

Lokalna turistička organizacija

Žabljak

Turistička organizacija Opštine Žabljak

Broj 01-19/163

Žabljak, 11. 12. 2019. god.

*PREDLOG PROGRAMA RADA
ZA 2020.GODINU*

ŽABLJAK,

novembar, 2019. Godina



www.tozabljak.com

Turistička organizacija Žabljak

UVOD

U cilju usaglašenosti razvoja turizma i marketinga, a shodno članu 19. Zakona o turističkim organizacijama, Turistička organizacija Žabljak za svaku poslovnu godinu utvrđuje program rada i finansijski plan, pri čemu poštuje smjernice Nacionalne turističke organizacije, koje su u skladu sa članom 30 zakona o Turističkim organizacijama.

Kao sastavni dio programa rada je finansijski plan, koji prikazuje prihode i rashode, planirane na realnim projektovanim sopstvenim sredstvima i drugim prihodima i rashodima.

Izrada programa rada bazirana je na analizi ostvarenih rezultata u 2019. god., stanja na emitivnim tržištima, raspoloživih smještajnih kapaciteta, stanja turističkog proizvoda, raspoloživih sredstava u Budžetu i aktuelnih trendova u svjetskoj privredi i turizmu.

Za realizaciju planskih aktivnosti, obezbijediće se sredstva iz sopstvenih prihoda, koji se ostvaruju iz sledećih izvora: boravišne takse, turističke takse, članskog doprinosa, budžetskih sredstava Opštine i drugih izvora u skladu sa zakonom (prodaja suvenira, izdavačka djelatnost, podsticajne mjere NTO i MORT).

CILJEVI I VIZIJA

Planirane aktivnosti za 2020.godinu, poštujući propisanu Strategiju, realizovaće se kroz sledeće ciljeve:

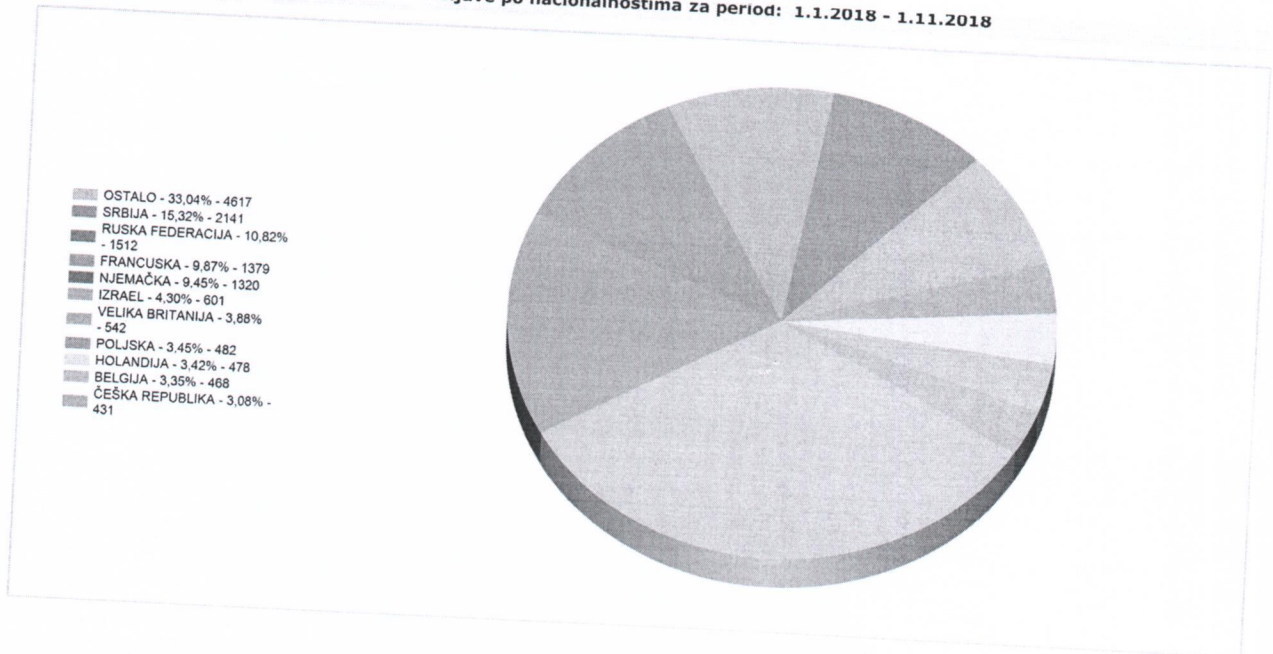
- ▶ Povećanje broja turista sa prioriternih emitivnih tržišta
- ▶ Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda
- ▶ Povećanje broja turista van glavne turističke sezone
- ▶ Povećanje broja turista tokom zimske sezone
- ▶ Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti
- ▶ Suzbijanje sive ekonomije

1. Povećanje broja turista sa prioriternih emitivnih tržišta

Na osnovu prijave gostiju u Turističkoj organizaciji Žabljak, preko Čikom app, dat je tabelarni prikaz, koji pokazuje broj i strukturu prijavljenih turista. Usporedni prikaz sa 2018.god pokazuje da je u 2019.god više prijavljenih gostiju, a da je struktura Top 10 nepromijenjena. Procentualna promjena u ukupnoj strukturi gostiju bilježi rast u slučaju posjete turista iz Rusije, Francuske, Njemačke, Belgije i Češke.

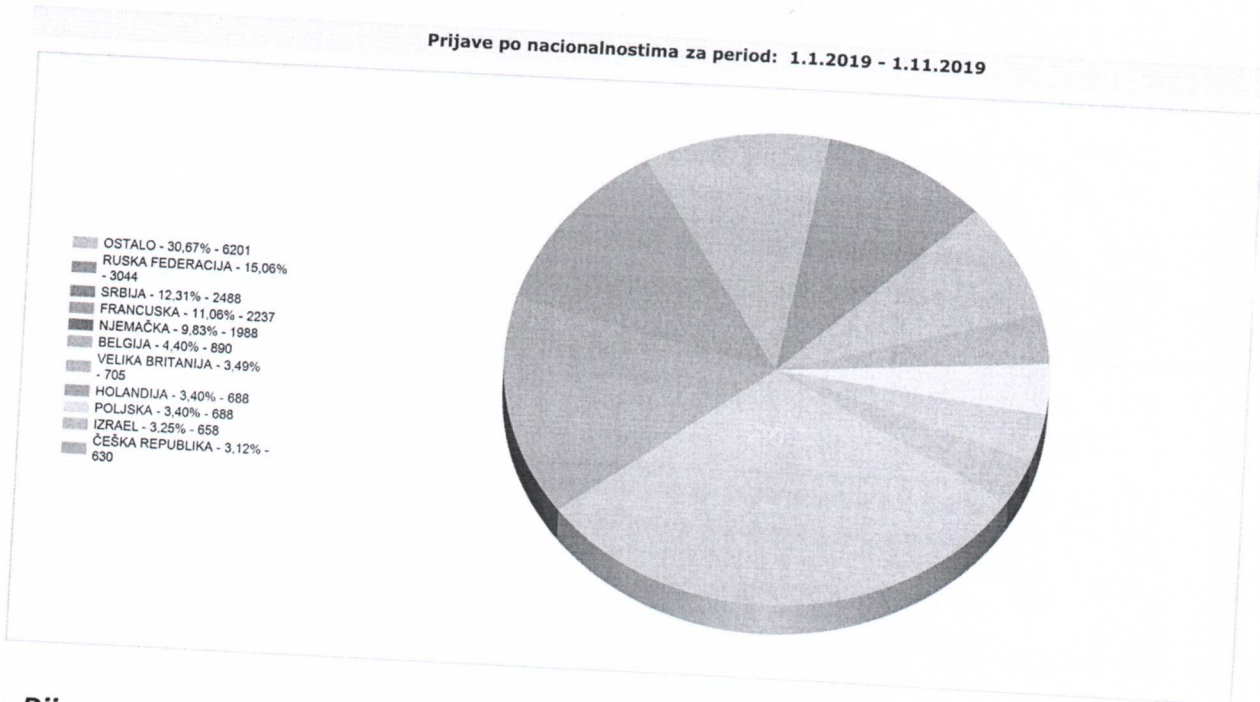
Br.	Država	2018		2019		Promjena 2019	
		Br turista	%	Br turista	%	Br turista	%
1	Srbija	2141	15.32%	2488	12.31%	347	-3.01%
2	Ruska federacija	1512	10.82%	3044	15.06%	1532	4.24%
3	Francuska	1379	9.87%	2237	11.06%	858	1.19%
4	Njemačka	1320	9.45%	1988	9.83%	668	0.38%
5	Izrael	601	4.30%	658	3.25%	57	-1.05%
6	Velika Britanija	542	3.88%	705	3.49%	163	-0.39%
7	Poljska	482	3.45%	688	3.40%	206	-0.05%
8	Holandija	478	3.42%	688	3.40%	210	-0.02%
9	Belgija	468	3.35%	890	4.40%	422	1.05%
10	Češka republika	431	3.08%	630	3.12%	199	0.04%

Prijave po nacionalnostima za period: 1.1.2018 - 1.11.2018



Dijagram 1. Prijave gostiju po nacionalnostima za prvih 10 mjeseci 2018.godine (Čikom app)

Prijave po nacionalnostima za period: 1.1.2019 - 1.11.2019



Dijagram 2. Prijave gostiju po nacionalnostima za prvih 10 mjeseci 2019.godine (Čikom app)

Na dijagramima se primjećuje porast posjeta turista sa emitivnih tržišta koja su bila prioritet strategije razvoja turizma u Crnoj Gori.

U cilju postizanja još boljih rezultata tokom 2020.god.Turistička organizacija će svoje promotivne aktivnosti fokusirati na zapadno tržište.

Planom rada predviđa se usmjeravanje marketing aktivnosti na tržišta Rusije, Francuske, Poljske,Njemačke, Belgije i Češke, kao tržišta prvog prioriteta.

Zbog značajne posjete turista iz Srbije, planira se usmjeravanje manjeg dijela budžeta i u te namjene, na inicijativu i u saradnji sa partnerima.

Cilj: Povećanje broja turista sa prioritetnih emitivnih tržišta

Rezultat: Rast broja turista sa prioritetnih emitivnih tržišta za 0,55%

Aktivnosti:

- Učešće na sajmu u Štutgardu, 11.-19. Januar 2020
- Sajam u Minhenu 19.-23.februar
- Sajam u Belgiji
- Učešće Turističke organizacije u realizaciji programa studijski posjeta Crnoj Gori, prioritetno za novinare iz Njemačke, Francuske, Belgije, Holandije, Švajcarske.
- Zajedno sa NTO i NP „Durmitor,, organizovati promotivnu kampanju, sa promocijom domaćih proizvoda i tradicionalne hrane.
- Cjelogodišnje promotivne aktivnosti putem digitalnog marketinga
- U saradnji sa primorskim opštinama organizovati promotivnu aktivnost za ljetnju turističku sezonu

2. Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda

Ovaj dio aktivnosti odnosi se na razvoj novih ponuda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda, uključujući projekte iz oblasti povezivanja poljoprivrede i turizma, projekte u oblasti turizma u prirodi i valorizaciju materijalne i nematerijalne kulturne baštine.

Glavni dio sredstava za ovu aktivnost izdvojiće se iz prihoda po osnovu naplate boravišne takse. U prvih 10 mjeseci 2018.g. prihodi od naplate boravišne takse su iznosili 54.873,70€, a za isti period u 2019. g 67.142,80, što govori o povećanju za 22,36%. Očekivanja su da će se naplate

po ovom osnovu u 2020.g uvećati za dodatnih 17%, ili za dodatnih 11.420,50€. čime bi se prihod Turističke organizacije Žabljak uvećao na 78.563,30€.

Naplate namjenskih prihoda TO po mjesecima, za uporedni period 2018/2019.prikazana je tabelarno:

Period	Prihod od boravišne takse		index	Prihodi od turizma/ namjenski prihodi								
				Prihod od turističke takse		index	Prihod od članskog doprinosa		index	Ukupni namjenski prihodi		Index
	2018	2019	2018	2109	2018		2019	2108		2019		
januar	464,9	1283,40	276	231,02	74,00	32	480	710,00	148	1175,11	2067,04	175
februar	7664,20	290,10	4	49,75	155,00	311	3778,00	0,00	0	11491,77	445,10	3.8
mart	2093,80	1726,60	82	77,27	59,40	77	1440,00	0,00	0	3610,35	1785,46	49
april	863,8	1078,8	125	56,39	518,58	920	708	2280	322	1627,47	3876,66	238
maj	2479,6	3974,00	160	68,99	955,30	1.384	840	160,00	19	3388,05	5089,03	150
jun	6874,80	7884,30	115	63,86	1300,95	2.035	1932,00	6948,00	360	8869,94	16132,98	181
jul	8143,10	9391,20	115	1333,54	1513,33	133	1896,00	631,00	33	11372,64	11535,35	101
avgust	9733,5	17374,3	178	2442,63	2062,40	85	900	1320	146	13075,68	20756,07	158
septembar	9575,3	13751,3	143	1071,20	1217,50	114	230	640	278	10876,05	15608,08	143
oktobar	6980,7	10388,8	148	980,36	799,56	82	3540	5280	149	11500,43	16467,64	143
novembar												
decembar												
Ukupno:	54873,7	67142,8	122,36	6.375,01	8.656,02	135,7	15744	17969	114,1	65602,49	93763,41	142,92

Prema Zakonu o boravišnoj taksu, član 8 sredstva od naplate boravišne koriste se:

- 80% za finansiranje djelatnosti lokalnih turističkih organizacija,
- 20% za finansiranje programa Nacionalne turističke organizacije.

U skladu sa Zakonom, 10% ovih sredstava će se koristiti za projekte valorizacije kulturne baštine, koji se odnose na arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara. Ovim planom će se 8.00€ izdvojiti za za izradu višejezičnog vodiča i mape za kulturno-istorijsko nasleđe-stećci.

Prihodi od članskog doprinosa u skladu sa Zakonom, raspodjeljuju se 60% TO, 40% NTO, dok se prihodi od naplate turističke takse raspoređuju 40% Opština, 40% TO i 20% NTO.

Iz tabelarnog prikaza zaključujemo da su u 2019.g u odnosu na 2018.g uvećani prihodi po svim stavkama namjenskih prihoda po indexu 142,92

Cilj1: Unapređenje turističke ponude kroz raznovrsne događaje

Rezultat: 3 nova događaja, sa tematikom promocije.

Cilj2: Diverzifikacija proizvoda u zimskoj sezoni

Rezultat: Organizovanje takmičenja u nordijskom skijanju

Planirane aktivnosti:

- Organizovanje dva događaja promocije lokalnih gastro proizvoda i ručne radinosti, tokom ljetnje turističke sezone
- Izrada kataloga sa tradicionalnim jelima i receptima
- U saradnji sa LTO iz primorja organizovati jedan gastro događaj u nekoj od izabranih opština
- Izrada dvojezičnog vodiča za kulturno nasleđe (stećci, pod UNESCO zaštitom)
- U saradnji sa Nacionalnim parkom, obilježavanje značajnih ekoloških datuma
- WBA festival, 20.07.-20.08.
- Izrada VR-3D promotivnog spota aktivnog odmora, an našem i njemačkom jeziku

3. Povećanje turista van glavne turističke sezone

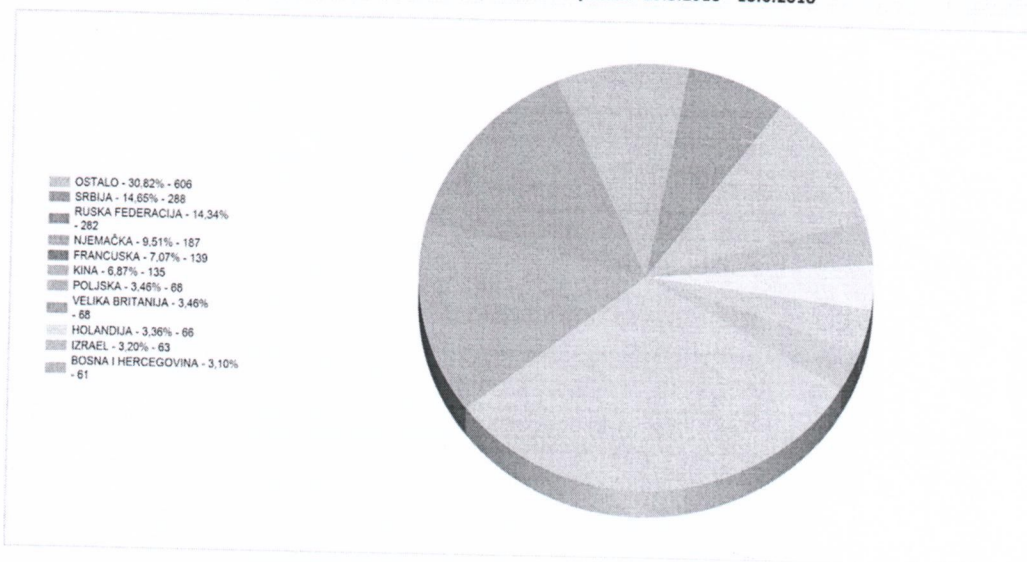
Na području opštine Žabljak imamo izraženu sezonalnost, tokom ljeta i zime. **Predsezona** je fokusirana na period mart-jun, glavni motiv posjete u ovom periodu su: niže cijene smještaja, organizovani izleti preko agencija, niskobudžetni letovi (Izrael), Vaskršnji i Prvomajski praznici.

Struktura gostiju u ovom periodu je :

Struktura gostiju po nacionalnostima za predsezonu 2018. i 2019. godine (mart-jun)							
Br.	Država	2018		2019		Promjena 2019	
		Br turista	%	Br turista	%	Br turista	%
1	Srbija	288	14.65%	308	12.79%	20	-1.86%
2	Ruska federacija	282	14.34%	499	20.71%	217	6.37%
3	Francuska	139	7.07%	141	5.85%	2	-1.22%
4	Njemačka	187	9.51%	354	14.69%	167	5.18%
5	Izrael	63	3.20%	53	2.20%	-10	-1.00%
6	Velika Britanija	68	3.46%	116	4.82%	48	1.36%
7	Holandija	66	3.36%	72	2.99%	6	-0.37%
8	Kina	135	6.87%	94	3.90%	-41	-2.97%

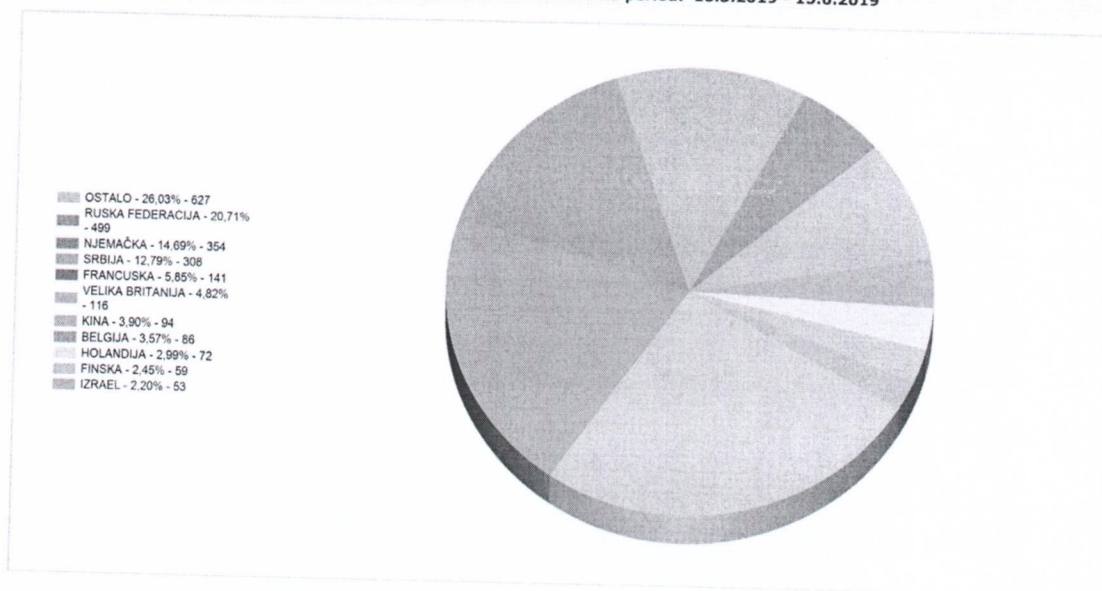
Tabelni prikaz odnosise na goste prijavljene u LTO Žabljak. Statistička odstupanja postoje pa tako u ovom periodu imamo Top 8 država, više gostiju je prijavljeno u 2019. godini u slučaju šest zemalja, a u slučaju samo tri je povećano procentualno učešće u ukupnoj strukturi gostiju (Rusija, Njemačka i Velika Britanija).

Prijave po nacionalnostima za period: 15.3.2018 - 15.6.2018



Dijagram 3. Prijave gostiju po nacionalnostima za predsezonu (mart - jun) 2018. godine (Čikom app)

Prijave po nacionalnostima za period: 15.3.2019 - 15.6.2019



Dijagram 4. Prijave gostiju po nacionalnostima za predsezonu (mart - jun) 2019. godine (Čikom app)

Dijagrami 3 i 4 pokazuju procentualno učešće broja gostiju po nacionalnostima u ukupnoj strukturi broja gostiju za 2018.i 2019. godinu.

U periodu **postsezone** septembar-novembar, primijećen je osjetan porast turista iz Rusije, Njemačke i Izraela.

<i>Struktura gostiju po nacionalnostima za postsezону 2018. i 2019. godine (sept-nov)</i>							
<i>Br.</i>	<i>Država</i>	<i>2018</i>		<i>2019</i>		<i>Promjena 2019</i>	
		<i>Br turista</i>	<i>%</i>	<i>Br turista</i>	<i>%</i>	<i>Br turista</i>	<i>%</i>
1	Srbija	107	8.44%	131	6.30%	24	-2.14%
2	Ruska federacija	211	16.64%	593	28.54%	382	11.90%
3	Kosovo	54	4.26%	51	2.45%	-3	-1.81%
4	Njemačka	175	13.80%	259	12.46%	84	-1.34%
5	Izrael	138	10.88%	135	6.50%	-3	-4.38%
6	Velika Britanija	52	4.10%	58	2.79%	6	-1.31%
7	Poljska	61	4.81%	56	2.69%	-5	-2.12%
8	Kina	135	6.87%	51	2.45%	-84	-4.42%

Tabela se odnosi na goste prijavljene u LTO Žabljak u periodu postsezone. Statistička odstupanja kao i u slučaju predsezone postoje pa tako opet imamo Top 8 država, više gostiju je prijavljeno u 2019. godini u slučaju četiri zemlje, a u slučaju samo jedne je povećano procentualno učešće u ukupnoj strukturi gostiju (Rusija).

U periodu predsezone i postsezone, imamo smanjeno interesovanje za boravak na Žabljaku, razlog za to su osiromašena turistička ponuda, specifične vremenske prilike, koje ne pogoduju dobrom ambijentu turističke ponude. Ovaj period je interesantan za razvoj MICE turizma. U tom dijelu Turistička organizacija planira pružanje podrške ovakvim sadržajima.

Cilj 1: Povećati posjećenost u periodu predsezone i postsezone

Rezultat: Organizovanje konferencija, okruglih stolova, simpozijuma i studijskih posjeta

Planirane aktivnosti:

- 2 studijske posjete novinara iz regiona
- Organizovanje okruglog stola na temu „turizam van sezone,,
- U saradnji sa sportskom dvoranom, organizovati 1 sportski događaj, takmičarskog karaktera
- Inicirati održavanje 1 simpozijuma sa tematikom turizma

4. Povećanje broja turista tokom zimske sezone

U okviru ove smjernice Turistička organizacija će izdvojiti dio sredstava za ukrašavanje grada tokom Novogodišnjih praznika, za pomoć turističke ponude u zimskom periodu i obezbijediti podršku u organizovanju besplatnog prevoza i zabavnim događajima na skijalištima

Cilj: Podići kvalitet promocije i obogatiti ponudu

Rezultat: Obezbjeđivanje besplatnog prevoza i zabavnih sadržaja na Skijalištu

Planirane aktivnosti:

- Promocija staze za nordijsko skijanje kroz organizovanje takmičenja
- Obezbijediti besplatan prevoz turista iz centra grada do skijališta „Savin kuk,, tokom sezone
- Ukrašavanje grada i gradskih ulica za Novogodišnje praznike
- PR aktivnosti
- Podrška zvaničnom otvaranju zimske sezone, kroz promociju gastro proizvoda
- Učešće TO na promotivnim kampanjama i sajmovima

5. Jačanje kapaciteta i stvaranje kvalitetne osnove zaplaniranje aktivnosti

Realizovanje ove aktivnosti doprinosi stvaranju kvalitetnije osnove za praćenje ostvarenih rezultata, u pravcu kreiranja što kvalitetnijih marketing aktivnosti. Aktivnost će se realizovati kroz istraživanje zadovoljstva gostiju, njihovih potreba, broja korisnika usluga predviđenih planom i programom.

Cilj: Postizanje rezultata sa zadatkom zadovoljenja potreba turista.

Rezultat: Povećan nivo zadovoljstva turističkim uslugama.

Planirane aktivnosti:

- Sprovođenje ankete zadovoljstva
- Organizovanje programa edukacije u oblasti marketinga

6. Suzbijanje sive ekonomije

Problem sive ekonomije se ogleda u nelegalnom radu, lošoj prijavi gostiju, kao i smanjenom broju prijavljenih noćenja u odnosu na stvarne pokazatelje.

Tokom 2018.g ovaj problem je u znatnom smanjen, kroz partnerske aktivnosti, MORT, Inspekcije za strance, Opštine Žabljak/Sekretarijat za finansije, Turističke inspekcije i Turističke organizacije.

Kada je u pitanju naplate boravišne takse od privrednih subjekata, izdvajamo 10 vodećih objekata u izmirenju svojih obaveza: Hotel „Gorske oči“, Hotel „Soa“, Hotel „Ski hotel“, Hotel „Žabljak“, Hotel „Polar star“, Hotel „Pavlović“, Vila Vrhovi, Kamp „Kod Boće“, Kamp „Ivan do“, Kamp „Mlinski potok“.

Pozitivni efekti kampanje su se reflektovali povećan broj izdatih rešenja za obavljanje turističke djelatnosti sa 120 u 2018.g na 315 u 2019.g, kao i na bolju prijavu/odjavu gostiju, što je direktno uticalo na povećanje prihoda od naplate boravišne takse .

U tabeli je prikazan broj turista, razvrstan po kolektivnom i privatnom smještaju za period 2018/2019 god.uz napomenu da su podaci uzeti iz RB90 sistema prijave/odjave, koji ima određena odstupanja.

Dolasci turista			
Vrsta smještaja	2018.g	2019.g	index
Kolektivni smještaj	21.248	21.665	102
Privatni smještaj	18.998	23.571	124
Ukupno:	40.248	45.236	112

Prema podacima Nacionalnog parka „Durmitor,, ovo zaštićeno područje je u periodu 01.01.2019.-24.11.2019. posjetilo 268.153 posjetilaca, što je u odnosu na 2018.g (210.118) za 27,62% više.

Cilj: Jačanje podrške smanjenju sive ekonomije

Rezultat: Povećan broj noćenja i prihoda od naplate boravišne takse

Aktivnosti:

- Podrška nadležnim institucijama za suzbijanje sive ekonomije
- Kampanja o načinu registrovanja smještaja,
- Podrška u promociji objekata koji su registrovani,
- Podrška registrovanim seoskim domaćinstvima, kroz uključivanje u događaje promocije gastroponude

Žabljak,

Novembar 2019.



Direktorica TO Žabljak

Vanja Krgović Šarović