма конкурентских земаља, анализу предности и недостатака туризма, пословну мисију, визију и циљеве развоја туризма, избор приоритетних туристичких производа, предлог приоритетних туристичких дестинација, анализу утицаја на културно наслеђе и природна добра и предлог политике развоја туризма. Саставни део стратегије је акциони план којим су предвиђене конкретне мере и активности ради обезбеђења услова да се циљеви Стратегије реализују, одређени су носиоци послова и партнери за спровођење тих мера и активности као и време потребно за имплементацију наведених активности..

У листи туристичких дестинација Туристичка регија Западна Србија је дефинисана као једна од кључних дестинација. Као кључне вредности регије наведени су: културно наслеђе, природна богатства, реке, језера, Златибор и Златар, РХ центри, Специјални резерват природе Увац, Парк природе Мокра Гора (Шарганска осмица, Дрвенград), Манастир Милешева. Као полови развоја наведене су све Општине које припадају туристичкој регији Западна Србија, а као кључни туристички производи: екотуризам, етно туризам, здравствени spa&wellness, манифестације, рурални туризам, културно тематске руте и планински туризам.

У делу Стратегије који се односи на Планирање, управљање и институционалну инфраструктуру за развој туризма Републике Србије као пример добре праксе наводи се Туристичка организација регије Западна Србија: „Пример добре домаће праксе јесте постојање и успешан рад Туристичке организације регије Западна Србија која постоји од

2006. године и до сада је једина регионална туристичка организација у Републици Србији формирана у складу са Законом о туризму као ДМО у оснивању (јер у управљачким структурама поред представника јавног сектора – локалних туристичких организација, налазе се ТОС, удружење хотелијера, удружења туристичких агенција, Регионалне развојне агенције (у даљем тексту: РРА) Златибор, Регионалне привредне коморе Ужице) и на тај начин би се стимулисало формирање Регионалних туристичких организација у осталим деловима Републике Србије које би у догледно време прерасле у регионалне ДМО.“ (Стратегија развоја туризма Републике Србије, стр. 62).

Као значајан фактор у развоју туризма наводи се и Регионална развојна агенција „Златибор“: „Регионалне развојне агенције су значајне организације за развој туризма, имајући у виду њихове капацитете за мобилизацију и имплементацију донаторских средстава и пројеката, имају развојну функцију, често користећи различите развојне и иновативне приступе као што је нпр. системски развој тржишта (као нпр. Market System Development – који спроводи РРА Златибор из Ужица) што значајно доприноси квалитативном унапређењу функционисања система туризма Републике Србије.“ (Стратегија развоја туризма републике Србије, стр. 63)

У истом поглављу још једном су у позитивном контексту поменуте ТО регије Западна Србија и РРА Златибор: „С обзиром да Република Србија нема регионални административни и буџетски капацитет да координира развој у области туризма, неопходно је дефинисати групације туристичког простора и у оптималном року дефинисати управљаче туристичког простора у чему треба користити искуства и применити примере добре праксе Туристичке организације регије Западна Србија.“ „У све активности планирања и развоја туризма у наредном периоду потребно је укључити регионалне развојне агенције (попут нпр. РРА Златибор, Регионална агенција за развој Источне Србије (РАРИС) из Зајечара, РРА Бачка из Новог Сада и др) које су показале потребно знање, способност и ефикасност у реализацији програма и пројеката у развоју туризма.“ (Стратегија развоја туризма Републике Србије, стр. 65)

У складу са активностима ТО регије Западна Србија које су реализоване у претходним годинама, изузетно је значајно да је Стратегијом предвиђено формирање Дестинацијских Менаџмент Организација (ДМО) на националном, регионалном/покрајинском нивоу.

Када су у питању врсте стратешких и планских докумената, у складу са Законом о туризму предвиђена је израда Програма развоја туризма који је у надлежности локалних самоуправа. Акционим планом као једна од значајних активности предвиђена је израда локалних и регионалних програма за развоја туризма (Стратегија развоја туризма Републике Србије стр. 86).

Планирано је да примена Стратегије, за коју је надлежно ресорно Министарство започне у овој години. Акционим планом предвиђене су активности у којима треба да учествују локалне самоуправе, туристичке организације и други туристички субјекти.

4. ФИНАНСИЈСКИ ПЛАН

Програм 4 – 1502 Развој туризма

Програмска активност 15001 – 01 Управљање развојем туризма

Пројекат : Број ТО са којима се сарађује

Извор верификације : Статут

Индикатор: Број ТО које су у саставу ТО регије Западна Србија

Табела 1: Приходи

Р.број	Назив	Износ
1.	Приходи из буџета Града Ужица	1.374.000
2.	Приходи од чланарине	1.730.000
3.	Трансфери ТО за наступе на сајмовима и промоцијама	5.400.000
4.	Повраћај средстава Темпус пројекат	240.000
5.	Остали приходи	605.000
	Укупно	9.349.000

Табела 2: Расходи

411		Плате и додаци запослених	900.000	900.000
412		Социјални доприноси	180.000	180.000
421		Стални трошкови	172.000	
	4211	Трошкови платног промета		50.000
	4214	Телефон, птт, интернет		90.000
	4215	Осигурање возила		32.000
422		Трошкови путовања	542.000	
	4221	Трошкови путовања у земљи		362.000
	4222	Трошкови путовања у иностранству		180.000
423		Услуге по уговору	6.060.000	
	4231	Рачуноводствене услуге		90.000
	4233	Котизација за сајмове		3.100.000
	4234	Промотивни материјал		410.000
	4234	Медијске услуге		60.000
	4235	Остале стручне услуге – опремање штандова за сајмове и др.		2.300.000
	4237	Репрезентација		80.000
	4239	Остале опште услуге		20.000
424		Специјализоване услуге	300.000	
	4242	Услуге туризма – интернет маркетинг		139.000

	4249	Остале специјализоване услуге – медијско праћење		161.000
425		Текуће поправке и одржавање	70.000	
	4251	Одржавање зграда и др.		64.000
	4252	Поправка рачунарске опреме		6.000
426		Материјал	403.000	
	4261	Канцеларијски материјал		18.000
	4264	Гориво		140.000
	4266	Опрема за туризам – тур.сигнализац.		245.000
465		Остале дотације и трансфери	120.000	120.000
482		Порези, таксе, казне и пенали	1.000	1.000
483		Новчане казне по решењу судова	1.000	1.000
512		Машине и опрема	600.000	
	5121	Опрема – аутомобил (набавка на лизинг)		600.000
		УКУПНО	9.349.000	9.349.000

Табела 3: Спецификација средстава по изворима

Кonto	Назив	Средства из буџета Града Ужица	Сопствена средства
411	Плате и додаци запослених	900.000,00	
412	Социјални доприноси	180.000,00	
421	Стални трошкови	52.000,00	120.000,00
422	Трошкови путовања	42.000,00	500.000,00
423	Услуге по уговору	60.000,00	6.000.000,00
424	Специјализоване услуге		300.000,00
425	Текуће поправке и одржав.		70.000,00
426	Материјал	18.000,00	385.000,00
465	Остале дотац.и трансфери	120.000,00	
482	Порези, таксе, казне	1.000,00	
483	Новчане по реш.судова	1.000,00	
512	Машине и опрема		600.000,00
	УКУПНО	1.374.000,00	7.975.000,00

Директор
Мирослав Рађен

ОДЛУКА

Управни одбор Туристичке организације регије Западна Србија на 65. Седници одржаној дана 27.децембра 2016.године усвојио је План јавних набавки Туристичке организације регије Западна Србија за 2017.годину.

У Ужицу, 28.12.2016.године



Председник Управног одбора

Арсен Ђурић

ОДЛУКА

Управни одбора Туристичке организације регије Западна Србија на 66. Седници одржаној дана 30.01.2017.године усвојио је измену Плана јавних набавки Туристичке организације регије Западна Србија за 2017.годину.

У Ужицу, 30.01.2017.године



Председник Управног одбора
Арсен Ђурић

План јавних набавки за 2017. годину

Туристичка организација регије Западна Србија

Обухвата: Датум усвајања:

План јавних набавки за 2017. годину 5/1/2017

Измена број: 1 Предлог

РБ	Предмет набавке	Процењена вредност без ПДВ-а	Врста поступка	Оквирни датум		
				покретања поступка	закључења уговора	извршења уговора
Укупно		3,100,000				
добра		1,200,000				
1.1.1	Набавка возила за службене потребе	1,200,000	поступак јавне набавке мале вредности	2/2017	3/2017	3/2017
Предлог измене број: 1; план: План јавних набавки за 2017. годину од 5/1/2017; поступак: ДОДАТ						
Образложење:						
услуге		1,900,000				
1.2.1	Израда идејног решења, израда и опремање штанда Туристичке организације регије Западна Србија за Сајам туризма у Београду	1,900,000	поступак јавне набавке мале вредности	1/2017	2/2017	2/2017

ОБРАЗЛОЖЕЊЕ ИЗМЕНЕ ПЛАНА

Предлог измене број: 1; план: План јавних набавки за 2017. годину од 5/1/2017

Јавна набавка уврштена у план након усвајања Програма рада за 2017. годину од стране Управног одбора

Место и датум:

Ушће, 06.02.2017.



Овлашћено лице:

Мирослав Рађен

Одговорно лице:

Мирослав Рађен