

**PROGRAM RADA SA PROGRAMOM TURISTIČKE
INFORMATIVNO PROPAGANDNE DJELATNOSTI
I FINANSIJSKIM PLANOM
TURISTIČKE ORGANIZACIJE
OPŠTINE BAR ZA 2022. GODINU**

Bar, decembar 2021.

Sadržaj

UVOD	4
1. OPŠTE INFORMACIJE O TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI OPŠTINE BAR.....	5
1.1. Osnivanje	5
1.2. Djelatnost.....	5
1.3. Organi organizacije.....	6
1.4. Prihodi	6
1.5. Osnovna sredstva.....	6
1.6. Zaposleni.....	6
2. STATISTIČKI I FINANSIJSKI POKAZETELJI (Anketa turista 2021)	7
3. INFORMATIVNO PROMOTIVNA DJELATNOST.....	16
3.1. Digitalni marketing	16
3.2. Turističko informativni birovi	17
3.3. Realizacija promotivnih kampanja	17
3.4. Organizacija novinarskih putovanja i putovanja predstavnika turoperatora	17
3.5. Sajamovi, prezentacije i ostali nastupi	18
4. IZRADA PROMOTIVNOG MATERIJALA.....	19
4.1. Reprint turističke mape Bara.....	19
4.2. Turističke karte za pješačenje (hiking)	19
4.3. Reprint mape panoramske rute	19
4.4. Reprint opštег kataloga.....	19
4.5. Reprint kataloga smještaja.....	19
4.6..Reprint Kataloga 55+.....	19
4.8. Izrada brošure aktivnog odmora/izleta.....	20
4.9 Izrada flejera sa ponudom registrovanih vinarija, registrovanih restorana, registrovanih brodova za prevoz putnika na moru i jezeru.....	20
5. IZRADA SUVENIRA, VIDEO MATERIJALA I KOLATERALA.....	20
5.1. Izrada majica, hemijski, upaljača, balona, kesa i dr.....	20
5.2.Izrada suvenira	20
6. ORGANIZOVANJE I FINANSIRANJE MANIFESTACIJA.....	20
7. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA.....	22
7.1. Monitoring broja gostiju na dan	22
7.2. Anketa turista	22
7.3. Istraživanje na emitivnim tržištima Srbije i Bosne i Hercegovine	22
7.4. Analiza pres kliping materijala	22

7.5. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije	23
8. INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA	23
8.1. Inicijativa i koordinacija	23
8.2. Edukacija - projekat organizovanja radionica.....	23
8.3. Svjetski dan planete Zemlje - 22. april	23
8.4. Svjetski dan turizma - 27. septembar	23
8.5. Stručna pomoć pri formiranju udruženja hotelijera, privatnog smještaja i turističkih agencija ...	23
8.6. Stručna pomoć prilikom formiranja klastera poljoprivrednih proizvođača koji se mogu integrisarti u turističku ponudu i njihova promocija u saradnji sa Sekretarijatrom za privredu Opštine Bar.....	23
8.7. Problemi/ograničenja sa kojima se TO Bar suočava i aktivnosti koje planira realizovati u pravcu njihovog prevazilaženja	24
9. PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE.....	24
9.1. Izrada i revitalizacija turističke signalizacije.....	24
9.2. Poboljšanje uslova boravka u ruralnom području.....	24
9.3. Ulaganja u turističku infrastrukturu	24
9.4. Za još ljepši grad.....	24
9.5. Akcija „Pohod u planine“	25
9.6. Najljepši novogodišnji izlog.....	25
10. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE	25
10.1. Projekti za arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove,	25
rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara	25
11. RJEŠAVANJE STAMBENIH POTREBA ZAPOSLENIH	25
12. PROJEKTI FINANSIRANI OD STRANE EU	25
FINANSIJSKI PLAN TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2022. GODINU	27
PLANIRANI PRIHODI TO BAR ZA 2022.GODINU	31
DETALJNI PRIKAZ RASHODA TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2022. GODINU	32

UVOD

Pred Vama se nalazi Program rada sa programom turističke informativno propagandne djelatnosti i finansijskim planom Turističke organizacije Opštine Bar za 2022. godinu. U trenutku kada se svijet polako opravlja, ali i uči živjeti u skladu sa novim životnim okolnostima i pored zadovoljavajućeg rezultata koji je ostvaren u sezoni 2021, izazov je planirati aktivnosti na promociji i razvoju destinacije. Nadamo se da će turistička sezona 2022. nastaviti trend rasta broja dalazaka turista, ali u značajnoj mjeri moramo biti oprezni i racionalno planirati kako prihode, tako i rashode koji su uslovjeni dešavanjima na globalnom nivou. Prilikom izrade Programa rada smo vodili računa da objektivno sagledamo sve faktore uticaja i da u skladu sa trenutnim stanjem pripremimo realnu projekciju razvoja turizma u našoj opštini.

Turistička organizacija Opštine Bar će u 2022. godini sprovesti brojne aktivnosti iz djelokruga svog poslovanja, a koje će se odnositi na razvoj turističkog proizvoda, povećanje kvaliteta turističke ponude, promociju putem digitalnog marketinga, izradu promotivnog materijala, kako štampanog tako i u elektronskom obliku, promociju na društvenim mrežama i internet kanalima. U zavisnosti od epidemiološke situacije TO Bar će organizovati i tradicionalne manifestacije zabavnog karaktera u većem obimu, a u cilju privlačenja većeg broja turista.

Uloga Turističke organizacije Opštine Bar u narednom periodu biće, kao i u dosadašnjem periodu, sveobuhvatna promocija turističke regije barske opštine kao destinacije sa raznovrsnim i kvalitetnim turističkim proizvodom, informisanje turista, organizacija brojnih tradicionalnih manifestacija, promotivnih nastupa sa NTO Crne Gore i LTO-a *fizički i virtuelno), realizacija promotivno - prodajnih kampanja, realizacija strategije rasta i razvoja turizma shodno Strategiji razvoja turizma Bara do 2026. godine, programima Ministarstva ekonomskog razvoja, Nacionalne turističke organizacije Crne Gore i Opštine Bar, zastupanje interesa turističke privrede u okviru funkcija i ovlašćenja Turističke organizacije.

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

1. OPŠTE INFORMACIJE O TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI OPŠTINE BAR

1.1. Osnivanje

Turistička organizacija Opštine Bar je osnovana na osnovu člana 7 Zakona o turističkim organizacijama ("Službeni list RCG", broj 11/04) i člana 13 stav 1 tačka 1 i Odluke o osnivanju Turističke organizacije Opštine Bar (Službeni list RCG – Opštinski propisi br.21/04.

1.2. Djelatnost

Zadaci /djelatnost:

1) unaprjeđenje i promocija izvornih vrijednosti područja opštine za koju je osnovana;

1a) prikupljanje i ažuriranje podataka o turističkoj ponudi opštine i njihovo objavljivanje na svojoj internet stranici;

1b) učešće u realizaciji projekata za razvoj i diverzifikaciju turističke ponude;

2) stvaranje uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji opštine;

3) saradnja sa pravnim licima, fizičkim licima, udruženjima i nevladinim organizacijama koje za predmet poslovanja imaju turističku i ugostiteljsku ili njoj komplementarnu djelatnost u cilju dogovaranja, utvrđivanja i sprovećenja politike razvoja turizma i poboljšanja uslova boravka turista na teritoriji opštine;

4) izrada turističko-propagandnog i drugog informativnog materijala;

5) podsticanje, koordiniranje i organizovanje kulturnih, umjetničkih, zabavnih, privrednih, sportskih i drugih manifestacija, koje doprinose obogaćivanju turističke ponude;

6) pružanje informacija gostima o raspoloživim smještajnim kapacitetima u primarnim i komplementarnim ugostiteljskim objektima, ugostiteljskim objektima za pružanje usluge pripremanja i usluživanja hrane i pića i kapacitetima privatnog smještaja, kulturnim manifestacijama, događajima i drugim servisnim informacijama o turističkim uslugama na teritoriji opštine;

7) pružanje informacija o radnom vremenu zdravstvenih ustanova, banaka, pošte, trgovine i drugih informacija potrebnih za boravak turista;

8) posredovanje i pružanje pomoći prilikom rezervacije i davanje informacija o smještajnim kapacitetima ako u turističkom mjestu za koje je osnovana turistička organizacija ne postoji registrovana turistička agencija;

9) dostavljanje prijave i odjave boravka u skladu sa zakonom;

10) podsticanje aktiviranja područja opštine koja nijesu ili su nedovoljno uključena u turistički promet;

11) podsticanje i organizovanje akcija usmjerenih na zaštitu i očuvanje turističkog prostora, životne sredine i kulturnog nasleđa;

12) realizovanje programa aktivnosti boravka studijskih grupa i novinara na teritoriji svog djelovanja;

13) vođenje evidencije u cilju kontrole izdavanja i korišćenja smještajnih jedinica u vikend stanovima, u saradnji sa organima lokalne uprave i sačinjavanje izvještaja koji najmanje dvomjesečno dostavlja Ministarstvu;

14) organizovanje turističko-informativnih biroa u turističkim mjestima, za koje ocijeni potrebu;

15) prikupljanje i obrada podataka (dnevna, nedjeljna i mjesečna) o turističkom prometu (broj turista i broj noćenja) i njegovoj strukturi na području opštine, kao i izrada mjesecnog izvještaja o turističkom prometu (broj turista i broj noćenja) za potrebe nadležnog organa za poslove statistike i Nacionalne turističke organizacije;

16) vođenje evidencije o naplati boravišne takse, izletničke, turističke takse i članskog doprinosa;

- 17) procjena neobuhvaćenog turističkog prometa na nivou opštine;
- 18) saradnja sa organima opštine u cilju donošenja i sproveđenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine;
- 19) saradnja sa lokalnim udruženjima i nevladinim organizacijama iz oblasti turizma i ugostiteljstva i njima komplementarnim djelatnostima;
- 20) saradnja sa drugim lokalnim turističkim organizacijama u Crnoj Gori;
- 21) sproveđenje anketa i drugih istraživanja u cilju utvrđivanja ocjene kvaliteta turističkog proizvoda na teritoriji opštine;
- 22) izrada izvještaja i informacija za potrebe Nacionalne turističke organizacije;
- 23) dostavljanje godišnjeg plana za unaprjeđenje i razvoj turizma na uvid i odobrenje Nacionalnoj turističkoj organizaciji;
- 24) obavljanje i drugih poslova u cilju promocije turističkog proizvoda na teritoriji opštine;
- 25) saradnja sa istim ili sličnim organizacijama van Crne Gore.

1.3. Organi organizacije

Organi Organizacije su:

1. Skupština - ima 25 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 Bar. Mandat organa organizacije traje 4 (četiri) godine.

1.4. Prihodi

Organizacija ostvaruje prihode iz sljedećih izvora:

Boravišne takse, u skladu sa posebnim zakonom,
Članskog doprinosa, u skladu sa posebnim zakonom,
Turističke takse, u skladu sa posebnim zakonom,
Sredstava budžeta,
Dobrovoljnih priloga (donacija),
Kredita i iz drugih izvora u skladu sa zakonom.

1.5. Osnovna sredstva

Osnovna sredstva TO Bar: oprema u poslovnim prostorima 6 (šest) Turističko informativnih biroa u vlasništvu TO Bar, i oprema u 3 (tri) iznajmljena poslovna prostora, foto arhiva, tri putnička automobila (2 škode fabia-e i 1 škoda oktavija), a sve to se konstatuje godišnjim popisima.

1.6. Zaposleni

TO Bar zapošljava 10 radnika na neodređeno vrijeme, 1 lice na mandatu, a na određeno vrijeme u sezoni radi i do 35 zaposlenih. U 2022. godini broj zaposlenih tokom sezone će zavisiti od epidemiološke situacije i inteziteta turističke sezone.

2. STATISTIČKI I FINANSIJSKI POKAZETELJI (Anketa turista 2021)

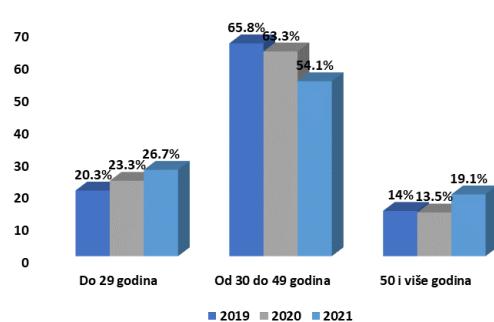
U skladu sa Smjernicama NTO CG u ovom dijelu su dati statistički i finansijski pokazatelji turizma u Baru.

Istraživanje stavova i potrošnje turista u Baru u 2021. godini koje je imalo za cilj da obezbijedi dobijanje kvantitativnih i kvalitativnih sociodemografskih podataka o turistima, karakteristikama putovanja i boravka u Baru, troškovima za vrijeme boravka u destinaciji i stavovima o turističkoj ponudi opštine Bar u toku ljetne turističke sezone.

Istraživanje je sprovedeno u toku ljetne turističke sezone u periodu od 1. jula do 31. avgusta 2021. godine u komercijalnim smještajnim objektima metodom direktnog intervjuja na osnovu unaprijed definisanog upitnika po TOMAS (Touristisches Marktforschungssystem Schweiz) metodologiji. Osnovni instrument prikupljanja podataka je bio strukturirani upitnik koji je pripremljen na 3 jezika: crnogorskom, engleskom, ruskom. Upitnik je sadržao u najvećem broju pitanja zatvorenog tipa, s ponuđenim odgovorima, dok su se pitanja otvorenog tipa odnosila na starosnu strukturu, broj osoba u pratnji, dužinu boravka na putovanju, kao i na novčane izdatke tokom putovanja. U prikupljanju podataka korišćena je metoda direktog intervjuja.

Rezultati ankete predstavljaju veoma važan izvor informacija kada su u pitanju obilježja ljetne turističke ponude i tražnje u Baru kao što su:

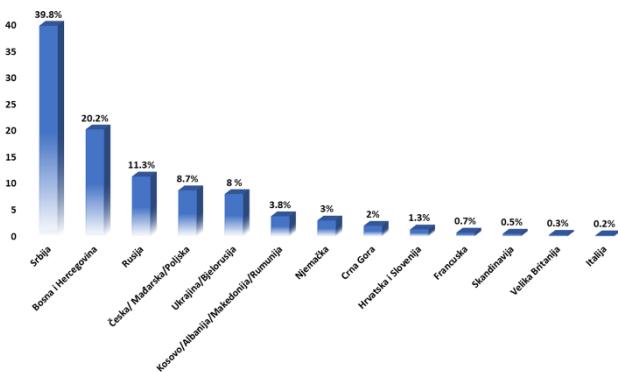
- motivacija za dolazak u Bar,
- aktivnosti tokom boravka,
- izvori informisanja o destinaciji,
- stepen zadovoljstva turističkom ponudom,
- potrošnja u destinaciji
- sociodemografska obilježja turista.



Na osnovu analize sociodemografske karakteristike ispitanika, vidimo da je više od polovine turista (54,1%) koji su posjetili Bar tokom turističke sezone starosne dobi od 30 do 49 godina, onih koji su mlađi od 29 godina 26.7%, dok seniore čini svega 19.1% turista. Detaljnijom analizom, starosnu dob turista smo razmotrili i na osnovu drugačijih kategorija pa je turista starosne dobi do 25 godina bilo 7,8%, od 26 do 35 godina 35,6%, a od 36 do 45 godina (27,1%).

Najveći broj turista je boravio u objektima individualnog smještaja 76.8%, dok je u objektima kolektivnog smještaja boravilo 23.3% turista.

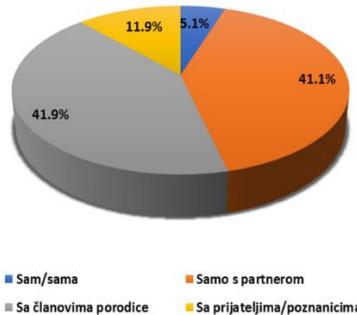
Analizirajući stepen obrazovanja turista možemo vidjeti da skoro 80% njih koji su boravili u Baru u toku ljetne sezone imaju više ili visoko obrazovanje.



Kada govorimo o zemlji porijekla turista najveći broj turista u 2021. godini dolazi sa tržišta Srbije 39.8%, zatim iz BiH 20%, zatim sa tržišta Rusije, Češke, Mađarske i Poljske kao i Ukrajine i Bjelorusije i u manjim procentima iz ostalih evropskih država. Domaći turisti su činili 2% od ukupnog broja anketiranih turista.

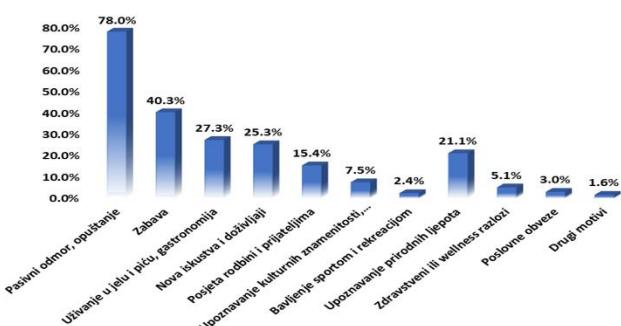
Analizirajući potrošačku moć turista, može se vidjeti da su najbrojniji turisti (26.6%) čija su mjesecna primanja domaćinstva od 1001 do 1500 eura, a zatim oni čiji su mjesecni prihodi domaćinstva od 500 do 1000 eura (25.9%), odnosno da polovina turista ima mjesecna primanja domaćinstva između 500 i 1500 eura.

Najviše gostiju koji dolaze iz Srbije (34%) ima prosječna mjesecna primanja domaćinstva od 1000 do 1500 eura, dok turisti koji dolaze iz BiH (38.5%), kao i Kosova, Makedonije, Albanije i Rumunije (51.8%) imaju primanja od 501 do 1000 eura. Gosti iz Njemačke (40.5%), Italije (100%) i Velike Britanije (56.7%) imaju prosječna mjesecna primanja domaćinstva od 3001 do 3500 eura.



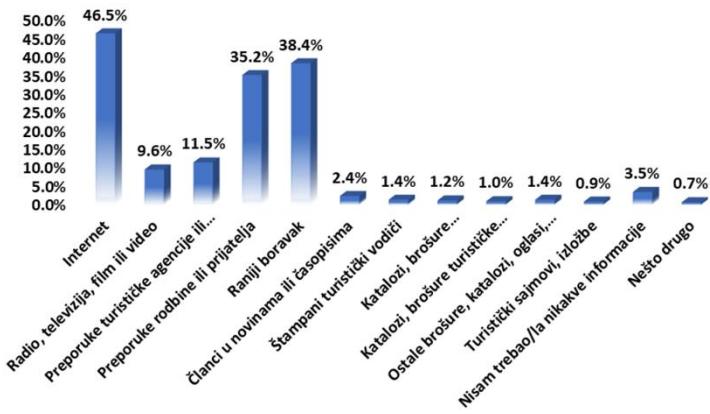
Kao i predhodnih godina opština Bar kao destinaciju za odmor najviše biraju porodice 41.9% i turisti koji dolaze samo sa partnerom 41.1%. Turisti iz Srbije (49.8%), BiH (41.9%) najčešće dolaze sa porodicom, dok turisti iz Rusije (58.3%), zatim Kosova, Makedonije, Albanije i Rumunije (53.4%), kao i domaći turisti (53.7%) najčešće dolaze samo sa partnerom.

Kao glavne razloge za odabir destinacije Bar turisti su u najvećem broju naveli: Cjenovno najkonkurentnija ponuda njih 56%, zatim blizinu destinacije i kvalitetne turističke sadržaje.



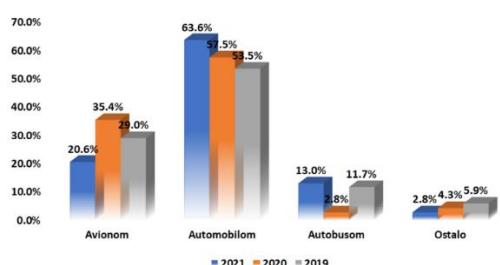
Kada su u pitanju motivi za dolazak u destinaciju radi ljetnjeg odmora, turisti su imali mogućnost da od jedanaest različitih motiva dolaska izaberu najvažnija tri motiva. Primarni motiv turista za dolazak u Bar je pasivni odmor i opuštanje (78%), nakon toga slijedi motiv zabave (40.3%), uživanje u jelu i piću (27.3%) pa nova iskustva i doživljaji (25.3%). Takođe, veoma važan motiv dolaska je i upoznavanje prirodnih ljepota. Pasivni odmor i opuštanje je glavni motiv turista svih generacija. Za turiste sa svih ostalih emitivnih tržišta glavni motivi dolaska su odmor i opuštanje, a zatim zabava. Za turista iz Skandinavije su takođe veoma važni motivi dolaska nova iskustva i događaji (81.8%), kao i gastronomija (81.8%). Ovo su veoma važni motivi dolaska i za turiste iz Velike Britanije.

Kada su u pitanju motivi za dolazak u destinaciju radi ljetnjeg odmora, turisti su imali mogućnost da od jedanaest različitih motiva dolaska izaberu najvažnija tri motiva. Primarni motiv turista za dolazak u Bar je pasivni odmor i opuštanje (78%), nakon toga slijedi motiv zabave (40.3%), uživanje u jelu i piću (27.3%) pa nova iskustva i doživljaji (25.3%). Takođe, veoma važan motiv dolaska je i upoznavanje prirodnih ljepota. Pasivni odmor i opuštanje je glavni motiv turista svih generacija. Za turiste sa svih ostalih emitivnih tržišta glavni motivi dolaska su odmor i opuštanje, a zatim zabava. Za turista iz Skandinavije su takođe veoma važni motivi dolaska nova iskustva i događaji (81.8%), kao i gastronomija (81.8%). Ovo su veoma važni motivi dolaska i za turiste iz Velike Britanije.



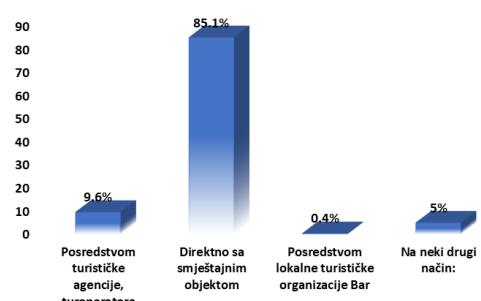
Za skoro polovinu turista Internet predstavlja dominantan izvor informisanja. Međutim pored njega kao veoma važni izvori informacija o destinaciji najzastupljeniji su ranije iskustvo (38,4%) i preporuke rodbine ili prijatelja (35,2%). Internet je dominantan izvor informisanja za turiste sa skoro svih emitivnih tržišta izuzev tržišta Srbije i Italije kod kojih je dominantan izvor informacija predstavlja raniji boravak i turista iz Skandinavije (81,8%) kod kojih je dominantan izvor informacija predstavljaju preporuke turističke agencije ili kluba.

Za turiste iz Velike Britanije pored interneta važan izvor informisanja predstavljaju članci u novinama ili časopisima (43,3%). Kada su u pitanju domaći turisti raniji boravak je predstavljao glavni izvor informacija. Oni koji su koristili Internet kao izvor informisanja u najvećem broju (51,4%) su koristili društvene mreže i to pretežno Facebook, zatim Instagram i Tripadvisor. Takođe značajan broj 44,30% je putem Interneta pretraživao sajtove online turističkih agencija za informacije o destinaciji.



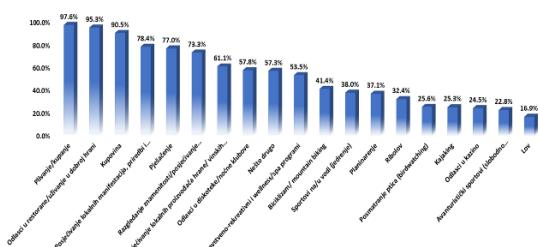
Karakteristike putovanja analizirane su kroz analizu načina organizacije putovanja, korišćenog prevoznog sredstva kao i načina rezervacije smještaja i prevoza.

Kada je u pitanju prevozno sredstvo, slično kao i prethodnih godina, svaki drugi turista je u toku ljetnje sezone doputovao u Bar automobilom, dok je svaki treći turista doputovao avionom.

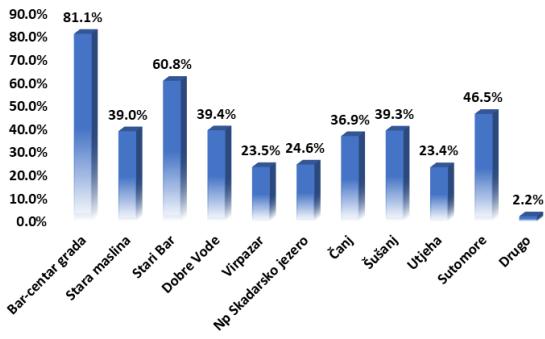


Najveći broj gostiju (82.1%) je unaprijed rezervisao smještaj i to najčešće u direktnoj komunikaciji sa smještajnim objektom (85,1%). Nadalje, skoro polovina turista (46,3%) najčešće rezerviše smještaj od 1 do 4 nedjelje prije dolaska u destinaciju, dok trećina turista (33,3%) najčešće rezerviše smještaj od 5 do 8 nedjelja prije dolaska u destinaciju.

Najveći broj turista boravi u Baru od 4 do 7 noći (44,8%) i od 8 do 10 noći (34%). S tim u vezi turisti su tokom ljetnje turističke sezone u Baru u prosjeku ostvarili 8 noćenja.



Plivanje i kupanje su glavne aktivnosti turista tokom boravka u Baru. Slijedi odlazak u restorane (95.3%), kupovina (90.5%) posjećivanje lokalnih manifestacija, priredbi i koncerata (78.4%), pješačenje (77%), razgledanje znamenitosti/posjećivanje muzeja/galerija/izložbi (73.3%) i posjećivanje lokalnih proizvođača hrane/vinskih podruma (61.1%).



Najposjećenije turističke atrakcije u Baru u 2021. godini tokom ljetne sezone je uži centar grada (81,1%), slijede Stari Bar (60,8%), Dobre Vode (39,4%), Stara maslina (39%) i Šušanj (39,3%), dok je Utjeha najmanje posjećeno turističko mjesto (23,4%).

Turisti koji su boravili u Baru u toku svog putovanja su posjetili i druga mjesta i to u najvećem broju (83,3%) mjesta na primorju Crne Gore, zatim mjesta u centralnom regionu 42,7% njih, dok je 29,4% turista posjetilo mjesta u sjevernom regionu Crne Gore. Najposjećenije mjesto je Budva (54,7%), slijede Ada Bojana (36,3%), Sveti Stefan (32%), Ulcinj (28,9%) i Tivat (27,6%).

Analiza zadovoljstva turističkom ponudom Bara u 2021. godini je sagledana kroz analizu ocjene stepena zadovoljstva kako ukupnom ponudom tako i ocjenom elemenata turističke ponude Bara na skali od 1 (odlično) do 5 (vrlo loše).

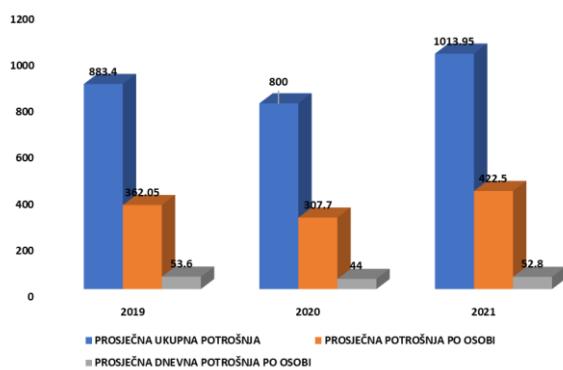
Turisti su generalno veoma zadovoljni turističkom ponudom Bara. Ukupna ocjena zadovoljstva boravkom u Baru u 2021. godini je 1,68.

Kada su u pitanju opšti elementi turističke ponude turisti su najviše zadovoljni ljepotom prirode i gostoljubivošću stanovništva, dok su najmanje zadovoljni organizacijom saobraćaja i opremljenošću puteva. Nadalje kada su u pitanju zadovoljstvo elementima turističke ponude koji se odnose na smještaj turisti su posebno zadovoljni ljubaznošću osoblja u smještajnim objektima (1,3), komforom i higijenom u smještajnim objektima (1,4). S druge strane najmanje su zadovoljni poštovanjem mjera prevencije od pandemije Covid 19.

Na kraju kada su u pitanju elementi turističke ponude destinacije turisti su veoma zadovoljni odnosom cijene i kvaliteta, radnim vremenom ugostiteljskih objekata i radom turističkih agencija. S druge strane turisti su iskazali mnogo manje zadovoljstvo kada je u pitanju čistoća, opremljenost i uređenost plaži i lokalanim prevozom.

Turisti koji su tokom 2021. godine boravili u Baru u prethodne tri godine svoj odmor (sa četiri i više noćenja) su proveli u nekoj drugoj destinaciji. S tim u vezi turisti su upoređivali ponudu grada Bara kao destinacije sa ranije posjećenim destinacijama. Imajući u vidu veliki broj različitih destinacija sa kojima su upoređivali grad Bar, destinacije su grupisane.

Analizirajući ocjene pojedinačnih elemenata ponude grada Bara u odnosu na konkurentske destinacije možemo zaključiti da je turistička ponuda Bara slična ponudi njenih konkurentske destinacija.



Analiza potrošnje obuhvatila je analizu ukupne i dnevne potrošnje turista po osobi u eurima. Isto tako analizirana je potrošnja prema vrsti izdataka.

Ukupni prosječni troškovi putovanja po osobi u Baru tokom ljetne turističke sezone u 2021. godini iznosili su 422,5 eura, dok su prosječni dnevni troškovi po osobi iznosili 52,8 eura. Najveću prosječnu potrošnju po putovanju (po osobi u eurima) su ostvarili turisti iz Rusije (1027,2 eura), zatim slijede turisti iz Njemačke

(912 eura), Italije (825 eura), Ukrajine i Bjelorusije (641,9 eura), Poljske, Češke i Mađarske (504,4 eura), Kosova, Makedonije, Albanije i Rumunije (271,1 eura), Bosne i Hercegovine (223,8 eura) i Srbije (303,4 eura).

Analizirajući prosječnu potrošnju turista po osobi u odnosu na prevozno sredstvo kojim su doputovali, možemo vidjeti da su najveću potrošnju ostvarili turisti koji su doputovali avionom (724,9 eura) i najveći iznos sredstava izdvojili za troškove smještaja i prevoza.

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

Dolasci turista i ostvarenih noćenja u opštini – zaključno sa 30.09.2021.godine ¹				
Vrsta smještaja	Dolasci turista	Ostvarena noćenja	Index dolasci	Index ostvarena noćenja
Kolektivni smještaj (hoteli slični smještajni kapaciteti)	41 940	212 116	765.60	1.064.57
Privatni smještaj	103 070	1 030 248	612.60	372.00
Ukupno	145 010	1 242 364	649,80	418.25

Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u opštini Bar				
Period	Dolasci	Noćenja	Index dolasci	Index noćenja
Januar	1 362	25 168	51,59	62,28
Februar	1 749	26 339	61,41	62,88
Mart	1 920	31 557	123,00	78,97
April	2 274	34 052	0	340,59
Maj	3 422	46 230	1462,40	1172,45
Jun	10 479	104 595	737,95	1131,98
Jul	50 886	355 064	1388,81	918,04
Avgust	59 880	471 539	999,66	810,94
Septembar	13 038	147 820	329,32	267,80
Ukupno	145 010	1 242 364	649,80	418,25

¹ Zvanični podaci Monstata i podaci LTO Bar za individualni smještaj. Monstat ne objavljuje podatke o individualnom smještaju na mjesecnom nivou. Ovo su nezvanični podaci.

Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u opštini Bar zaključno sa 30.09.2021.god.							
Naziv zemlje pripadnosti	Dolasci turista u opštini	Ostvarena noćenja u opštini	Prosj. dužina boravka u danima	Struktura u %		Index-i	
				turisti	noćenja	turisti	noćenja
Evropa	136 034	1 195 819	8,79	98,26	98,09	693,8	412,90
Albanija	1 219	10 237	8,40	0,88	0,84	169,07	124,48
Austrija	836	6 203	7,42	0,60	0,51	1129,7	471,71
Belgija	311	2 086	6,71	0,22	0,17	797,4	394,33
Bjelorusija	616	9 382	15,23	0,44	0,08	135,09	171,45
Bosna i Hercegovina	32 191	187 473	5,82	23,25	15,38	956,49	619,27
Bugarska	197	1 110	5,63	0,14	0,09	532,4	211,03
Češka	631	5 006	7,93	0,45	0,41	438,2	451,40
Danska	87	933	10,72	0,06	0,08	621,4	326,22
Estonija	87	635	7,30	0,06	0,05	580	154,13
Finska	78	860	11,03	0,06	0,07	433,33	306,04
Francuska	1 332	8 016	6,02	0,96	0,66	686,6	626,25
Grčka	51	272	5,33	0,04	0,02	164,5	357,90
Holandija	571	3 215	5,63	0,41	0,26	1359,5	555,27
Hrvatska	1 022	7 433	7,27	0,74	0,61	642,8	282,84
Irska	41	451	11	0,03	0,04	113,89	88,95
Island	5	18	3,6	0,003	0,001	0	0
Italija	381	2 787	7,31	0,28	0,23	432,95	376,62
Kipar	7	121	17,29	0,005	0,01	175,00	198,36
Kosovo	1 861	20 687	11,12	1,34	1,70	141,4	124,44
Letonija	210	2 329	11,09	0,15	0,19	636,4	194,73
Litvanija	146	1 273	8,72	0,11	0,10	584	230,62

Luksemburg	207	1 422	6,87	0,15	0,12	173,9	213,51
Mađarska	2 999	19 489	6,50	2,17	1,60	1140,3	700,29
Malta	3	21	7	0,002	0,002	300	300
Makedonija	3 160	24 789	7,84	2,28	2,03	1587,9	481,34
Norveška	75	1 819	24,25	0,05	0,15	267,9	191,47
Njemačka	4 154	35 852	8,63	3,00	2,94	491,02	309,34
Poljska	7 375	51 797	7,02	5,33	4,25	607,5	503,57
Portugal	39	211	5,4	0,03	0,02	975	1406,67
Rumunija	894	6 894	7,71	0,65	0,57	894	315,51
Rusija	10 977	215 081	19,59	7,93	17,64	270,10	252,17
Slovačka	344	2 497	7,26	0,25	0,20	731,9	288,67
Slovenija	1 067	7 450	6,98	0,77	0,61	979	384,02
Srbija	49 037	412 552	8,41	35,42	33,84	1495,03	785,11
Spanija	221	1 454	6,58	0,16	0,12	850	1425,49
Svajcarska i Lihtenštajn	603	4 291	7,12	0,44	0,35	677,5	429,96
Švedska	505	5 717	11,32	0,36	0,47	647,4	402,32
Turska	735	8 832	12,02	0,53	0,72	172,13	226,11
Ukrajina	10 850	116 257	10,71	7,84	9,54	674,75	346,97
Velika Britanija	399	4 278	10,72	0,29	0,35	383,65	247,28
Ostale evropske zemlje	510	4 589	9,00	0,37	0,38	2125	456,16
Vanevropske zemlje	2 409	23 225	9,64	1,74	1,90	750,48	329,01
Južna Afrika	61	439	7,20	0,04	0,04	2033,3	1513,79
Ostale afričke zemlje	46	145	3,15	0,03	0,01	575	102,84
Kanada	119	2 113	17,76	0,09	0,17	350	262,16
SAD	835	9 155	10,96	0,60	0,75	657,48	278,86
Ostale zemlje Sjeverne Amerike	3	7	2,33	0,002	0,0006	60	43,75

Argentina	4	25	6,25	0,002	0,002	133,33	34,72
Brazil	30	532	17,73	0,02	0,04	1500	1297,56
Čile	20	392	19,6	0,01	0,03	1000	1960
Ostale zemlje Južne I Srednje Amerike	66	496	7,52	0,05	0,04	825	165,89
Kina i Hong Kong	70	429	6,13	0,05	0,04	777,78	102,14
Japan	3	26	8,67	0,002	0,002	150	288,89
Koreja	14	30	2,14	0,01	0,002	700	36,14
Izrael	155	1 743	11,25	0,11	0,14	596,15	196,06
Indija	77	406	5,27	0,06	0,03	2566,67	2023,81
Azerbejdžan	7	117	16,71	0,005	0,01	46,67	127,17
Ujedinjeni Arapski Emirati	8	30	3,75	0,005	0,002	0	0
Ostale azijske zemlje	780	6 305	8,08	0,56	0,51	1368,42	1072,28
Australija	38	559	14,71	0,03	0,05	237,5	168,37
Novi Zeland	13	169	13	0,009	0,01	1300	16 900
Ostale zemlje Okeanije	60	107	1,78	0,04	0,01	0	0
UKUPNO	138 443	1 219 044	8,81	100,0	100,0	694,7	410,9

U skladu sa Smjernicama NTO CG za potrebe plana data je i tabela ostvarenih prihoda TO Bar po mjesecima

Prihodi od turizma/ putovanja i Namjenski prihodi LTO Bar za 2021. godinu

Period	Prihodi od putovanja/turizma ²	Index	Namjenski prihodi							
			Prihodi od boravišne takse	Index	Prihodi od turističke takse	Index	Prihodi od članskog doprinosa	Index	Ukupni namjenski prihodi	Index
Januar	1 329 870	77,4	5 060,32	39,53	8 629,66	231,06	28,08	0,33	13 718,06	54,81
Februar	1 390 699	78,12	6 699,40	48,74	12 551,60	297,91	-	0	19 251,00	103,54
Mart	1 666 209	98,11	8 067,28	62,63	12 768,18	392,29	28,56	7,73	20 864,02	125,43
April	1 797 946	437,57	9 628,68	3511,55	19 563,51	4302,79	-	0	29 192,19	4005,12
Maj	2 440 944	145,68	9 252,20	1490,42	27 233,59	1858,12	17.148,33	407,25	53 634,12	851,72
Jun	5 522 616	1 406,3	24 878,80	360,82	53 995,37	1832,49	5 526,36	2 046,8	84 400,53	834,69
Jul	18 747 379	1 140,5	158.809,09	894,62	72 303,78	725,23	7 188,48	909,01	238 301,35	835,79
Avgust	24 897 259	1 007,5	254.490,56	1 176,19	80 160,67	289,20	2 200,08	8,44	336 851,31	445,21
septembar	7 804 896	332,70	83 301,80	291,59	57 566,28	126,62	1 303,92	9,86	142 172,00	163,37
Oktobar	-		20 047,56	230,40	31 238,06	109,07	3 188,88	61,59	54 474,50	128,12
Novembar	-		11 413,56	142,19	19 078,83	129,10	929,52	78,3	31 421,91	130,97
Decembar	-									
Ukupno	65 596 819	519,5	591.649,25	448,55	395.089,53	276,98	37.542,21	61,99	1.024.280,99	305,67

Najviše boravišne takse u Opštini Bar su uplatili sljedeći hoteli: hotel Biserna obala, hotel Princess, Kalamper Hotel & Spa, apart hotel Sea Fort, hotel Porto Sole, hotel Adria Harmony, apart hotel Nautilus, apartmani Lara, Vila Babović, hotel Dana i drugi.

3. INFORMATIVNO PROMOTIVNA DJELATNOST

3.1. Digitalni marketing

Imajući u vidu značaj društvenih mreža kako za informisanje tako i za promociju, tokom 2022. godine je planirano dodatno angažovanje u ovom dijelu. Digitalni kanali na kojima će se promovisati turistička ponuda opštine Bar će biti društvene mreže Facebook, Instagram i Tik Tok, ali i Google display network. Osim na navedenim društvenim mrežama planirano je i osvježavanje sadržaja na pretraživaču video sadržaja Youtube, na zvaničnom kanalu Turističke organizacije Bara. Promocija na društvenim mrežama će se odvijati u kontinuitetu od strane zaposlenih ili posebno angažovanih lica za ovu aktivnost.

Rok: U kontinuitetu; Indikator: Minimum 200 (organskih) objava na društvenim mrežama.

² Prihodi su izračunati na način što je pomnožen broj ostvarenih noćenja po mjesecima sa prosječnom potrošnjom po turistu po danu. Prosječna potrošnja je dobijena na osnovu ankete turista koja se sprovodi svake godine u kontinuitetu.

3.2. Turističko informativni biroi

U cilju bolje informisanosti, ali i naplate boravišne takse u toku ljetne sezone 2022. godine TO Bar će otvoriti Turističko informativne biroje u: Čanju, Sutomoru, Šušanju, Dobroj Vodi, Utjehi, Starom Baru, Virpazaru i Ostrosu. Biro na Topolici će raditi tokom cijele godine. Turistička organizacija Bar će u 2022. godini nastaviti na implementaciji novog softvera za naplatu boravišne takse u turističko-informativnim biroima. Planirano je unapređenje servisa kako bi stanodavci od kuće bili u mogućnosti da prijave turista i istovremeno izvše plaćanje boravišne takse. U biroima osim dobijanja informacija i reklamno propagandnog materijala turisti mogu izvršiti prijavu boravaka i uplatiti boravišnu taksu kao i prethodnih godina. Rok: II kvartal i u kontinuitetu tokom godine; Indikator: Otvoreni biroi u turističkim mjestima u skladu sa planom.

3.3. Realizacija promotivnih kampanja

Tokom 2021. godine TO Bar je nastavila promotivnu digitalnu kampanju „DoBar dio ljeta“ na tržištu Crne Gore, Srbije i Bosne i Hercegovine. Aktivnosti su sprovedene putem digitalnih marketinških kanala u cilju održavanja kontakta sa potencijalnim turistima, dok je kampanja „DoBar dio ljeta“ bila promotivno – prodajnog karaktera. Takodje u saradnji sa Srbija Vozom i Želježničkim prevozom Crne Gore sprovedena je kampanja „Vozom do Bara“, gdje su putnici koji kupe kartu za voz mogli da ostvare brojne popuste koji se odnose na hotelski i privatni smještaj, ponude turističkih agencija i dr.

Pored ove dvije kampanje, TO Bar je aktivno učestvovala i kampanji „U društvu prirode“ koju je sprovela Nacionalna turistička organizacija Crne Gore.

Prilagođavajući se datim okolnostima, u cilju bržeg oporavka turističkog prometa od posledica COVID 19, Turistička organizacija Bar će i u 2022. godini nastaviti sa promotivnim aktivnostima putem digitalnih kanala promocije/prodaje i realizovati novu marketinšku kampanju za čiju realizaciju će biti potrebno angažovanje konsultanta koji će u saradnji sa zaposlenima TO Bar uraditi kreativni dio kampanje, ali isto tako sprovesti kampanju i dostaviti detaljan izvještaj o uspješnosti iste.

U saradnji sa NTO CG i drugim LTO radiće se na realizaciji promotivnih aktivnosti putem digitalnog marketinga tokom cijele godine, a sve to u skladu sa Programom digitalnog marketinga NTO CG za period 2021-2023. godine.

Organizacija konferencija za novinare, pripremanje PR tekstova i saopštenja za medije, organizacija intervjuja, gostovanja u emisijama u zavisnosti od epidemiološke situacije će takođe biti redovne aktivnosti koje će sprovoditi TO Bar.

Rok: II III i IV kvartal; Indikator: Minimum 10.000 000 impresija sa minimum 500.000 unikatnih korisnika interneta.

3.4. Organizacija novinarskih putovanja i putovanja predstavnika turoperatora

Organizacija putovanja novinara, blogera, influensera i fotografa sa ključnih emitivnih tržišta u cilju njihovog upoznavanja sa destinacijom i kasnijeg izvještavanja je važna aktivnost koja doprinosi boljoj vidljivosti destinacije. Uglavnom se organizuju tokom pred i post sezone kako zbog lakše organizacije, tako i zbog objave članaka u periodu koji prethodi glavnoj turističkoj sezoni. Putovanja će se organizovati u saradnji sa NTO CG i nadležnim ministarstvom, ali isto tako i u sopstvenoj organizaciji. Kriterijumi koji će biti uzimani u obzir prilikom donošenja odluke o organizaciji putovanja će između ostalih biti uticaj medija na javno mnjenje, tiraž, period objave članka i slično. Vodiće se računa da novinarska putovanja obuhvate sve djelove opštine Bar koji mogu generisati turistički promet. Ovaj način promocije predstavlja važnu aktivnost koja doprinosi promociji opštine.

Organizacija putovanja predstavnika turoperatora predstavlja dobar način upoznavanja turoperatora sa ugostiteljskom i turističkom ponudom grada. Osim toga pruža mogućnost domaćim ponuđačima da u direktnom kontaktu sa stranim turooperatorima pokušaju uspostaviti poslovnu saradnju.

Rok: U kontinuitetu; Indikator: Minimum 50 učesnika na studijskim putovanjima predstavnika medija i turoperatora.

3.5. Sajamovi, prezentacije i ostali nastupi

Turistička organizacija Bar će i u 2022. godini nastupati na sajamskim manifestacijama koji predstavljaju značajan vid promocije u saradnji sa NTO CG i drugim lokalnim turističkim organizacijama. Prethodne godine, dio sajmova je održan uživo uz izlagača i posjetioca, dok se dio sajamskih nastupa održavao na virtualan način, tako što se sa turooperatorima, novinarima i ostalim zainteresovanim učesnicima na platformi ugavaraju poslovni sastanci. Glavni cilj Turističke organizacije Bara prilikom predstavljanja ponude na sajmovima će biti stavljanje u fokus turističke ponude grada u okviru destinacije i isticanje komparativnih prednosti u odnosu na druge opštine. Osim toga nastupi na sajmovima su dobra prilika za upoznavanje predstavnika turoperatora i medija koji mogu biti potencijalni učesnici studijskih putovanja u destinaciju. Na sajmovima su prisutni i predstavnici marketing agencija sa kojima je saradnja u često slučajeva potrebna za adekvatnu promociju destinacije. Imajući u vidu da su nastupi na sajmovima finansijski zahtjevni projekti, tokom 2022. godine će se voditi računa da se destinacija predstavi na najbitnijim događajima ovog tipa i na tržištima sa kojih možemo očekivati povećanje broja gostiju.

Rok: U kontinuitetu.

Tabela 1: Predlog kalendarja sajmova za 2022. godinu

NAZIV SAJMA	DRŽAVA, GRAD I DATUM ODRŽAVANJA
Ferien	Beč, Austrija, 13- 16. januar
Boot Dusseldorf	Dizeldorf, 22.-30. januar
EXPO DUBAI	Dubai, Ujedinjeni Arapski Emirati, februar
F.R.E.E	Minhen, Njemačka, 16- 20. februar
Road show	Rusija, Ukrajina, Kazahstan, februar/mart
ITB	Berlin, Njemačka, 09- 13. mart
MITT	Moskva, Rusija, 15- 17. mart
Holiday World	Prag, Češka, 18- 20. mart
UITT ili prezentacija u Kijevu	Kijev, Ukrajina, 23- 25. mart
IFT	Beograd, Srbija, 24- 27. februar
TOP RESA	Pariz, Francuska, 20- 23. septembar

WTM	London, Velika Britanija, 7- 9. novembar
Sajam turizma i seoskog turizma	Kragujevac, Srbija, novembar
TT WARSAW	Varšava, Poljska, 24- 26. novembar
Promocije u regionu – u kontinuitetu	Niš, Kragujevac, Beograd, Novi Sad, Sarajevo, Banja Luka, Ljubljana, Skoplje

Spisak sajmova je podložan promjenama u zavisnosti od situacije sa COVID-19, raspoloživog budžeta, interesovanja turističke privrede, ali i plana nastupa NTO CG.

Rok: U skladu sa datumima održavanja sajmova; **Indikator:** Minimum 20 novih kontakata sa svakog od nastupa.

4. IZRADA PROMOTIVNOG MATERIJALA

4.1. Reprint turističke mape Bara

Imajući u vidu izraženu potrebu turista za informacijama o turističkoj ponudi Bara, TO Bar je uradila mapu koja pored centra grada, obuhvata i put do Starog Bara kao najznačajnijeg kulturno – istorijskog dobra. Rok: I kvartal; Indikator: Minimum 500 distribuiranih mapa u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.2. Turističke karte za pješačenje (hiking)

Obzirom da na teritoriji opštine Bar postoji 16 pješačkih staza sa oko 150 km, u planu je izrada turističke karte za pješačenje kako bi i ovom segmentu turista pružili adekvatne informacije o turističkoj ponudi grada. Realizacija projekta se očekuje početkom 2022. godine. Dodatni prevodi će se raditi u skladu sa potrebama.. Rok: II kvartal; Indikator: Minimum 500 distribuiranih mapa u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.3. Reprint mape panoramske rute

TO Bar planira reprint postojeće mape panoramske rute. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 500 distribuiranih mapa u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.4. Reprint opštег kataloga

TO Bar planira da uradi reprint opštег kataloga u skladu sa potrebama. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 500 distribuiranih opštih kataloga u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.5. Reprint kataloga smještaja

TO Bar planira da uradi reprint kataloga smještaja u skladu sa potrebama. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 500 distribuiranog kataloga smještaja u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.6..Reprint Kataloga 55+

TO Bar planira da uradi reprint kataloga 55+ u skladu sa potrebama. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 300 distribuiranih kataloga u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.7.Reprint posebnog izdanja crnogorske bojanke za djecu

TO Bar planira da uradi reprint bojanke za djecu. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 300 distribuiranih bojanki u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.8. Izrada brošure aktivnog odmora/izleta

Imajući u vidu sve veće interesovanje turista na globalnom tržištu za aktivnim odmorom, kao i činjenicu da aktivacijom tim resursa barske opštine možemo podstići povećanje broja turista u periodu pred i post sezoni uvidjeli smo potrebu za štampanjem posebne brošure gdje će biti predstavljeni svi potencijali tog segmenta ponude. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 300 distribuiranih brošura u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama

4.9 Izrada flajera sa ponudom registrovanih vinarija, registrovanih restorana, registrovanih brodova za prevoz putnika na moru i jezeru

U cilju promocije registrovanih pružalaca usluga, a samim tim i smanjenje obima poslovanja u sivoj zoni, odlučili smo se za štampanje flajera koji će imati za cilj pojačanu promociju registrovanih preduzetnika. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 300 distribuiranih flajera u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama.

5. IZRADA SUVENIRA, VIDEO MATERIJALA I KOLATERALA

5.1. Izrada majica, hemijski, upaljača, balona, kesa i dr. – ova vrsta materijala je veoma značajna u promotivne svrhe. Rok: U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 100 distribuiranih materijala u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama.

5.2.Izrada suvenira – predstavlja posebnu ponudu naše opštine. Rok : U skladu sa potrebama; Indikator: Minimum 50 distribuiranih suvenira u turističkim info biroima i na sajmovima i prezentacijama.

6. ORGANIZOVANJE I FINANSIRANJE MANIFESTACIJA

U zavisnosti od epidemiološke situacije na teritoriji CG i u skladu sa raspoloživim budžetom, TO Bar će nastojati da organizuje manifestacije koje na poseban način doprinose unapređenju kvaliteta boravka turista, promociji grada, ali i pomagati u organizaciji, promociji i finansiranju ostalih manifestacija na području opštine. Imajući u vidu značaj povezivanja poljoprivrede i turizma značajan dio manifestacija će imati i dio koji se odnosi na degustaciju, ali i prodaju poljoprivrednih proizvoda sa teritorije Opštine Bar kako bi se isti plasirali prije svega kroz turizam. Obzirom da se brojne manifestacije nijesu održavale duži vremenski period kao i da se tokom 2022. godine očekuje stabilizacija epidemiološke situacije planirano je da se Bar ponovo repozicionira kao destinacija sa brojnim i raznovrsnim manifestacijama koje bi privukle značajan broj posjetilaca, ali i upotpunile njihov boravak u destinaciji.

Ljeto za zvijezdama

Organizacija manifestacije „Ljeto sa zvijezdama“ doprinijela je prepoznatljivosti Bara po kvalitetnijoj ponudi i postala mjesto gdje se turisti mogu pored zabave upoznati, degustirati i kupiti proizvode karakteristične za ovo područje (vino, masline, maslinovo ulje, med i dr). Planiramo da i ove godine tokom održavanja koncerata organizujemo promociju naših autentičnih proizvoda, maslina, maslinovog ulja, crnogorskog vina i dr. Manifestacija će se održavati petkom u julu i avgustu, a broj koncerata bi zavisio od finansijsa. Rok: jul i avgust; Indikator: Minimum 7000 posjetilaca (u zavisnosti od epidemiološke situacije i mjera).

Barski đir

U okviru manifestacije „Barski đir“ planirano je održavanje brojnih radionica za djecu i odrasle, izložbi, predstavljanje bogate izлагаčko-prodajne ponude kao i brojnih drugih sadržaja koji će pretvoriti Bar u jedinstvenu festivalsku pozornicu. Program će se realizovati u svim turističkim mjestima naše opštine i pružiće nezaboravno iskustvo kako našim građanima tako i turistima koji su na ljetovanju u Baru. Program će se organizovati više dana i biće veoma raznovrstan. Program će obuhvatati sledeće nastupe/događaje: jutarnju jogu, aqua gimnastiku, nagradni kviz na plaži, Atelje kod česme - dvorac kralja Nikole – umjetničke radionice slikearstva, vajarstva, reciklaže, monoptipe, izrade glumačkih maski, animacije za djecu, nastup klapa, defilei mažoretki, organizaciju bazara/promocija lokalnih proizvoda i suvenira u svim turističkim mjestima kao i mnoge druge aktivnosti. Rok: jul/avgust; Indikator: Minimum 3000 posjetilaca (u zavisnosti od epidemiološke situacije i mjera).

Koncert povodom Dana zaljubljenih

Imajući u vidu da se tokom februara organizuje manji broj manifestacija planirano je da se ponuda grada upotpuni sa koncertom koji bi se održao 14. februara na Dan zaljubljenih. Ciljna grupa bi bili građani Bara, ali i ostalih gradova iz Crne Gore. Takođe, ovo je period kada u gradu boravi nešto manji broj gostiju, pa bi djelovalo i stimulativno po turistički promet. Rok: 14 februar; Indikator: Minimum 1000 posjetilaca ukoliko se organizuje na otvorenom, minimum 150 ukoliko se organizuje u zatvorenom prostoru (u zavisnosti od epidemiološke situacije, mjera i vremenskih prilika).

Festival grožđa

U saradnji sa udruženjima vinogradara i vinara je planirano organizovanje manifestacije „Festival grožđa u Virpazaru“ kako bi se na jedan interesantan način obilježio početak berbe grožđa. Manifestacija bi imala za cilj povezivanje poljoprivrede i turizma Planirano je da se manifestacija održi u Virpazaru na početku sezone berbe grožđa. Rok: 14 februar; Indikator: Minimum 500 posjetilaca (u zavisnosti od epidemiološke situacije, mjera i vremenskih prilika).

Festival agruma

Obzirom da je Bar poznat kao grad sa najvećim brojem agruma na crnogorskem primorju planirano je da se realizuje manifestacija koja bi za cilj imala promociju ovih poljoprivrednih proizvoda, ali i proizvoda baziranih na njima u svrhu turizma i zabave. Planirano je da se organizuje tokom sezone berbe agruma (mandarina, narandži, limuna) u nešto manjme obimu za prvu godinu realizacije. Rok: oktobar/novembar Indikator: Minimum 500 posjetilaca (u zavisnosti od epidemiološke situacije, mjera i vremenskih prilika).

Novogodišnji hepening 2023

Turistička organizacija Bar i Opština Bar planiraju da organizuju tradicionalnu manifestaciju NOVOGODIŠNJI HEPENING – Bar 2023. na trgu Vladimira i Kosare ili šetalištu kralja Nikole. U programu će učestvovati izvođači različitih muzičkih žanrova: etno, narodne, rep, pop i rok muzike iz Bara, Crne Gore i regionala. Pored muzičkog dijela, na trgu koji će biti okičen i ukrašen, biće postavljeni i brojni štandovi/kućice na kojima će posjetioci moći da degustiraju i kupe barske specijalitete. TO Bar će u saradnji sa hotelima i turističkim agencijama objediniti aranžmane koji će biti dostupni svima koji žele novogodišnje praznike da provedu u Baru. U saradnji sa NTO i LTO barski novogodišnji hepening će biti promovisan na pres konferencijama u zemlji i regionu. Rok: decembar/januar Indikator: Minimum 7000 posjetilaca (u zavisnosti od epidemiološke situacije, mjera i vremenskih prilika).

Suorganizacija i finansiranje manifestacija

Tokom godine je planirano da se TO Bar uključi u suorganizaciju i finansiranje brojnih manifestacija na teritoriji opštine među kojima će biti Festival vina i ukljeve, Maslinijada, Koštanijada, Dan Bara, Barski ljetopis, Spičansko veče, Veče Šušanja, Dani Mrkojevića, Noć Utjehe, manifestacije u Čanju, Noć Velikog Pjeska, Igre bez granica, Downhill bike trke, Festival grožđa, IPA igre, E Games svjetskog prvenstva u video igricama, Ribar fest, Priganica fest i druge u skladu za zahtjevima, njihovim projektima i finansijskim mogućnostima TO Bar. Rok: U skladu sa datumima održavanja manifestacija: Indikatori: Minimum 5 podržanih i realizovanih manifestacija.

7. PRAĆENJE TURISTIČKOG PROMETA I ISTRAŽIVANJE TRŽIŠTA

7.1. Monitoring broja gostiju na dan

Praćenje monitoringa broja gostiju svakog petka radiće se u kontinuitetu, tako što se u direktnom kontaktu sa svim turističkim subjektima prikupljaju podaci o broju turista i na taj način se dolazi do broja registrovanih gostiju i vrši uporedni prikaz turističkog prometa sa prethodnom godinom. Dostavljanje podataka Nacionalnoj turističkoj organizaciji, Ministarstvu ekonomskog razvoja, Opštini Bar je redovna aktivnost koja se radi po istom principu u svim gradovima Crne Gore. Takođe, u tu aktivnost spada i prikupljanje podataka na godišnjem nivou i razne analize za potrebe TO Bar, NTO, Ministarstva ekonomskog razvoja i SO Bar. Rok: U kontinuitetu: Indikator: Dostavljeno brojno stanje NTOCG svakog petka kao i Monstatu na mjesecnom nivou.

7.2. Anketa turista

Turistička organizacija Bar već tradicionalno radi Anketu turista na području opštine Bar. Planirano je da se i sledeće godine sproveđe anketa turista po metodologiji TOMAS istraživanja u saradnji sa nekom od agencija za ispitivanje javnog mnjenja. Anketa će dati opšte informacije o stavovima i potrošnji turista u Baru kao i podatke o njihovoј potrošnji tokom boravka. Rok: II i III kvartal; Indikator: Sprovedeno istraživanje i dostavljen izvještaj.

7.3. Istraživanje na emitivnim tržištima Srbije i Bosne i Hercegovine

Turistička organizacija Bar planira da sproveđe istraživanje o stavovima, percepciji i planovima turista iz Srbije i Bosne i Hercegovine vezano za putovanja u Bar i Crnu Goru kao i o konkurenckim destinacijama. Planirano je da se sondažom istraži i dođe do odgovora na pitanja kakav marketing je potrebno sprovesti na ovim tržištima da bi privukli jedan broj turista koji putuje u konkurenckes destinacije. Rok: I i II kvartal: Indikator: Sprovedeno istraživanje i dostavljen izvještaj.

7.4. Analiza pres kliping materijala

U okviru istraživanja tržišta Turistička organizacija Bar će u toku 2021. godine izvršiti analizu objavljenih priloga u štampanim medijima, u okviru svojih pres kliping aktivnosti na uzorku dnevnih listova: Pobjeda, Dnevne novine, Dan, Vijesti, i dr. kao i mjesecnim časopisima. Pored štampanih medija vrši se analiza priloga objavljenih u elektronskim medijima i na portalima kao što su: Jedro, Barinfo, Share Montenegro, Portal Bara, Glas Mrkojevića, Feral i dr.

Takođe, u cilju što sveobuhvatnije analize, nastavićemo saradnju sa pres kliping agencijom za prikupljanje objavljenih priloga u štampanim medijima. Obradu i analizu istih obaviće stručna služba TO Bar.

Stručna služba će vršiti prikupljanje objavljenih priloga o barskoj rivijeri novinarskih studijskih grupa koje dolaze u organizaciji NTO Crne Gore, kao i onih koje TO ustupi agencije koje zastupaju inostrane agencije i turooperatore i dr. Rok: U kontinuitetu; Indikator: Press clipping izvještaj.

7.5. Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije

TO Bar će u saradnji sa Opštinom Bar preduzeti mjere i aktivnosti u cilju suzbijanja sive ekonomije u svim turističkim mjestima tokom turističke sezone. Rok: III i IV kvartal; Indikator: Minimum 20 novih registracija individualnog smještaja.

8. INICIJATIVA, KOORDINACIJA, EDUKACIJA

8.1. Inicijativa i koordinacija

TO Bar će inicirati aktivnosti koje doprinose unapređenju turističke ponude, sarađivati sa organima i tijelima lokalne uprave u cilju donošenja i sprovodenja lokalnih mjera za poboljšanje uslova boravka turista na teritoriji opštine.

Nastavak saradnje sa nadležnim Ministarstvom ekonomskog razvoja, Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore, Lokalnim turističkim organizacijama i svim subjektima sa područja opštine i države koji na direktni i indirektni način učestvuju u kreiranju turističke ponude, je osnova za uspješan i kvalitetan rad. Rok: U kontinuitetu; Indikator: Minimum po jedan održani sastanak sa predstavnicima NTO CG, Ministarstva ekonomskog razvoja, pojedinim LTO.

8.2. Edukacija - projekat organizovanja radionica

Organizovanje edukativnih radionica za zaposlene i preduzetnike čiji bi cilj bio unaprijeđenje znanja i vještina iz oblasti digitalnog marketinga i različitih vidova turizma koje se mogu razvijati na području naše opštine. Rok: U kontinuitetu; Indikator: Minimum 20 učesnika na edukacijama.

8.3. Svjetski dan planete Zemlje - 22. april

Turistička organizacija Bar planira da i ove godine organizuje obilježavanje Svjetskog dana planete Zemlje. Akcija pod nazivom „Za još ljepe obale“ će obuhvatiti ozelenjavanje turističkih mesta na morskom i jezerskom dijelu. Cilj je podizanje svijesti ljudi o zaštiti životne sredine i brige o njenom permanentnom očuvanju. Rok: 22. april; Indikator: Realizovana aktivnost

8.4. Svjetski dan turizma - 27. septembar

Obilježavanje Svjetskog dana turizma organizovaće se u skladu sa zvaničnom temom UNWTO-a za 2021. godinu. Rok: 27. septembar; Indikator: Realizovana aktivnost.

8.5. Stručna pomoć pri formiranju/unapređenju udruženja hotelijera, privatnog smještaja i turističkih agencija

U cilju efikasnije komunikacije i boljeg predstavljanja turističke ponude i bržeg plasiranja informacija, potrebno je formirati udruženja hotelijera, privatnog smještaja i turističkih agencija. S tim u vezi TO Bar će pružiti stučnu i logističku podršku prilikom osnivanja udruženja ukoliko bude iskazana inicijativa. Rok: II i III kvartal; Indikator: Pružena podrška prilikom formiranja udruženja.

8.6. Stručna pomoć prilikom formiranja/unapređenja klastera poljoprivrednih proizvođača koji se mogu integrisati u turističku ponudu i njihova promocija u saradnji sa Sekretarijatom za privredu Opštine Bar

Uključivanje poljoprivrednih proizvođača u turističku ponudu u cilju diversifikacije ponude i obogaćivanja destinacijskog lanca vrijednosti čime će se povećati kvalitet doživljaja i jačanje konkurentnosti Opštine Bar. Poljoprivredni proizvođači bi imali lakši plasman proizvoda, „prodaja na kućnom pragu“ i time im donijeti konkretnе finansijske benefite. TO Bar će podržati ovu inicijativu ukoliko bude iskazano interesovanje. Rok: U skladu sa dostavljenom inicijativom; Indikator: Pružena podrška za realizaciju inicijative.

8.7. Problemi/ograničenja sa kojima se TO Bar suočava i aktivnosti koje planira realizovati u pravcu njihovog prevazilaženja

Turistička organizacija Opštine Bar nema većih izazova u poslovanju. Racionalnim poslovanjem i pravilnim odnosom prema imovini je osigurano stabilno poslovno okruženje. Većina izazova u daljem razvoju destinacije je identifikovana kroz Strategiju razvoja turizma Bara do 2026. godine gdje su definisani i načini prevazilaženja problema. Smatramo da postoji prostor za dalje unapređenje zakonske regulative, posebno u dijelu Zakona o boravišnoj taksi, ali i ostalim zakonima koji definišu razvoj turizma u Baru i Crnoj Gori. Posebno bi istakli da je potrebno unificirati način prijave i naplate boravišne takse kao i omogućiti da se ista može uraditi online. TO Bar je već krenula u realizaciju tog projekta kroz unapređenje postojećeg softverskog rješenja te iskazujemo spremnost da naše znanje i iskustvo predstavimo i drugim institucijama u skladu sa zahtjevom.

9. PROJEKTI ZA POBOLJŠANJE USLOVA BORAVKA TURISTA I PODIZANJE NIVOA KVALITETA TURISTIČKE PONUDE

9.1. Izrada i revitalizacija turističke signalizacije

Kvalitetna turistička signalizacija predstavlja važan dio segmenta turističke ponude. TO Bar u saradnji sa Opština Bar je tokom 2021. godine započela realizaciju projekta turističke signalizacije koja je namijenjena obavještavanju učesnika u saobraćaju u gradskom jezgru o turističkim atrakcijama i sadržajima turističke ponude u okviru destinacije. Tokom 2022. godine je planirano da se turistička signalizacija dodatno unaprijedi u turističkim mjestima.

Rok: IV kvartal: Indikator: Postavljena signalizacija.

9.2. Poboljšanje uslova boravka u ruralnom području

Uređenje ruralnog područja je od opštег interesa kako zbog turista tako i zbog brojnih izletnika. Dalje markiranje i čišćenje pješačkih staza na teritoriji opštine Bar će biti realizovano.

Rok: U kontinuitetu Indikator: Pravilno održavanje postojećih pješačkih staza u dužini od cca. 150 km.

9.3. Ulaganja u turističku infrastrukturu

Tokom 2022. godine planirano je dalje unapređenje turističke infrastrukture u gradu u skladu sa raspoloživim budžetom i u saradnji sa nadležnim institucijama (npr. besplatan wifi signal u turističkim mjestima, edukativni poligoni za djecu, iscrtavanje murala na atraktivnoj lokaciji, frame za fotografisanje, uređenje nekog kružnog toka, parka, teretana na otvorenom, postavljanje mobilnog bazena, klupe, izrada skulpture I Love Virpazar, uređenje dječijeg igrališta u priobalnoj zoni, uređenje infrastrukture za razvoj kanjoninga, biciklistička staza, kićenje grada, osmatračnica za posmatranje ptica i sl.) Rok: U kontinuitetu. Indikator: Minimum 5 realizovanih projekata/ideja.

9.4. Za još ljepši grad

Tradicionalna akcija koja na poseban način doprinosi uređenju zelenih površina ima podršku građana Bara, koji sa uređenjem svojih bašti i vrtova na poseban način doprinose uređenju i uljepšavanju grada. Višegodišnje organizovanje ove akcije oplemenilo je mnoge zelene površine grada, a interesovanje za akciju je veliko. Osnovni cilj akcije je uređenje i uljepšavanje čitavog područja naše opštine kao i razvijanje takmičarskog duha. Glavna aktivnost je "Biramo najljepši vrt, baštu, balkon" u kategoriji pravnih i fizičkih lica. Zainteresovana pravna i fizička lica će u zavisnosti od epidemiološke situacije prijave i fotografije dostaviti online ili će stručna komisija obilaziti lokacije koje će potom i ocijeniti.

Prateće aktivnosti na završnoj svečanosti: dodjela nagrada, izložba fotografija i video snimaka lokaliteta. Rok: II i III kvartal; Minimum 5 prijavljenih kandidata i realizovana aktivnost.

9.5. Akcija „Pohod u planine“

Obzirom da veći broj turista u svijetu se bavi nekom vrstom aktivnog odmora, Bar posjeduje odlične resurse za razvoj ove vrste turizma. U cilju popularizacije aktivnog odmora TO Bar će tokom maja 2022. godine organizovati akciju „Pohod u planine“ u saradnji sa planinarskim društvima gdje će zainteresovana javnost i turistička privreda biti u mogućnosti da upoznaju prirodne resurse u ruralnom zaleđu naše opštine. Takođe u sklopu ove akcije organizuje se i akcija pod nazivom “Noć punog mjeseca”. Rok II ili III kvartal: Indikator: Minimum 20 učesnika pješačke ture.

9.6. Najljepši novogodišnji izlog

Turistička organizacija Bar povodom novogodišnjih praznika organizuje akciju pod nazivom „Najljepši novogodišnji izlog“. Akcijom će biti obuhvaćeni svi izlozi u gradu, bez obzira na veličinu i vrstu poslovnog prostora. Cilj je podsticanje vlasnika poslovnih prostora da doprinesu ljepšem izgledu grada, a za tri najljepša izloga dodjeljuju se nagrade dok se ostali učesnicima koji su uložili svoj trud u ukrašavanje dodjeljuju pohvale. Rok: IV kvartal Indikator: Minimum 30 izloga u akciji i realizovana aktivnost.

10. PROJEKTI VALORIZACIJE KULTURNE BAŠTINE

10.1. 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 finansijskom dijelu data su i sredstva koja se planiraju prikupiti za ovu namjenu tokom 2022. godine, a koja će se na osnovu javnog poziva dodijeliti tokom 2023. godine. Rok: III Kvartal; Indikator: Nakon formirane komisije od strane SO Bar objavljen javni poziv.

11. RJEŠAVANJE STAMBENIH POTREBA ZAPOSLENIH

Stambene potrebe će se rješavati u skladu sa finansijskom situacijom i stanjem raspoloživih sredstava TO Bar, a u skladu sa odlukama Izvršnog odbora TO Bar. Rok: U Skladu sa odlukom IO TO Bar; Indikator: Realizovana aktivnost u skladu sa pravilnikom.

12. PROJEKTI FINANSIRANI OD STRANE EU

Turistička organizacija Bar je dobila novčana sredstva od stane EU za dva projekta. U pitanju su projekti EMOUNDERGROUNDS i WRECKS4ALL.

U okviru projekta EMOUNDERGROUNDS u posljednjem kvartalu 2021. godine angažovan je konsultant za istraživanje, selekciju i opis istorijske građe i konsultant za sistematizaciju i oblikovanje turističkog proizvoda na osnovu izabrane atrakcije. Njihove aktivnosti su otpočele u 2021. godini i biće nastavljene u 2022. godini u koordinaciji sa ostalim saradnicima na projektu koji će se baviti digitalnim dokumentovanjem u vidu fotogrametrije i vođenjem socijalnih mreža. Tenderi za angažovanje tih saradnika biće sprovedeni do kraja 2021. godine.

U 2022. godini planirane su aktivnosti na razvoju klastera iz oblasti turizma koji je planiran na nivou više ADRION projekata. Za realizaciju te aktivnosti biće angažovan eksterni saradnik u skladu sa planom koji su odobrili partneri na projektu.

Planirana je i nabavka opreme kao i izrada promotivnog materijala i publikacija.

Ukupna vrijednost projekta je 2.605.497,10 eura, dok je predviđeni budžet za Turističku organizaciju Bar 150.225,20 eura.

Turistička organizacija Bar je partner i u projektu WRECKS4ALL. Ovaj projekat doprinosi razvoju turizma i očuvanju kulturne i prirodne baštine. Glavni cilj projekta je zaštita i valorizacija podvodne baštine putem njegove digitalizacije čime bi se formirala nova turistička ponuda. U sklopu projekta digitalizacije je i virtualna realnost (VR) koja čini pristup podvodnim nalazištima dostupnijim široj javnosti, uključujući ljude s različitim vrstama invaliditeta. Tokom 2020. godine je održan kick off sastanak, angažovan je ekspert za praćenje realizacije projekta i nabavljena je određena kancelarijska oprema. Tokom 2021. je planirano da se realizuje podvodno snimanje objekata, kupovina VR naočara, opreme i angažovanje eksperta za podvodna snimanja i istraživanja. Projekat implementiraju 5 partnera. Iz Crne Gore: Univerzitet Crne Gore – Podgorica, koji je i nosioc projekta i Turistička organizacija Bar. Iz Bosne i Hercegovine je partner Turistička zajednica Hercegovačko-neretvanskog kantona. Sveučilište u Splitu – Pomorski fakultet i Hrvatski pomorski muzej Split su partneri iz Hrvatske. Ukupna vrijednost projekta je 1.120.726,85 eura, dok je predviđeni budžet za Turističku organizaciju Bar 102.649,65 eura. Rok: U skladu sa terminksim plano projekta: Indikator: Realizovani projekti.

FINANSIJSKI PLAN TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2022. GODINU

Naziv:	Plan 2021.	Plan 2022.	Indeks
Strateška dokumenta	40.000	-	-
Informativno promotivna djelatnost	68.500	153.500	224,09
Izrada promotivnog materijala	15.620	27.000	172,86
Izrada suvenira, video materijala i kolaterala	5.000	8.000	160
Organizovanje manifestacija	80.000	312.000	390
Praćenje turističkog prometa, istraživanja tržišta i borba protiv sive ekonomije	5.000	14.000	280
Inicijativa, koordinacija, edukacija	5.000	4.900	98
Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude	77.500	90.500	116,77
Projekti valorizacije kulturne baštine	41.880	70.000	167
Projekti valorizacije kulturne baštine (sredstva koja su prikupljena tokom 2020. godine i prenose se u 2021 za javni poziv)	13.300	-	-
Troškovi	80.000	97.100	121
Nabavka osnovnih sredstava	2.000	39.000 ³	1950
Zarade zaposlenih i ostala lična primanja	230.000	260.000	113,04
Ostali troškovi (predfinansiranje IPA projekata, nepredviđene aktivnosti i dr.)	125.000	164 500	131,6
Sponzorstva ⁴	3000	12.500	-
Donacije	-	12.500	-
Pomoć	-	5.000	-
Rješavanje stambenih potreba zaposlenih	12.000	12.000	100
Ukupno	803 800	1 282 500	159,5

Napomena za projekte valorizacije kulturne baštine: Krajem 2021. godine je nakon formiranja komisije od strane SO Bar raspisani javni poziv za raspodjelu sredstava od boravišne takse iz 2020. godine. Taj iznos je 13.300 eura i očekuje se da će biti realizovan tokom prve polovine 2022. godine. Takođe, u 2022. godinu će biti prebačen iznos od cca. 57.000 eura od prikupljene boravišne takse iz 2021. godine, a koji će se takođe nakon formiranja komisije od strane SO Bar raspodijeliti na javnom pozivu tokom

³ Zbog nabavke vozila (kombi/van) za potrebe promocija

⁴ U skladu sa predlogom Izvršnog odbora ove godine je došlo do razdvajanja stavki za sponzorstva, donacije i pomoć pa ih nije moguće pojedinačno uporediti i dati indekse. U 2021. godini bilo je planirano za sve tri stavke ukupno 3.000 eura.

2022. godine. Dakle iznos od 13.300 eura i 57.000 eura će biti rezervisan na posebnom bankarskom računu i rezervisan za ovu namjenu. Ovaj iznos se ne nalazi u planu prihoda TO Bar iz razloga jer se isti ne odnosi na prihod koji je planiran da će se ostvariti u 2022. godini, već je to prihod koji je ostvaren u tekućoj godini, a rezervisan za sledeću godinu (prebacuje se).

Imajući u vidu da je NTO CG u skladu sa Zakonom o turističkim organizacijama dostavila Smjernice za izradu Programa rada i finansijskog plana u nastavku je dat i prikaz finansijskog plana i u toj zadatoj formi. Prethodni pregled koji je LTO Bar koristila će takođe ostati u upotrebi.

RASHODI	Plan za 2021(€)	Plan za 2022 (€)	Index 2022/2021
1. Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca (10 zaposlenih na neodređeno, do 36 na određeno uključujući direktora, naknade IO i NO)	230.000	260.000	113,04
2. Rashodi za materijal			
2.1 Električna energija	5.000	10.000	200
2.2. Materijalni troškovi (kancelarijski materijal)	12.000	12.000	100
2.3. Sredstva za higijenu, kupovinu u prodavnici	6.000	6.000	100
2.4. Održavanje i kupovina softvera, kompjuterske opreme i drugih sredstava u 13 TIB	7.000	5.000	71,43
2.5. Gorivo	2.000	2.000	100
2.6.. Stručna literatura i obuka kadrova	2.500	3.500	140
2.7. Registracija i održavanje automobila	2.000	2.000	100
2.8. Nabavka službenih vozila	-	27.000	n.a
2.9. Troškovi amortizacije	15.000	24.000	160
3. Rashodi za usluge			
3.1. Usluge komunikacije (telefon, mobilna telefonija, internet, poštarina)	8.000	8.000	100
3.2. Vodovod i kanalizacija, odvoz otpada	1.500	1.600	106,67
3.3. Zakup prostora za TO Bar u Baru, na Utjehi, Starom Baru, Sutomore, Ostrosu magacinskog prostora	17.000	16.000	94,12
3.4. Troškovi bankarskih provizija	2.000	2.000	100
4. Rashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti			
4.1.Izrada Strategija turizma Bara do 2026. godine	40.000	-	-
4.2.Izrada webportala Turističke organizacije Bar	7.000	-	-
4.3.Turističko informativni birovi	3.500	3.500	100
4.4 Realizacija promotivnih kampanja	20.000	30.000	150
4.5.Organizacija novinarskih i putovanja turooperatora	8.000	30.000	375
4.6.Sajmovi, prezentacije i ostali nastupi	30.000	90.000	300
4.7.Reprint turističke karte Bara	4.000	2.000	50
4.8.Izrada turističke karte za pješačenje (hiking)	3.000	6.000	200
4.9.Reprint mape panoramske rute	2.120	2.000	94,34
4.10.Reprint opštег destinacijskog kataloga	4.000	4.000	100
4.11.Reprint kataloga smještaja	2.500	2.500	100

4.12. Reprint kataloga 55+	-	1.000	n.a
4.13. Reprint posebnog izdanja crnogorske bojake za djecu	-	2.000	n.a
4.14. Izrada brošure aktivnog odmora/izleta	-	6.000	n.a
4.15.Izarada flajera registrovaih vinarija, brodova zaprevoz purnika na moru i jezeru i restorana	-	1.500	n.a
4.16.Izrada majica, hemijski, upaljača, balona, kesa i dr.	2.000	4.000	200
4.17.Izrada suvenira	3.000	4.000	133,33
4.18.Ljeto sa zvijezdama	30.000	65.000	216,67
4.19. Barski đir	-	35.000	n.a
4.20. Novogodišnji hepening 2022.	30.000	115.000	383,33
4.21.Koncert za Dan zaljubljenih	-	8.000	n.a
4.22.Festival grožđa	-	6.000	n.a
4.23. Festival agruma	-	3.000	n.a
4.24.Organizovanje i finansiranje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija	20.000	80.000	400
4.25.Anketa turista	3.000	5.000	166,67
4.26. Istraživanje na emitivnim tržištima Srbije i Bosne i Hercegovine	-	5.000	n.a
4.27.Analiza press clipping materijala	1.000	1.000	100
4.28.Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije	1.000	3.000	300
4.29. Edukacija – projekat organizovanja radionica	3.000	2.000	66,67
4.30. Svjetski dan planete Zemlje – 22. april	1.000	1.000	100
4.31. Svjetski dan turizma – 27. septembar	1.000	1.000	100
4.32. Izrada turističke signalizacije	9.000	10.000	111,11
4.33. Projekat Trasom Starog Ćira	10.000	-	-
4.34. Poboljšanje uslova boravka u ruralnom području	8.000	8.000	100
4.35. Ulaganja u turističku infrastrukturu	42.000	63.000	150
4.36. Za još ljepši grad	4.000	4.000	100
4.37.Akcija „Pohod u planine“	2.000	2.000	100
4.38.Najljepši novogodišnji izlog	2.500	3.500	140
4.39. Projekti valorizacije kulturne baštine (sredstva koja su prikupljena tokom 2020. godine i prenose se u 2021 za javni poziv)	13.300	-	-
4.40. Projekti valorizacije kulturne baštine	41.880	70.000	167
4.41. Stručna pomoć prilikom formiranja udruženja hotelijera, privatnog smještaja i turističkih agencija	-	500	n.a
4.42. Stručna pomoć i promocija klastera poljoprivrede	-	400	n.a

5. Ostali rashodi			
5.1. Kompjuteri, štampači, klima uređaji, čitači pasoša za prijavu boravka i dr.	2.000	4.000	133,33
5.2. Nabavka kancelarijskog namještaja	-	8.000	n.a
5.3. Održavanje i unapređenje Web portala TO Bara	-	5.000	n.a
5.4. Troškovi za predfinansiranje IPA projekata i nepredviđenih aktivnosti	125.000	164 500	131,6
5.5. Sponzorstva	3000 ⁵	12.500	n.a
5.6. Donacije	-	12.500	n.a
5.7. Pomoći	-	5.000	n.a
5.6. Rješavanje stambenih potreba zaposlenih	12.000	12.000	100
Ukupno:	803.800	1. 282.500	159.5

Ukupni planirani troškovi TO Bar za 2022. godinu iznose 1 282.500 eura i veći su za 478.700 eura u odnosu na Finansijski plan za 2021. godinu.

Turistička organizacija Opštine Bar ima status pravnog lica, sa pravima i obavezama utvrđenim Zakonom, Odlukom o osnivanju 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.

⁵ U skladu sa predlogom Izvršnog odbora ove godine je došlo do razdvajanja stavki za sponzorstva, donacije i pomoći pa ih nije moguće pojedinačno uporediti i dati indekse. U 2021. godini bilo je planirano za sve tri stavke ukupno 3.000 eura.

PLANIRANI PRIHODI TO BAR ZA 2022.GODINU

	Plan 2021.	Plan 2022	Indeks 2022/2021	Struktura % u 2022
1. Budžetska sredstva (sredstva koja je opredijelila opština)	-	-	-	-
2. Projektovana sopstvena sredstva i drugi izvori prihoda	665.500	1 117 000	167	87,1
Boravišna taksa	405.500	700.000	172,6	54,6
Članski doprinos	60.000	70.000	116	5,4
Turistička taksa	200.000	348.000	174	27
Prihodi od poslovanja	-	-	-	-
3. IPA sredstva EU i ostali prihodi	125.000	164.500	131,6	12,7
Ukupno	790 500⁶	1 282 500	169,45	100%

Ukupni planirani prihodi TO Bar za 2022. godinu iznose 1 282 500 eura.

Navedeni plan prihoda je urađen na osnovu prihoda ostvarenih za 11. mjeseci 2021. godine. U odnosu na prošlogodišnji plan prihodi od boravišne takse su planirani da budu veći za 72,6%, članskog doprinosa za 16% veći, a turističke takse za 74% veći. Tokom 2022. je planirano da se 164.500 eura prihoda ostvari od projekata finansiranih od strane EU i ostalih prihoda koji su 31,6% veći u odnosu na prošlu godinu.

⁶ U ovom dijelu se iznos razlikuje za 13.300 što je iznos koji je planiran da se prikupi tokom 2020., a koji se prenio u 2021 za projekte valorizacije kulturnih dobara u skladu sa Zakonom.

DETALJNI PRIKAZ RASHODA TURISTIČKE ORGANIZACIJE OPŠTINE BAR ZA 2022. GODINU

Informativno promotivna djelatnost

Naziv:	Iznos:
Turističko informativni birovi	3.500
Realizacija promotivnih kampanja	30.000
Organizacija novinarskih i putovanja turoperatora	30.000
Sajmovi, prezentacije i ostali nastupi	90.000
Ukupno:	153.500

Izrada promotivnog materijala

Naziv:	Iznos:
Reprint turističke karte Bara	2.000
Izrada turističke karte za pješačenje (hiking)	6.000
Reprint mape panoramske rute	2.000
Reprint opšteg destinacijskog kataloga	4.000
Reprint kataloga smještaja	2.500
Reprint kataloga 55+	1.000
Reprint posebnog izdanja crnogorske bojanke za djecu	2.000
Izrada brošure aktivnog odmora/izleta	6.000
Izrada flajera registrovanih vinarija, brodova za prevoz putnika na moru i jezeru, restorana	1.500
Ukupno:	27.000

Izrada suvenира, video materijala i kolaterala

Naziv:	Iznos:
Izrada majica, hemijski, upaljača, balona, kesa i dr.	4.000
Izrada suvenira	4.000
Ukupno:	8.000

Organizovanje manifestacija

Naziv:	Iznos:
Ljeto sa zvijezdama	65.000
Barski đir	35.000
Novogodišnji hepening 2022.	115.000
Dan zaljubljenih	8.000
Festival grožđa	6.000
Festival agruma	3.000
Organizovanje i finansiranje kulturno zabavnih i sportskih manifestacija	80.000
Ukupno:	312.000

Praćenje turističkog prometa i istraživanje tržišta

Naziv:	Iznos:
Anketa turista	5.000
Istraživanje na emitivnim tržištima Srbije i Bosne i Hercegovine	5.000
Analiza press clipping materijala	1.000
Aktivnosti u cilju smanjenja sive ekonomije	3.000
Ukupno:	14.000

Inicijativa, koordinacija, edukacija

Naziv:	Iznos:
Edukacija – projekat organizovanja radionica	2.000
Svjetski dan planete Zemlje – 22. april	1.000
Svjetski dan turizma – 27. septembar	1.000
Stručna pomoć prilikom formiranja udruženja hotelijera, privatnog smještaja i turističkih agencija	500
Stručna pomoć i promocija klastera poljoprivrede	400
Ukupno:	4.900

Projekti za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude

Naziv:	Iznos:
Izrada turističke signalizacije	10.000
Poboljšanje uslova boravka u ruralnom području	8.000
Ulaganja u turističku infrastrukturu	63.000
Pohod u planine	2.000
Za još ljepši grad	4.000
Najljepši novogodišnji izlog	3.500
Ukupno:	90.500

Projekti valorizacije kulturne baštine

Naziv:	Iznos:
Projekti valorizacije kulturne baštine (sredstva koja su planirana da se prikupe tokom 2022. godine i da se prenesu u 2023. godinu za javni poziv)	70.000
Ukupno:	70.000

Troškovi

Naziv:	Iznos:
Električna energija	10.000 ⁷
Usluge komunikacije (telefon, mobilna telefonija, internet, poštarina)	8.000
Vodovod i kanalizacija, odvoz otpada	1.600
Materijalni troškovi (kancelarijski materijal)	12.000
Sredstva za higijenu, kupovinu u prodavnici	6.000
Održavanje i kupovina softvera	5.000
Održavanje i unapređenje Web portala Turističke organizacije Bara	5.000
Gorivo	2.000
Stručna literatura i obuka kadrova	3.500
Registracija i održavanje automobila	2.000
Troškovi amortizacije	24.000
Zakup prostora za TO Bar, Utjehi, Starom Baru, Ostrosu, magacinskog prostora.	16.000

⁷ Iznos je uvećan u odnosu na prethodne godine jer je TO Bar instalirala 2 punionice za električna vozila za besplatno punjenje.

Troškovi bankarskih provizija	2.000
Ukupno:	97.100

Nabavka osnovnih sredstava

Naziv:	Iznos:
Kompjuteri, štampači, klima uređaji, čitači pasoša za prijavu boravka i dr.	4.000
Nabavka službenog vozila (van-kombi)	27.000
Nabavka kancelarijskog namještaja	8.000
Ukupno:	39.000

Zarade zaposlenih i ostala lična primanja

Naziv:	Iznos:
Zarade 10 zaposlenih na neodređeno, 36 na određeno (uključujući direktora), naknade članovima IO i NO	260.000
Ukupno:	260.000

Ostali troškovi

Naziv:	Iznos:
Troškovi za predfinansiranje IPA projekata i nepredviđenih aktivnosti	164 500
Ukupno:	164 500

Sponzorstva, donacije i pomoć

Naziv:	Iznos:
Sponzorstva	12.500
Donacije	12.500
Pomoć	5.000
Ukupno:	30.000

Rješavanje stambenih potreba zaposlenih

Naziv:	Iznos:
Rješavanje stambenih potreba zaposlenih	12.000
Ukupno:	12.000

UKUPNO: 1 282. 500 Eura

Planirani rashodi TO Bar su bazirani na obimu poslova predviđenih Programom rada za 2022. godinu, na iskustvenim veličinama i trenutnim cijenama.

Iz prikazanog finansijskog plana može se vidjeti da su predviđena značajna povećanja budžeta u odnosu na plan iz 2021. godine. Imajući u vidu da je turistička sezona 2021. godine nadmašila realna očekivanja, možemo se nadati da će se u 2022. godini trend rasta broja gostiju nastaviti.

U osnosu na prethodni plan došlo je do povećanja iznosa namijenjenog za informativno promotivnu djelatnost, promotivne materijale, organizaciju manifestacije, jednim dijelom i troškova, međutim ovdje se radi o činjenici da je od 2020. godine počela vršiti amortizacija voza Ćira, ali i novogodišnjih kućica, pa je stoga i iznos planiran u nešto većem obimu. Naravno, ovdje se ne radi o sredstvima koje TO Bar treba da utroši. Pored povećanih troškova amortizacije, iznos je uvećan jer je TO Bar instalirala dvije punionice za električna vozila za besplatno punjenje. Iznos je veći i za projekte EU gdje je TO Bar partner na dva ovakva projekta. Tu je predviđeno povećanje od 31,6%. Zarade zaposlenih na neodređeno i određeno radno vrijeme, kao i naknada za upravljačka tijela su veće za 13,04% prije svega jer se tokom 2022. godine planira radno angažovati nešto više (maksimum do 35) sezonskih radnika u zavisnosti od uspješnosti ljetnje turističke sezone.

Shodno članu 8 Zakona o boravišnoj taksi („Sl.list RCG“, br 11/04,13/04 i „Sl.list RCG“ br. 48/15) za projekte za poboljšane boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta u 2022. godini planirana su i rezervisana sredstva od prethodnih godina (13.300 i 57.000) dok će iznos od 75.000 eura (10% od planiranog prihoda od boravišne takse za 2022. godinu) biti rezervisan za realizaciju javnog poziva u 2023. godini.