



Crna Gora  
Opština Mojkovac  
Turistička organizacija

Broj: 01/364-2021  
Mojkovac, 17.12. 2021. god

## **Turistička Organizacija Mojkovac**

### ***Predlog programa rada i finansijskog plana Turističke organizacije Mojkovac za 2022. godinu***

**Mojkovac, decembar 2021. godine**

## S A D R Ź A J

|   |    |
|---|----|
| U V O D.....  | 1  |
| 1. Evaluacija trenutnog stanja turističke ponude opštine Mojkovac .....   | 3  |
| 1.1. Nedostaci i izazovi .....  | 4  |
| 2. Ostvareni rezultati u 2021. godini (tabelarno) kroz statističke i finansijske pokazatelje .....  | 6  |
| 2.1. Statistički pokazatelji .....  | 6  |
| 2.2. Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u opštini Mojkovac .....   | 8  |
| 2.3. Finansijski pokazatelji .....  | 11 |
| 2.4. Najveći uplatioci boravišne takse u Mojkovcu od 01.01. do 01.12.2021. godine .....   | 12 |
| 3. Plan rada i aktivnosti za 2022. godinu.....  | 13 |
| 4. Planirane aktivnosti za 2022. godinu u funkciji realizacije kratkoročnih ciljeva.....  | 14 |
| 4.1. Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda kroz efikasno upravljanje destinacijom ..... | 14 |
| 4.1.1. Unapređivanje postojećih i kreiranje novih manifestacija i događaja tokom godine .....   | 22 |
| 4.2. Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta...25  |    |
| 4.3. Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti.....   | 26 |
| 4.3.1. Istraživanje stavova i ponašanja stranih turista u Mojkovcu kao osnova za planiranje aktivnosti .....                                      | 26 |
| 4.3.2. Izrada Strategije razvoja turizma za period 2022 – 2026.....   | 27 |
| 4.4. Suzbijanje sive ekonomije .....  | 27 |
| 5. Promotivne i marketing aktivnosti .....  | 29 |
| 6. Saradnja .....   | 34 |
| Z A K L J U Č A K.....  | 35 |

## U V O D

U cilju usaglašenosti razvoja turizma i marketinga destinacije, a shodno članu 19 Zakona o turističkim organizacijama ("Službeni list Republike Crne Gore", br. 011/04, 046/07, "Službeni list Crne Gore", br. 073/10, 040/11, 045/14, 042/17, 027/19), "Turistička organizacija za svaku poslovnu godinu utvrđuje program rada i finansijski plan u skladu sa smjernicama Nacionalne turističke organizacije". Lokalne turističke organizacije, u obavezi su da, prije usvajanja, predloge porograma rada i finansijskog plana dostave Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore na davanje prethodne saglasnosti.

U skladu sa članom 30 Zakona o turističkim organizacijama, Nacionalna turistička organizacija Crne Gore pripremila je smjernice za lokalne turističke organizacije za izradu programa rada i finansijskog plana.

Na osnovu tih smjernica, plan aktivnosti Turističke organizacije Mojkovac za 2022. godinu sadrži aktivnosti u pravcu ostvarenja ciljeva:

- a) *Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda kroz efikasno upravljanje destinacijom,*
- b) *Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta,*
- c) *Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti,*
- d) *Suzbijanje sive ekonomije.*

Kao i gotovo svaki drugi dio naših života, sektor putovanja stalno se mijenjao u proteklih godinu i po dana. Nesumljivo je da će nesigurnost i dalje biti stalan dio putovanja u 2022. godini. Uzmajući tu činjenicu u obzir prilikom planiranja aktivnosti za 2022. godinu, nažalost, još uvijek nismo u situaciji da virus Covid-19 ostavimo iza sebe, te će naš program biti uslovljen sa aktuelnom situacijom i zavisiće od epidemioloških mjera koje će u budućem periodu biti na snazi.

Nakon 2020. godine kada je pandemija izuzetno snažno uticala na svjetsku turističku i industriju putovanja jer su zemlje širom svijeta zatvorile svoje granice i uvele ograničenja kao odgovor na pandemiju i 2021. godine kada je ljetnja turistička sezona premašila sva očekivanja, oporavak evropskog turizma, prije zimske sezone, nanovo je zaustavljen novim slučajevima, opasnijih sojeva, korona virusa. Novi talas pandemije Covid-19 zahvata Evropu uoči zimske sezone te je sada važno dogovoriti zajednička rešenja, ne samo za suzbijanje širenja virusa, već i za podršku održivom oporavku turizma, vraćanje povjerenja putnika i najvažnije zaštitu velikog broja turističkih preduzeća i radnih mjesta koja su u opasnosti, tako da mogu održati svoje poslovanje. Istraživanja su pokazala da bi 2022. godina mogla biti godina oporavka turizma, ali osim izazova

koje postavlja pandemija trenutno najviše zabrinjava povećanje troškova s čime se susreću putnici prilikom rezervacija. Zbog svega toga zasigurno niko ne može očekivati da će turistička i industrija putovanja u 2022. godini funkcionisati istom dinamikom i cijenama kao prije pandemije.

Samim tim, sva dešavanja koja će u budućnosti izazvati pandemija virusa COVID-19 na globalnom nivou nesumljivo će uticati na turističko tržište Crne Gore, a samim tim i Mojkovca, kao i na zacrtne planove i projekte naše lokalne turističke organizacije. Imajući u vidu posljedice koje će u velikoj mjeri uticati i na budžet Turističke organizacije u narednoj godini, ali i na zahtjeve i potrebe turista, Turistička organizacija Mojkovac planira da u 2022. godini realizuje nekoliko ključnih aktivnosti koje će u narednim godinama biti dobra osnova za oporavak od posljedica krize i koje će doprinijeti daljem razvoju ponude Mojkovca. Kako bi aktivnosti na najbolji način bile realizovane neophodna je saradnja, odnosno umrežavanje svih predstavnika turističke privrede sa područja Mojkovca i značajnije uključivanje lokalnog stanovništva, a sve u cilju boljeg pozicioniranja i unapređenja ponude našeg grada.

Iako, u ovom trenutku, ne možemo promijeniti ili predvidjeti svako iznenađenje ili izazov koji ova pandemija nosi, možemo ih prihvatiti i učiniti sve da se posljedice na najbolji način ublaže. Promocija Mojkovca će svakako biti primarni zadatak LTO sa jasnim ciljem kreiranja imidža, brenda i atraktivnosti Mojkovca kao još uvijek potpuno neotkrivene turističke destinacije.

## 1. Evaluacija trenutnog stanja turističke ponude opštine Mojkovac

Mojkovac se nalazi na izuzetno povoljnom geografskom prostoru između planinina Bjelasice, Sinjajevine i Prošćenskih planina i na samom ulazu u dva Nacionalna parka, Biogradska Gora i Durmitor. Te tri velebnne planine, Tara sa brojnim kuriozitetima, prostori nacionalnih parkova, tajanstveno srednjovjekovno Brskovo, slavna istorija na kojoj se temelje brojni običaji, folklor i tradicija predstavljaju idealnu podlogu za primjenu koncepta održivog razvoja, ne samo u ekološkom, ekonomskom i privrednom smislu već i kulturnom i socijalnom. Zbog svoje odlične pozicije na Jadranskoj magistrali, postoji veliki potencijal za dalji razvoj i stvaranje ponude za razvoj turizma. Sa povoljnom klimom, Mojkovac je jedan od gradova u Crnoj Gori, koji ima mogućnost pozitivnog priliva turista tokom cijele godine. Prirodne karakteristike opštine Mojkovac su izvanredne za ljubitelje adrenalina, pa turisti mogu uživati u raznim adrenalinskim aktivnostima: planinarenje, biciklizam, rafting Tarom, paraglajding, quad ture, fly fishing, kao i kanjoning rijekom Tarom.

Mojkovačka opština ima prirodne pogodnosti za razvoj zimsko-planinskog turizma. One se ogledaju u saobraćajno geografskom položaju, koji je relativno povoljan, klimatskim uslovima, kao i terenima sjeverne ekspozicije, što se, upravo koristi, pri projektovanju ski staza. U toku je izgradnja ski centra Žarski koji je udaljen 12 kilometara od grada Mojkovac. Bazno područje budućeg ski centra nalazi se na 1.650 metara nadmorske visine.

Mojkovac raspolaže značajnom turističkom infrastrukturom koja je razvijana postepeno posljednjih godina. Ona podrazumijeva raznovrsne smještajne kapacitete od manjih hotela, motela, privatnog smještaja, kampova, planinarskih domova pa do velikog broja seoskih domaćinstava. Osim toga u ponudi su obilježene planinarske i biciklističke staze na Bjelasici i Sinjajevini, dok je na Prošćenskim planinama u toku obilježavanje istih, uređena izletišta pokraj rijeke Tare, rijeke Ravnjak, kao i na Zabojskom jezeru, osnovnu turističku signalizaciju u predjelima gdje je to neophodno kao i specijalizovane sadržaje koji karakterišu ponudu turističkog proizvoda.

Budući da su u trendu destinacije koje nisu preplavljene turistima, te da novi trendovi na turističkom tržištu ukazuju na činjenicu da sve više turista želi da boravi u ruralnim turističkim destinacijama, u jedinstvenom prirodnom okruženju, daleko od gradske buke Mojkovac sa svojim pješačkim rutama i bogatom istorijskom prošlošću, predstavlja destinaciju koja može da privuče veći broj turista. Utoliko više, što su ljudi u vrijeme pandemije Covid 19 virusa počeli da posvećuju više pažnje zdravoj ishrani, boravku u prirodi i mjestima bez gužve, gdje je moguće održati fizičku distancu. Turisti, naročito u doba pandemije, teže zdravom načinu života i traže doživljaje koji podrazumijevaju zadovoljstvo u prirodi, tradicionalnoj kuhinji – zdravoj, domaćoj i organskoj hrani, gostoprimstvu domaćinstava, uživanje u tradiciji i očuvanim običajima i

drugim autentičnim iskustvima. Takva mjesta izazivaju sve veće interesovanje, a Mojkovac, bez sumnje, to može da ponudi.

Činjenica je da se turistička ponuda u ovom gradu konstantno poboljšava i unapređuje, ali evidentno je da ima još prostora za promjene u cilju kreiranja kvalitetnijeg turističkog proizvoda. Mojkovac ulaganjem u marketing, inovacije, bolje pozicioniranje i različitostu ponude može iskoristiti sve resurse koje ima na raspolaganju i postati konkurentan na tržištu.

### 1.1. Nedostaci i izazovi

Sa druge strane, pored svih značajnih pomaka i eliminisanja prepreka, postoji i dalje još mnogo problema koji nisu savladani, a koji utiču na stvaranje kvalitetnije turističke ponude Mojkovca:

- Visoki stepen sezonalnosti - Turistički promet je najviše skoncentrisan, za sada, u periodu od maja do oktobra, kada naši turistički poslenici uglavnom i ostvaruju prihode od turizma. Posljedice ovakvog stanja, odražavaju se na tendencije privrednika da povećaju broj kapaciteta, poboljšaju svoju ponudu, ulože sredstva u inovacije i zaposle veći broj radnika. Prevazilaženje ovog problema vidimo u otvaranju ski centra "Žarski" koji će, nesumljivo, povećati turistički promet u zimskim mjesecima.
- Nedovoljan broj hotelskih kapaciteta - U cilju produžavanja sezone, potrebno je otvoriti veći broj hotelskih jedinica s obzirom da u Mojkovcu i dalje preovladava privatni smještaj. Sa otvarenjem novih hotela poboljšala bi se konkurentna pozicija Mojkovca na turističkom tržištu što bi doprinijelo i povećanju internacionalnih turista u našem gradu. Prevazilaženje ovog problema vidimo u otvaranju hotela "Black Pine" u neposrednoj blizini centra grada, preko puta Sportsko - rekreativne zone, čiji su radovi u toku.
- Neregistrovani smještaj za izdavanje - U cilju porasta prijave gostiju i naplate boravišne takse, potrebno je legalizovati objekte koji nijesu registrovani za pružanje ugostiteljskih usluga. Iako je trenutno u našoj opštini mali broj takvih, Turistička Organizacija Mojkovac će aktivno u saradnji sa Opštinom i nadležnim institucijama promovisati i učiniti dostupnim informacije o načinu i postupcima koje je neophodno preduzeti za legalizaciju, odnosno kategorizaciju, za sada, neprijavljenih objekata.
- Nedovoljna naplata boravišne takse - Prijava gostiju i uplata boravišne takse su teme koje su aktuelne svake turističke sezone u Mojkovcu. Susrijećemo se sa nepoštovanjem tog pravila jer vlasnici privatnog smještaja, ali i sami turisti, ne prijavljuju redovno boravak, a samim tim i ne uplaćuju boravišnu taksu. Gubici države i opštine zbog neprijavljenih turista i neplaćanja boravišne takse su ogromni i tako je već godinama. Problem sa neubiranjem prihoda od neprijavljenih turista dovodi do toga da novac umjesto u državnoj i opštinskoj kasi i dalje ostaje u džepovima izdavaoca smještaja. Smatramo da

taj problem možemo riješiti sistemskim pristupom. Naša služba ostvaruje saradnju sa turističkom inspekcijom, kao i Ministarstvom unutrašnjih poslova, tačnije sektorom za opšte poslove i sektorom za strance, ali mišljenja smo da se mora povećati inspekcijski nadzor, kao i da se mora uticati na promjenu svijesti kod vlasnika smještaja o važnosti prijave gosta i plaćanja boravišne takse. Mišljenja smo da je neophodno u okviru službe komunalne policije uposliti jedno lice koje će obavljati poslove turističkog inpektora i biti u konstantnoj saradnji sa Turističkom organizacijom Mojkovac.

- Regionalna neuravnoteženost razvoja turizma - Razvoj turizma u Mojkovcu, je u sjenci uspješnih valorizovanih cenatra, prvenstveno Kolašina i Žabljaka, pogotovo kada je riječ o zimskom turizmu. Mojkovac zasebno i dalje nije dovoljno jak i prepoznatljiv brend u odnosu na pomenute destinacije. Potrebno je pozicionirati i učiniti prepoznatljivim Mojkovac kao bazu, središte sjeverne Crne Gore i ovu geografsku odliku iskoristiti za poboljšanje turističkih proizvoda. Zbog toga ćemo ulagati kontinuirane napore u obogaćivanju i stvaranju kvalitetnog turističkog proizvoda Mojkovca.

## 2. Ostvareni rezultati u 2021. godini (tabelarno) kroz statističke i finansijske pokazatelje

### 2.1. Statistički pokazatelji

| Dolasci turista i ostvarena noćenja u opštini Mojkovac           |                 |                   |               |                         |
|--|-----------------|-------------------|---------------|-------------------------|
| Vrsta smještaja  | Dolasci turista | Ostvarena noćenja | Index dolasci | Index ostvarena noćenja |
| <i>Ukupno</i>  | 2308            | 5562              | 315.30        | 397.85                  |
| <i>Kolektivni smještaj (hoteli slični smještajni kapaciteti)</i> | 1408            | 3393              | 325.92        | 425.19                  |
| <i>Privatni smještaj</i>   | 900             | 2169              | 300           | 361.5                   |
| <b>Ukupno</b>  | <b>2308</b>     | <b>5562</b>       | <b>315.30</b> | <b>397.85</b>           |

\* Podaci su izraženi za 2021.godinu, do 01.12.2021. Index je izražen u odnosu na 01.12.2020.godine. Podatke smo dobili na osnovu uplaćene boravišne takse.

| Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u opštini Mojkovac |             |                   |               |               |
|--|-------------|-------------------|---------------|---------------|
| Period   | Dolasci     | Ostvarena noćenja | Index dolasci | Index noćenja |
| 1. januar  | 16          | 16                | 21.05         | 7.02          |
| 2. februar   | 46          | 56                | 19.17         | 77.78         |
| 3. mart  | 33          | 43                | 100           | 100           |
| 4. april   | 36          | 75                | 100           | 100           |
| 5. maj   | 115         | 215               | 100           | 100           |
| 6. jun   | 274         | 493               | 274           | 123.25        |
| 7. jul   | 530         | 1781              | 266.33        | 894.97        |
| 8. avgust  | 768         | 2023              | 384           | 1,011.5       |
| 9. septembar   | 360         | 717               | 360           | 358.5         |
| 10. oktobar  | 117         | 126               | 354.54        | 127.27        |
| 11. novembar   | 13          | 17                | 100           | 100           |
| 12. decembar   | -           | -                 | 100           | 100           |
| <b>Ukupno</b>  | <b>2308</b> | <b>5562</b>       | <b>315.30</b> | <b>400.43</b> |

\* Podaci su izraženi za 2021.godinu, do 01.12.2021. Index izražen u odnosu na 01.12.2020.godine. Podatke smo dobili na osnovu uplaćene boravišne takse.



| <b>Dolasci turista i ostvarena noćenja u opštini Mojkovac prema podacima MONSTATA</b> |                |                |
|---|----------------|----------------|
|   | <b>Dolasci</b> | <b>Noćenja</b> |
| <b>Domaći</b>   | 208            | 446            |
| <b>Strani</b>   | 691            | 1549           |
| <b>UKUPNO</b>   | 899            | 1995           |

\* Podatke smo dobili na osnovu zvaničnih podataka MONSTATA za period od 01.01.2021 do 01.12.2021.godine.

## 2.2. Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u opštini Mojkovac

| Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u opštini |                           |                             |                               |               |               |
|---|---------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------|---------------|
| Naziv zemlje pripadnosti                              | Dolasci turista u opštini | Ostvarena noćenja u opštini | Pros. dužina boravka u danima | STRUKTURA U % |               |
|   |                           |                             |                               | Turisti       | Noćenja       |
| <b>EVROPA</b>   | <b>858</b>                | <b>2102</b>                 | <b>2,46</b>                   | <b>90,79%</b> | <b>92,27%</b> |
| Albanija  | 1                         | 1                           | 1                             | 0,10%         | 0,04%         |
| Austrija  | 9                         | 20                          | 2,22                          | 0,95%         | 0,87%         |
| Belgija   | 57                        | 105                         | 1,84                          | 6,03%         | 4,61%         |
| Bjelorusija   | 4                         | 6                           | 1,5                           | 0,42%         | 0,26%         |
| Bosna i Hercegovina                                   | 14                        | 91                          | 6,5                           | 1,48%         | 3,99%         |
| Bugarska  | 1                         | 30                          | 30                            | 0,10%         | 1,32%         |
| Češka   | 20                        | 32                          | 1,6                           | 2,12%         | 1,40%         |
| Danska  | 6                         | 30                          | 5                             | 0,63%         | 1,32%         |
| Estonija  | 8                         | 48                          | 6                             | 0,85%         | 2,11%         |
| Finska  | 2                         | 2                           | 1                             | 0,21%         | 0,09%         |
| Francuska   | 176                       | 301                         | 1,71                          | 18,62%        | 13,21%        |
| Grčka   | -                         | -                           | -                             | -             | -             |
| Holandija   | 17                        | 28                          | 1,65                          | 1,80%         | 1,23%         |
| Hrvatska  | 2                         | 3                           | 1,5                           | 0,21%         | 0,13%         |
| Irska   | 3                         | 6                           | 2                             | 0,32%         | 0,26%         |
| Island  | -                         | -                           | -                             | -             | -             |
| Italija   | 13                        | 23                          | 1,77                          | 1,38%         | 1 %           |
| Kipar   | -                         | -                           | -                             | -             | -             |
| Kosovo  | 5                         | 5                           | 1                             | 0,53%         | 0,22%         |
| Letonija  | -                         | -                           | -                             | -             | -             |
| Litvanija   | 2                         | 2                           | 1                             | 0,21%         | 0,09%         |
| Luksemburg  | 2                         | 2                           | 1                             | 0,21%         | 0,09%         |

|  |           |            |             |              |              |
|--|-----------|------------|-------------|--------------|--------------|
| Mađarska                               | 41        | 54         | 1,32        | 4,34%        | 2,37%        |
| Malta                                  | -         | -          | -           | -            | -            |
| Makedonija                             | 3         | 6          | 2           | 0,32%        | 0,26%        |
| Norveška                               | 2         | 2          | 1           | 0,21%        | 0,09%        |
| Njemačka                               | 105       | 236        | 2,25        | 11,11%       | 10,36%       |
| Poljska                                | 30        | 43         | 1,43        | 3,17%        | 1,89%        |
| Portugal                               | 2         | 8          | 4           | 0,21%        | 0,35%        |
| Rumunija                               | 20        | 26         | 1,8         | 2,12%        | 1,14%        |
| Rusija                                 | 44        | 105        | 2,39        | 4,66%        | 4,61%        |
| Slovačka                               | 1         | 2          | 2           | 0,10%        | 0,09%        |
| Slovenija                              | 7         | 32         | 4,57        | 0,74%        | 1,40%        |
| Srbija                                 | 101       | 537        | 5,32        | 10,69%       | 23,57%       |
| Španija                                | 29        | 33         | 1,14        | 3,07%        | 1,45%        |
| Švajcarska i Lichtenštajn              | 25        | 94         | 3,76        | 2,65%        | 4,35%        |
| Švedska                                | 1         | 1          | 1           | 0,10%        | 0,04%        |
| Turska                                 | 7         | 8          | 1,14        | 0,74%        | 0,35%        |
| Ukrajina                               | 75        | 123        | 1,64        | 7,94%        | 5,40%        |
| Velika Britanija                       | 16        | 33         | 2,06        | 1,69%        | 1,45%        |
| Ostale evropske zemlje                 | 7         | 24         | 3,43        | 0,74%        | 1,05%        |
| <b>VANEVROPSKE ZEMLJE</b>              | <b>87</b> | <b>176</b> | <b>2,02</b> | <b>9,20%</b> | <b>7,73%</b> |
| Južna Afrika                           | 2         | 3          | 1,5         | 0,21%        | 0,13%        |
| Ostale afričke zemlje                  | 1         | 1          | 1           | 0,10%        | 0,04%        |
| Kanada                                 | -         | -          | -           | -            | -            |
| SAD                                    | 17        | 24         | 1,41        | 1,80         | 1,05         |
| Ostale zemlje Sjeverne Amerike         | -         | -          | -           | -            | -            |
| Argentina                              | -         | -          | -           | -            | -            |
| Brazil                                 | -         | -          | -           | -            | -            |
| Čile                                   | -         | -          | -           | -            | -            |
| Ostale zemlje Južne i Sjeverne Amerike | 1         | 3          | 3           | 0,10%        | 0,13%        |

|                               |            |             |             |              |              |
|-------------------------------|------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| <b>Kina i Hong Kong</b>       | <b>3</b>   | <b>5</b>    | <b>1,67</b> | <b>0,32%</b> | <b>0,22%</b> |
| <b>Japan</b>                  | -          | -           | -           | -            | -            |
| <b>Koreja</b>                 | -          | -           | -           | -            | -            |
| <b>Izrael</b>                 | <b>30</b>  | <b>72</b>   | <b>2,4</b>  | <b>3,17%</b> | <b>3,16%</b> |
| <b>Indija</b>                 | <b>12</b>  | <b>34</b>   | <b>2,83</b> | <b>1,27%</b> | <b>1,49%</b> |
| <b>Azerbejdžan</b>            | -          | -           | -           | -            | -            |
| <b>Ostale azijske zemlje</b>  | <b>19</b>  | <b>31</b>   | <b>1,63</b> | <b>2,01%</b> | <b>0,92%</b> |
| <b>Australija</b>             | <b>1</b>   | <b>1</b>    | <b>1</b>    | <b>0,10%</b> | <b>0,04%</b> |
| <b>Novi Zeland</b>            | <b>1</b>   | <b>2</b>    | <b>2</b>    | <b>0,10%</b> | <b>0,09%</b> |
| <b>Ostale zemlje Okeanije</b> | -          | -           | -           | -            | -            |
| <b>UKUPNO</b>                 | <b>945</b> | <b>2278</b> | <b>2,41</b> | <b>100%</b>  | <b>100%</b>  |

\*Podaci su izraženi za 2021.godinu, do 01.12.2021.

Podatke smo dobili na osnovu gostiju koji su prijavljeni u sistemu RB 90 Turističke organizacije MOJKOVAC.

## 2.3. Finansijski pokazatelji

| PRIHODI OD TURIZMA/PUTOVANJA I NAMJENSKI PRIHODI LTO |                              |        |                           |               |                            |        |                              |               |                          |               |
|--|------------------------------|--------|---------------------------|---------------|----------------------------|--------|------------------------------|---------------|--------------------------|---------------|
| PERIOD   | PRIHODI OD PUTOVANJA-TURIZMA | INDEXI | NAMJENSKI PRIHODI         |               |                            |        |                              |               |                          |               |
|  |                              |        | PRIHOD OD BORAVISNE TAKSE | INDEXI        | PRIHOD OD TURISTICKE TAKSE | INDEXI | PRIHOD OD CLANSKOG DOPRINOSA | INDEXI        | UKUPNI NAMJENSKI PRIHODI | INDEXI        |
| 1.januar   | -                            | -      | 42,73                     | 31,28         | -                          | -      | 36,00                        | 92,30         | 78,73                    | 44,78         |
| 2.februar  | -                            | -      | 34,59                     | 80,07         | -                          | -      | 73,00                        | 100           | 107,59                   | 249,05        |
| 3.mart   | -                            | -      | 13,93                     | 100           | -                          | -      | -                            | 100           | 13,93                    | 2,20          |
| 4.april  | -                            | -      | 33,14                     | 100           | -                          | -      | 516,00                       | 1.146,67      | 549,14                   | 1.220,31      |
| 5.maj  | -                            | -      | 31,69                     | 100           | -                          | -      | 2.500,00                     | 100           | 2.531,69                 | 100           |
| 6.jun  | -                            | -      | 43,35                     | 18,06         | -                          | -      | 900,00                       | 100           | 943,35                   | 393,06        |
| 7.jul  | -                            | -      | 378,98                    | 317,40        | -                          | -      | 96,00                        | 228,57        | 474,98                   | 294,29        |
| 8.avgust   | -                            | -      | 917,99                    | 764,99        | -                          | -      | 608,00                       | 100           | 1.525,99                 | 1.271,66      |
| 9.septembar  | -                            | -      | 1.093,03                  | 910,86        | -                          | -      | 1.005,00                     | 90,05         | 2.098,03                 | 169,74        |
| 10.oktobar   | -                            | -      | 175,28                    | 295,08        | -                          | -      | 1.020,00                     | 53,88         | 1.195,28                 | 61,20         |
| 11.novembar  | -                            | -      | 26,89                     | 100           | -                          | -      | -                            | 100           | 26,89                    | 2,79          |
| 12.decembar  | -                            | -      | -                         | -             | -                          | -      | -                            | -             | -                        | -             |
| <b>UKUPNO</b>  | -                            | -      | <b>2.791,60</b>           | <b>332,81</b> | -                          | -      | <b>6754,00</b>               | <b>142,67</b> | <b>9.545,65</b>          | <b>171,29</b> |

\* Podaci su izraženi za 2021.godinu, uplaćena boravišna taksa do 01.12.2021. uplaćeni članski doprinos do 01.12.2021.godine. Index izražen u odnosu na 01.12.2020.godine  
Podatke smo dobili na osnovu uplaćene boravišne takse.

**2.4. Najveći uplatioci boravišne takse u Mojkovcu od 01.01. do 01.12.2021. godine**

| <b>Naziv</b>                     | <b>Iznos boravišne takse</b> |
|----------------------------------|------------------------------|
| <b>1. Hotel Dulović</b>          | 582,00                       |
| <b>2. Hotel Ravnjak</b>          | 397,60                       |
| <b>3. Eko oaza "Suza Evrope"</b> | 317,20                       |
| <b>4. Restoran Most</b>          | 250,00                       |
| <b>5. Eco Village Ćorić</b>      | 198,40                       |
| <b>6. Kolibe Ćorić</b>           | 192,00                       |
| <b>7. Eko Krstac</b>             | 152,00                       |
| <b>8. Fern Farm Eco</b>          | 175,20                       |
| <b>9. Tara Amour Cottages</b>    | 148,80                       |
| <b>10. Tara Riverside</b>        | 147,20                       |

### 3. Plan rada i aktivnosti za 2022. godinu

Pored kratkoročnih ciljeva za 2022. godinu koji su definisani ovim dokumentom, Turistička Organizacija ima i dugoročne ciljeve koji su u planu realizacije do 2026. godine:<sup>1</sup>

#### Kratkoročni ciljevi (do kraja 2022.)

- *Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda kroz efikasno upravljanje destinacijom.*
- *Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta,*
- *Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti.*
- *Suzbijanje sive ekonomije u oblasti turizma.*

#### Dugoročni ciljevi (do kraja 2026.)

- *Kreiranje dugoročnog marketing plana i strategije razvoja turističke ponude.*
- *Kapitalni infrastrukturni projekti.*
- *Kreiranje povoljnih okolnosti za investitore.*
- *Brendiranje Mojkovca kao unikatne turističke destinacije.*
- *Povezivanje sa turoperatorima.*

<sup>1</sup> Dugoročni ciljevi, rezultati i aktivnosti, detaljnije biće objašnjeni „Strategijom razvoja turizma za period 2022-2026“



#### 4. Planirane aktivnosti za 2022. godinu u funkciji realizacije kratkoročnih ciljeva

Tokom 2022. godine planirani su brojni infrastrukturni projekti u Mojkovcu koji za cilj imaju bolje funkcionisanje grada i poboljšanje uslova za boravak turista. U cilju razvoja turističke ponude, Turistička organizacija Mojkovac je prepoznala nedovoljnu iskorišćenost postojećih kapaciteta, mogućnost razvoja novih, kao i održavanje već postojeće infrastrukture.

##### 4.1. Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda kroz efikasno upravljanje destinacijom

***CILJ:** Podsticanje diverzifikacije i inovacije proizvoda i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda kroz efikasno upravljanje destinacijom*

***Rezultat:** Realizovano sedam novih projekata u oblasti razvoja turističkih proizvoda*

Turistička Organizacija Mojkovac će u saradnji sa ostalim institucijama učestvovati u sledećim projektima u 2022. godini:

- **Promocija budućeg ski centra “Žarski”**

Glavni pokretač i razvojna šansa Mojkovca u narednoj godini za zimsku turističku sezonu je Ski centar “Žarski” koji je Vladinim programom razvoja sjevera projektovan i planiran na strani Bjelasice koja pripada Mojkovačkoj opštini. Smatramo da će ovo biti glavni pokretač i zamajac razvoja kako same opštine, tako i pokretač mnogih projekata u turizmu, kroz razvoj infrastrukture, koja će upotpuniti postojeću ponudu. Proteklih godina intezivno su sprovedene aktivnosti na izgradnji ski centra “Žarski”. Planirano je da ovaj projekat bude završen 2022. godine. Nastavljene su aktivnosti koje su započete, a ove godine planirali smo dalje aktivnosti na sledećim poslovima: završetak radova na putnoj infrastrukturi, postavljeni stubovi za žičaru, nastavak izgradnje staza, završetak bazne stanice i restorana itd. Turistička organizacija Mojkovac će aktivno učestvovati na promociji ski centra “Žarski”, samim tim je planirana izrada propagandnog materijala sa svim elementima ponude koji će obuhvatiti ovaj prostor. U saradnji sa ski klubom “Bjelogrivac” iz Mojkovca kreiraćemo zimsku turističku ponudu koja će uključivati i školu skijanja, koja će privući turistu da baš u Mojkovcu osjeti čari ovog sporta.

U saradnji Vlade Crne Gore, Skijališta Crne Gore i Opštine Mojkovac nastaviće se finasiranje i dalji radovi na Ski centru “Žarski”.



|                            |
|----------------------------|
| <b>Rok: I – IV kvartal</b> |
|----------------------------|

|   |
|---|
| <b>Indikator: Produžetak turističke sezone na dvanaest mjeseci u Mojkovcu</b> |
|---|

**- Unapređenje rada Info centra**

Info centar Turističke organizacije Mojkovac koji se nalazi na atraktivnoj lokaciji u neposrednoj blizini rijeke Tare nastaviće da vrši promociju razvojnih projekata Mojkovca, promociju turističkih potencijala i privrede opštine Mojkovac. Naš cilj je da u centru turisti mogu da dobiju kompletne informacije o atrakcijama, turističkim događajima, mogućnostima smještaja i ishrane u našem gradu, kao i turističke brošure, suvenire i ručne radove. S tim u vezi planirali smo da obogatimo naš promotivni materijal flajerima, brošurama, katalogima, na više stranih jezika, koji će promovisati turističku ponudu Mojkovca, sa posebnim akcentom na ski centru “Žarski“, kao i program manifestacija i mogućnosti smještaja i ishrane u našem gradu. Urađenim izmjenama i usvajanjem Statuta kojima je predviđeno da se organizacija može baviti privrednim djelatnostima, te na taj način sticati profit i registracijom u Centralnom registru privrednih subjekata Poreske uprave, steći će se preduslovi da Turistička organizacija Mojkovac u svoju funkciju stavi Caffè bar “Stari most”, što će biti od velikog značaja.

|                            |
|----------------------------|
| <b>Rok: I - II kvartal</b> |
|----------------------------|

|  |
|--|
| <b>Indikator: Bolja pokrivenost turista promotivnim materijalom, planirana podjela 7 000 (brošura, flajera...)</b> |
|--|

**- Razvoj inovativnog turističkog proizvoda “Seoskim džadama”**

Znajući da današnji turista traga za doživljajem, ocijenili smo kao šansu Mojkovca formiranje ponude koja će zadovoljiti ovu potrebu. Kreativnim rješenjima i idejama za razvoj seoskog turizma u Mojkovcu stvaramo konkurentu ponudu, te smo iste pretočili u korisnu i održivu uslugu.

Svjesni ogromnog potencijala za razvoj seoskog turizma u Mojkovcu edukovali smo stanovništvo na ruralnom području o mogućnostima koje pruža ruralni turizam, te ekonomskim benefitima plasmana proizvoda iz lične proizvodnje turistima. Kroz organizaciju i edukaciju građana Mojkovca koji se bave ili imaju namjeru da se bave seoskim turizmom približili smo pojam te vrste turizma, kao i način registracije seoskog domaćinstva. Posjetili smo sve one koji imaju preduslove i na praktičan način im ukazali na značaj povezivanja dvije razvojne grane, poljoprivrede i turizma.

Finalni proizvod naše inicijative oko 40 registrovanih seoskih domaćinstava, sa preko 230 ležajeva na teritoriji Mojkovca, veliki broj noćenja ostvaren u istim, te ogromno interesovanje

lokalnog stanovništva za bavljenje seoskim turizmom, čemu u prilog ide činjenica da gotovo svakodnevno imamo zainteresovane za registraciju seoskog domaćinstva. Danas, u Mojkovcu, u skoro svim selima i na sve tri planine koje nas okružuju imamo bar po jedno seosko domaćinstvo, što nam daje podstrek da i u narednoj godini veliku pažnju posvetimo unapređenju poslovanja tih domaćinstava. Mojkovac je, što se sjevera i Crne Gore tiče, u vrhu po razvoju seoskog turizma.

Naš cilj je vraćanje selima i zaustavljanje dalje migracije selo-grad, podsticanjem razvoja ruralnog i održivog turizma, utemeljenog na bogatoj kulturnoj baštini i tradiciji. Takođe je cilj i povećanje ekonomskog rasta ruralnih područja Mojkovca poboljšanom promocijom turističke ponude, bazirane na obnovljenoj turističkoj infrastrukturi.

Jedna od naših aktivnosti biće donošenje Akcionog plana za razvoj ruralnog turizma u Mojkovcu, bolja koordinacija nadležnih državnih i lokalnih institucija, ujednačena promocija i umrežavanje poslovnih subjekata koji se bave ovim specifičnim oblikom turizma.

Projekat će finansirati Ministarstvo ekonomskog razvoja kroz Javne pozive podrške ruralnom turizmu.

|                            |
|----------------------------|
| <b>Rok: I – IV kvartal</b> |
|----------------------------|

|  |
|--|
| <b>Indikator: Promocija i unapređenje rada seoskih domaćinstava u Mojkovcu, štampa 1000 kataloga sa ponudom seoskog turizma u Mojkovcu</b> |
|--|

**- Razvoj inovativnog turističkog proizvoda „Eko-etno centar Mojkovac”**

Projekat Razvoj novog turističkog proizvoda „Eko-etno centar Mojkovac” imaće temeljnu misiju da spasi od zaborava stare zanate ručnog rada, poput zlatoveza, heklanja, pletenja ili izrade suvenira od drveta, što je posebno dobra prilika za radno osposobljavanje žena koje će kroz razne radionice moći da savladaju tehnike spomenutih ručnih radova, kao i za naše sugrađane koji vještim rukama u svojim radionicama prave različite umjetnine od drveta, a njihov plasman nije na zadovoljavajućem novou. U spomenutom Eko-etno centru turisti će moći da pristupuju samom činu izrade ovih predmeta, da pogledaju sve izložene radove, kao i da kupe iste.

Sredstva za finansiranje ovog projekta će Turistička organizacija Mojkovac pokušati da obezbijedi kroz apliciranje na razne projekte.

|                        |
|------------------------|
| <b>Rok: II kvartal</b> |
|------------------------|

|   |
|---|
| <b>Indikator: Afirmacija lokalnih zanatlija u svrhu turizma, animacija minimum 10 zanatlija</b> |
|---|

- **Izgradnja suvenirnice**

Neophodno je obogatiti ponudu originalnim suvenirima i poklonima koji će biti dostupni turistima. Mali proizvođači iz Mojkovca će imati primat i priliku da osmisle i naprave što ljepše i upečatljivije suvenire sa motivima Mojkovca. To bi bili proizvodi sa odštampanim grbom grada, najrazličitiji predmeti od drveta, keramike, vune, razni magneti, satovi, slike, odjeća, alii i hrana poput: meda, rakije, suvog voća, čajeva, a sve to sa detaljima grada i motivima koji će kupca dugo podsjećati na Mojkovac i Crnu Goru uopšte. Suvenirnica bi trebalo da bude pozicionirana pored Info-centra, jer se ta lokacija, na raskršću glavnih puteva kojima se kreću turisti, pokazala kao izvanredna.

Izgradnju suvenirnice finansiraće Opština Mojkovac.

**Rok: II kvartal**

**Indikator: Kreiranje novih radnih mjesta i obogaćivanje turističke ponude Mojkovca, otkup 2 000 komada suvenira od lokalnih proizvođača suvenira**

- **Vidikovac "Tarski pogled"**

Planirana je izgradnja vidikovca na prostoru između sela Bistrica i Dobrilovina, u blizini Crnih Poda. Sa vidikovca će se pružati jedinstven pogled na Taru i na prašumu Crna Poda. Na njemu bi bi postavljen ram za slikanje, sa pozdravnom porukom iz Mojkovca.

Sredstva za finansiranje ovog projekta će Turistička organizacija Mojkovac pokušati da obezbijedi kroz apliciranje na razne projekte, kako naše, tako inostrane.

**Rok: II kvartal**

**Indikator: Kreiranje nove atraktivne lokacije za posjetu turista, očekivana posjeta 1 800 posjetilaca po sezoni**

- **Otvaranje Rent centra**

Pored suvenirnice neophodno je i urediti prostor u kome će turisti moći da iznajme razičite vrste rekvizita i opreme kojima Turistička organizacija Mojkovac raspolaže: bicikala, šatora, podmetača, vreća za spavanje, krpљи, kajaka i ostalih rekvizita namijenjenih aktivnom odmoru. Apliciranjem na različite vrste projekata, radićemo na dopuni i obnavljanju rekvizita kako bi obogatili ponudu istih.

**Rok: III kvartal**

**Indikator: Povećanje prihoda Turističke organizacije Mojkovac, očekivani prihod 4 000 eura**

- **Izgradnja infrastrukture na obalama Tare**

Naš plan je da u narednoj godini, turističku ponudu Mojkovca obogatimo šetalištem dužinom obale rijeke Tare. Neophodno je duž čitavog zahvata postaviti rasvjetu, klupe za odmor i sadržaje za djecu.

Sredstva za realizaciju ovog projekta obezbijediće Opština Mojkovac u saradnji sa relevantnim institucijama.

**Rok: II kvartal**

**Indikator: Kreiranje nove atraktivne lokacije za posjetu turista, otvaranje prostora za kreiranje jedne nove manifestacije**

- **Izletnička staza "Tara ring"**

Ova izletnička staza obuhvata krug oko rijeke Tare po čemu je i dobila simboličan naziv "Tara ring" odnosno Tarski prsten. Planirali smo da duž pravca Stari most u Mojkovcu do sela Kaludra, preko mosta u Kaludri, dalje kroz sela Gostilovinu i Prošćenje, pa u pravcu ka naselju Karaula i dalje prema centru grada osmislimo sadržaje koji će ovaj put učiniti primamljivim za pješake, bicikliste, izletnike i džip ture. Planirali smo postavljanje edukativno-interpretacijskih tabli sa zanimljivim podacima, legendama o mjestima kroz koja prolaze, postavljanje orijentaciono - informativnih tabli koje će biti prepoznatljive i lako upečatljive kao i postavljanje klupa, ljuljaški i drvenih ramova za slikanje gdje je najljepši pogled na rijeku Taru i na planine. Staza će biti ucrtana na Google mapi i biće praćena sa propagandnim materijalom i QR kodom. U planu imamo i adaptaciju i markaciju atraktivne pješačke staze Most Kaludra – Đavolje lazi, sa strane sela Gostilovina.

Sredstva za finansiranje ovog projekta će Turistička organizacija Mojkovac pokušati da obezbijedi kroz razne pozive podsticaje Ministarstva ekonomskog razvoja i Nacionalne turističke organizacije.

**Rok: III kvartal**

**Indikator: Kreiranje nove atraktivne lokacije za posjetu turista, očekivana posjeta 1 000 posjetilaca po sezoni**

- **Kreiranje turističke ponude grada kroz elemente visoke tehnologije**

Danas je od izuzetnog značaja praćenje najmodernijih tehnoloških trendova. Stoga, neophodna je adaptacija turističke ponude Mojkovca najmodernijim tehnologijama. Internet i „pametni“ telefoni su postali nezaobilazan segment današnjeg društva, tako da će Turistička organizacija Mojkovac veći dio svojih aktivnosti upravo fokusirati na razvoj digitalnog marketinga, koji će

imati za cilj promovisanje destinacije i učiniti Mojkovac konkurentnijim na tržištu. Plan je tehnološki osposobiti kompletnu turističku privredu Mojkovca, kreirati jedinstvenu i konkurentnu ponudu. Planirane aktivnosti su:

- Izrada mobilne aplikacije - U nerednom periodu je planirana izrada aplikacije "My guide Mojkovac" koja će uključivati sve lokacije u gradu. Korisnik koji instalira aplikaciju na svom mobilnom telefonu će imati priliku da pronade informacije o svim bitnim atrakcijama koje se nalaze u Mojkovcu. Svi restorani, ugostiteljski objekti i drugi turistički privrednici će imati mogućnost objavljivanja svoje ponude putem ove aplikacije.
- Izrada interaktivnog izloga - U planu LTO Mojkovac, biće i izrada prvog interaktivnog info-pulta, na 2 lokacije u gradu, preko kojeg će posjetioci, na najbolji mogući način dobiti sve informacije u vezi Mojkovca.
- Besplatna wifi internet konekcija na teritoriji grada - Tokom neredne godine planiramo postavljanje Free WiFi (područja sa besplatnim WiFi internetom). Turista da bi pristupio internetu mora da objavi svoju lokaciju i sajt [www.mojkovac.travel](http://www.mojkovac.travel) na svom Facebook profilu, tako da svi njegovi prijatelji vide njegovu lokaciju uz mogućnost odlaska na sajt Turističke organizacije Mojkovac čime bi umnogome dobili besplatnu promociju širom svijeta.
- Postavljanje „pametnih klupa” – U planu je postavljanje energetske nezavisnog mobilijara koji se napaja električnom energijom iz obnovljivih izvora energije putem solarnih panela. Osnovna namjena je da se korisnicima obezbijedi LED osvetljenje, besplatno punjenje uređaja, a opcionalno Wi-Fi signal, kao i pružanje reklamno-turističkih informacija o lokaciji gdje se nalaze ili atrakcijama u blizini. Neophodno bi ih bilo postaviti u centru grada, na sportsko-rekreativnoj zoni, budućem skijalištu, ili pak u blizini zaštićenih prirodnih područja, kao što su nacionalni parkovi.

S obzirom na činjenicu da elementi visoke tehnologije iziskuju velike finansijske troškove, a da je budžet LTO nedovoljan za iste, pokušaćemo da navedene aktivnosti realizujemo putem raznih projekata.

|                            |
|----------------------------|
| <b>Rok: I - IV kvartal</b> |
|----------------------------|

|  |
|--|
| <b>Indikator: Obogaćivanje turističkog sadržaja, interakcija i predstavljena ponuda za minimum 4 000 turista</b> |
|--|

**- Dalji razvoj sportsko – rekreativne zone na platou nekadašnjeg "Jalovišta"**

Uspješnom sanacijom Jalovišta, Mojkovac je dobio prostor od 20 hektara neposredno uz Jadranski magistralni put, na samoj obali rijeke Tare. Taj prostor prepoznali smo kao adekvatan za korišćenje u turističke svrhe, a prvenstveno za organizovanje manifestacija čime upotpunjujemo sadržaje ovog prostora. S obzirom na postojanje atletske i trim staze, teretane na otvorenom, i uskoro teniskog terena, a da ne bi sve ostalo samo na aktivnoj rekreaciji za građane Mojkovca, planiramo osmišljavanje programa na spomenutoj zoni, kako bi ista bila više poznata

i dostupna turistima. Planirana je izrada razvojne strategije kako bi se pomenuti prostor više koristio u turističke svrhe, na čijem ćemo osmišljavanju raditi u narednoj godini.

Ovaj projekat će se finansirati od strane Opštine Mojkovac, kroz dalji plan i program Sportsko-rekreativne zone (Jalovišta).

**Rok: I - IV kvartal**

**Indikator: Obogaćivanje turističkog sadržaja, postavljanje Mojkovca na mapi destinacija za zimske i ljetnje pripreme sportista**

**- Postavljanje mini biblioteka u centru grada**

Planirali smo postavljanje kućica simboličnog izgleda (planinska koliba) u kojima će se naći različita literature koju će turisti i građani moći da koriste na principu “pročitaj i vrati”, gdje i onim mogu biti dio priče tako što će donirati knjige kako bi podržali ovu akciju.

Sredstva za finansiranje ovog projekta će Turistička organizacija Mojkovac pokušati da obezbijedi kroz razne pozive podsticaje Ministarstva ekonomskog razvoja i Nacionalne turističke organizacije.

**Rok: I kvartal**

**Indikator: Razvoj inovativnog turističkog proizvoda, pružanje usluga za lokalno stanovništvo i tusriste, očekivana interakcija i komunikacija kroz ovaj vid proizvoda sa minimum 1 500 osoba**

**- Posjeta svim pružaocima turističkih usluga u Mojkovcu**

Planirali smo da ponovo posjetimo sve pružaoce usluga sa teritorije opštine Mojkovac, kako bismo napravili promotivni video i foto materijal njihovih objekata i ponude. Samim tim, cilj nam je da kroz razgovor sa njima utvrdimo koji su to glavni problemi koji se javljaju u njihovom poslovanju, sa namjerom da ih evidentiramo, i da uvidimo na koje bismo mogli mi uticati pružajući podršku u prevazilaženju istih. Nadalje, nastojaćemo da ih umrežimo kako bi postigli bolju i efikasniju saradnju na polju pružanja turističkih usluga.

**Rok: I - IV kvartal**

**Indikator: Unapređenje kvaliteta pružaoca usluga na teritoriji opštine Mojkovac, podsticaj za dalji razvoj više od 50 pružalaca usluga**

**- Postavljanje informativno - edukativnih tabli sa putokazima**

Obzirom na veliki potencijal kad je u pitanju razvoj turističkog proizvoda planinarenje i biciklizam, tokom 2022. godine u planu je nastavak uređenja staza za planinski biciklizam,

planinarenje, kao i uređenje vidikovaca i mjesta za odmor rekreativaca. Turistička organizacija Mojkovac će sa nadležnim institucijama, klubovima i pojedincima raditi na trasiranju, obilježavanju i promovisanju lokalnih staza za planinarenje i biciklizam. Planirani su radovi na markiranju staza u planinskim predjelima i postavljanju turističke signalizacije, sa akcentom na lokalitete: Crna Poda, rijeka Ravnjak, Vidikovac Galev krš, Brskovo i vidikovac Mrki krš, Manastir Dobrilovina i Đurova pećina...

Sredstva za finansiranje ovog projekta će Turistička organizacija Mojkovac pokušati da obezbijedi kroz razne pozive podsticaje Ministarstva ekonomskog razvoja i Nacionalne turističke organizacije.

|   |
|---|
| <b>Rok: I - IV kvartal</b>  |
| <b>Indikator: Bolja informisanost posjetilaca teritorije opštine Mojkovac, postavljanje novih 30 putokaza</b> |

**- Učešće u projektima iz IPA i drugih fondova**

LTO Mojkovac kao i druge javne institucije sve više je upućena na međunarodnu saradnju putem raznih projekata koji se finansiraju iz fondova Evropske unije. Kao jedan od vidova finansiranja LTO Mojkovac svakako su i razni konkursi i podrške relevantnih institucija u Crnoj Gori, na prvom mjestu, Ministarstvo ekonomskog razvoja, NTO CG, Ministarstvo prosvjete, nauke, kulture i sporta. Kroz ovu podršku u vidu konkurisanja LTO Mojkovac će pokušati obezbijediti značajan izvor sredstava za finansiranje raznih projekata u turizmu.

U planu je apliciranje za niz projekata koji se odnose na valorizaciju kulturne baštine, u našem slučaju, pažnju ćemo posvetiti valorizaciji i podsticanju daljih istraživanja na arheološkom nalazištu Brskovo, koje smo prepoznali kao veoma bitan faktor i činilac naše turističke ponude

Pored turističkog, turističko-sportskog proizvoda poseban značaj čini valorizacija kulturnih dobara (*Povratak starom gradu Brskovo*), kao jedan od bitnih strateških ciljeva u svrhu diverzifikacije turističke ponude, ali i jačanje sprege između turističke ponude i ponude seoskih domaćinstava, gdje sinergijom se postiže unaprijeđenje ponude, ali i jedan unificiran, jedinstven brend prepoznatljiv po geografskom položaju koji ga određuje, suštinski.

Ispunjavajući uslove iznad postaćemo destinacija idealna za savremene turiste koji žele spoznati destinaciju izabranu za odmor, avanturu: kroz ljude, kulturu, život, autentičnu gastronomiju koja je najveća reklama i dostojan i pozitivan reprezent jedinstvene ponude adekvatno marketinški proračunate na način koji obezbjeđuje eliminaciju povezivanja sa fabrikovanim proizvodima i vodi vas direktno u srž, suštinu jednog podneblja, jedne istorije, suštinske vrijednosti jedne nacije prepoznate kroz satkane predmete domaće radinosti, ispjevane kroz narodni melos, začinjene savršenom organskom, domaćom, nacionalnom hranom.

## 4.1.1. Unapređivanje postojećih i kreiranje novih manifestacija i događaja tokom godine

Najznačajniji segment aktuelnog turističkog proizvoda Mojkovca skoncentrisan je u manifestacijama i one u našem gradu imaju dugu tradiciju, pa je naša misija da unaprijedimo postojeće manifestacije, prvenstveno produžimo njihovo trajanje na više dana, kao i da više manjih manifestacija organizujemo dan za danom, kako bi upotpunili boravak turista u Mojkovcu. Osim toga u planu su i nove manifestacije koje će upotpuniti turističku ponudu našeg grada.

Planirane manifestacije u 2022.godini biće predstavljene u narednoj tabeli.

| MANIFESTACIJA  | Organizator                      | Vrijeme održavanja       | Indikator  |
|--|----------------------------------|--------------------------|--|
| 1. Prvomajski uranak sa velikim rafting-kajak spustom "MOJKOVAC 2022."   | Turistička organizacija Mojkovac | Maj 2022. godine         | Očekivani broj učesnika: 150<br>Očekivani broj posjetilaca: 2020 |
| Organizovanje rafting-kajak spusta je sa ciljem da se ozvaniči početak turističke, odnosno rafting – kajak sezone na mojковаčkom dijelu toka rijeke Tare.  |                                  |                          |  |
| 2. Seoski bazar  | Turistička organizacija Mojkovac | Jun-oktobar 2022. godine | Očekivani broj učesnika: 40<br>Očekivani broj posjetilaca: 2200  |
| Svakog ponedjeljka će se na Glavnom gradskom trgu, turistima i domaćim posjetiocima prezentovati tradicionalna domaća hrana, proizvodi od meda, šumski plodovi, suveniri, voće i povrće. Cilj ovakvog projekta, jesu povezivanje lokalnih proizvođača, kreiranje zajedničkog proizvoda i njegov konačni plasman na tržište, od čega bi lokalno stanovništvo imalo ekonomsku korist.  |                                  |                          |  |
| 3. Dan sela  | Turistička organizacija Mojkovac | Jun-oktobar 2022. godine | Očekivani broj učesnika: 40<br>Očekivani broj posjetilaca: 2000  |
| Odabrani dan u sedmici kada će vrata seoskih domaćinstava biti otvorena za sve one koji žele da nauče kako izgleda jedan radni dan čovjeka na selu. Zamišljene su kao edukativne posjete gazdinstvima - ponuditi turistima da se upoznaju sa svakodnevnim aktivnostima i načinom života na selima, postavljajući mogućnost hranjenja koza, ovaca, goveda, priliku da nauče sve o ljekovitom bilju i čajevima, o načinu života na selu i seoskim radovima. U planu je višečasovni program sa uključenim obilaskom sela, predavanja o proizvodima i načinu pravljenja, dijeljenje materijala, izlaganje proizvoda i suvenira koje turisti pri odlasku mogu da kupe. Turisti će na taj način provoditi prijatno vrijeme u društvu domaćina, i imati priliku da obidu i lokalne zanatlije, pčelare... Namijenjen je za odabrane ciljne grupe, prvenstveno porodice sa djecom i penzionere. |                                  |                          |  |



|   |                               |                                     |                          |   |
|---|-------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|---|
| 4.  | Gazdinstva za degustaciju     | Turistička organizacija<br>Mojkovac | Jun-oktobar 2022. godine | Očekivani broj<br>učesnika: 40<br><br>Očekivani broj<br>posjetilaca: 1000 |
| Organizovanje degustacije lokalnih proizvoda, jela i pića za turiste. Mojковаčka seoska domaćinstva su poznata po domaćim, organskim proizvedenim sirevima, mliječnim proizvodima, medu, sokovima, slatkom, voću i povrću, kao i ljekovitom bilju. Turista na taj način može vidjeti put nekog proizvoda – od pašnjaka, voćnjaka ili njive do trpeze. Cilj je uključiti turiste u pripremu istih, pa poslužiti specijalitete u čijoj su pripremi učestvovali. |                               |                                     |                          |   |
| 5.  | Aktivna gazdinstva            | Turistička organizacija<br>Mojkovac | Jun-oktobar 2022. godine | Očekivani broj<br>učesnika: 20<br><br>Očekivani broj<br>posjetilaca: 800  |
| Organizovanje obilazaka sela, njihove okoline, okolnih planina uz domaćina kao vodiča; organizovanje jahanja konja, sakupljanja ljekovitog bilja, pješačkih tura...   |                               |                                     |                          |   |
| 6.  | Čorbijada                     | Turistička organizacija<br>Mojkovac | Jul 2022. godine         | Očekivani broj<br>učesnika: 30<br><br>Očekivani broj<br>posjetilaca: 3000 |
| Turističko – gastronomska manifestacija koja iz godine u godinu privlači sve više zaljubljenika u dobru zabavu, kvalitetnu hranu i druženje. Mi ćemo i ove godine nastaviti sa ovom već sada tradicionalnom manifestacijom, koju ćemo unapređivati, novim kulturno-zabavnim programima, brojem učesnika, prijateljima (sponzorima) manifestacije...   |                               |                                     |                          |   |
| 7.  | Mojkovac Fest 2022.           | Turistička organizacija<br>Mojkovac | Avgust 2022. godine      | Očekivani broj<br>učesnika: 4<br><br>Očekivani broj<br>posjetilaca: 15000 |
| U Mojkovcu, po treći put, a u sklopu proslave „Dana Opštine“ - 13. avgusta, organizovaće se muzičko-zabavna manifestacija Mojkovac Fest koji će se održati na Sportsko-rekreativnoj zoni (plato nekadašnjeg „Jalovišta“) i trajeće od 3-5 dana. Manifestacija je održana dva puta (2019. i 2021.), a imamo plan da preraste u tradicionalnu. Već je prepoznatljiva na sjeveru Crne Gore i postavila je rekorde po broju posjetilaca kada je sjever u pitanju. |                               |                                     |                          |   |
| 8.  | Sky Running (nebesko trčanje) | Turistička organizacija<br>Mojkovac | Septembar 2022. godine   | Očekivani broj<br>učesnika: 400<br><br>Očekivani broj<br>posjetilaca: 300 |
| Skyrunning podrazumijeva kombinaciju trčanja i penjanja/pješačenja po različitim planinskim putevima pa i mimo njih. Vremenom ovaj sport toliko evoluirao da postaje zasebna disciplina sa posebnim formatima i velikom svjetskom ligom sa jasnim pravilima. ISF je pridruženi član UIAA a ovu organizaciju priznaje IOS (Međunarodni Olimpijski  |                               |                                     |                          |   |

|  |   |   |                               |   |
|--|---|---|-------------------------------|---|
| komitet). Ovo će biti druga trka ovakvog tipa u Mojkovcu, međunarodnog karaktera sa trocifrenim brojem učesnika. Sa rutom koja predstavlja najljepše i netaknute dijelove planine Sinjajevine sa mojковаčke strane. Trka će nositi čuvene ITRA bodove za trku oko Mont Blanca (najveću trku na svijetu).   |   |   |                               |   |
| 9.   | <b>“Tara challenge Fly Fishing Cup 2022.”</b> | <b>Turistička organizacija Mojkovac</b> | <b>Septembar 2022. godine</b> | <b>Očekivani broj učesnika: 30</b><br><br><b>Očekivani broj posjetilaca: 200</b>  |
| Po drugi put organizovaćemo sa dva ribolovna kluba iz Mojkovca Međunarodni kup u ribolovu, koji je 2021. godine imao fantastičan odziv i pokazao se kao fenomenalna promocija prirodnih ljepota Mojkovca i rijeka Ravnjaka i Tare.   |   |   |                               |   |
| 10.  | <b>Mojkovac Oktoberfest</b>                   | <b>Turistička organizacija Mojkovac</b> | <b>Oktobar 2022. godine</b>   | <b>Očekivani broj učesnika: 1</b><br><br><b>Očekivani broj posjetilaca: 1300</b>  |
| Manifestacija Oktobarfest ima za cilj zabavu i druženje. Ove godine organizovaćemo je po treći put. Godine 2018. je po prvi put organizovana manifestacija ovakvog tipa u Mojkovcu. Pored degustacije raznih vrsta piva, kobasice, uz priloge karakteristične za ovakve vrste manifestacija, program će upotpuniti i koncert na Gradskom trgu. Tako da će naši sugrađani sa turistima zajedno imati priliku i da u našem gradu osjete “duh” Bavorske.  |   |   |                               |   |
| 11.  | <b>Mojkovački zimski bazar</b>                | <b>Turistička organizacija Mojkovac</b> | <b>Decembar 2022. godine</b>  | <b>Očekivani broj učesnika: 20</b><br><br><b>Očekivani broj posjetilaca: 2500</b> |
| Manifestacija koja će prpratiti duh Novogodišnjih praznika i zime u Mojkovcu., Na gradskom trgu ćemo napraviti izložbeni prostor, u vidu štandova, gdje će se prodavati razne rukotvorine, suveniri, domaći proizvodi. Manifestaciju će pratiti muzičko zabavni program.<br><br>U planu je organizacija manifestacije “Dani na snijegu”, na kojem će učestvovati učenici školskog i predškolskog uzrasta, a planirana je i organizacija takmičenja za iste u skijanju i sankanju. Ukoliko zimski uslovi budu naklonjeni, tj.ako bude dovoljna količina snijega, planirali smo veliku akciju pravljenja skulptura od snijega i leda na prostoru platoa nekadašnjeg Jalovišta. Bilo bi napravljeno i takmičenje u kategoriji amaterskih radova, za djecu i odrasle. Na kraju ove manifestacije organizovala bi se dodjela nagrada. |   |   |                               |   |

*Turistička Organizacija Mojkovac, pružiće pomoć i u suorganizaciji drugih manifestacija u našem gradu, značajnih za doprinos razvoju turizma i obogaćivanju turističke ponude:*

- Montenegro Winter Cup – Mojkovac;
- Sinjajevski marathon;
- Auto-moto reli (džipijada);
- Dani meda;
- Novogodišnji turnir u malom fudbalu;
- Mojkovačka filmska jesen.

#### 4.2. Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta

**CILJ:** Podsticanje oporavka turističkog prometa sa akcentom na prioritetna emitivna tržišta

**Rezultat:** Rast turističkog prometa za 35%

Emitivna tržišta na koja će, u zavisnosti od raspoloživog budžeta, biti usmjereni marketinški naponi Turističke organizacije Mojkovac su: Njemačka, Rusija, Poljska, Francuska, Velika Britanija, Holandija, Belgija, Ukrajina, SAD, UAE, Češka, Mađarska, Izrael, kao i zemlje regiona. Obzirom na ograničena budžetska sredstva Turističke organizacije Mojkovac za marketing aktivnosti, biće nam neophodna podrška NTOCG uz pomoć modela zajedničkog marketing oglašavanja NTOCG – LTO - hotelska privreda - turoperatori putem plaćenog digitalnog marketing oglašavanja, a sve u skladu sa Programom digitalnog marketinga za period 2021-2023. Planirali smo osmišljavanje i sprovođenje zajedničke akcije sa turističkom privredom koje imaju za cilj da se afirmišu domaći turistički kapaciteti i kroz posebne povoljnosti za građane oni podstaknu da odmor provedu u svojoj zemlji. Marketing aktivnosti Turističke organizacije Mojkovac pratiće temu godišnje kampanje koju utvrđuje NTOCG i kroz to jačati aktivnosti koje se realizuju u okviru kampanje.

U cilju povećanja broja turista sa prioritetnih emitivnih tržišta, marketinške i promotivne aktivnosti LTO Mojkovac biće usmjerene na učešće na sajmovima u skladu sa finansijskim mogućnostima same organizacije, i plana NTO CG za 2022. godinu.

Kako NTO CG planira učešće i promociju turističke ponude na sledećim sajmovima, sa prioritetnih emitivnih tržišta, tako će i LTO Mojkovac u skladu sa svojim finansijskim mogućnostima učestvovati na istim. Učešće na sajmovima koje planira NTO CG, a na kojima će LTO Mojkovac pokušati uzeti učešće:

- “Ferien”, Beč Austrija,
- “IFT”, Beograd, Srbija,
- “ITB”, Berlin, Njemačka,
- “Top Resa”, Pariz, Francuska,
- “TT”, Vašrva, Poljska

Kao i prethodnih godina LTO Mojkovac će svoju ponudu predstaviti na sajmovima u regionu i to na sajmovima u Beogradu, Novom Sadu, Budvi. Pri tome ćemo voditi računa da cjelokupne promotivne aktivnosti, budu u skladu sa smjernicama NTO CG i u potpunosti u skladu sa brendom NTO CG, sa akcentom na prirodu i ruralna područja, obilaske i kulturu, sport i avanturizam.

### 4.3. Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti

**CILJ:** Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti

**Indikator:** Sprovedeno istraživanje stavova i ponašanja stranih turista u Mojkovcu

Kako bi se stvorila kvalitetna osnova za praćenje rezultata koji su ostvareni preduzetim mjerama i aktivnostima, kao i osnova za donošenje odluka o marketing aktivnostima za naredni period imamo u planu istraživanje gostiju, čije rezultate ćemo dostaviti NTOCG. Takođe, planirali smo programe edukacije o marketing.

#### 4.3.1. Istraživanje stavova i ponašanja stranih turista u Mojkovcu kao osnova za planiranje aktivnosti

Glavni cilj istraživanja biće dobijanje podataka o demografskim i ekonomskim karakteristikama stranih turista i karakteristikama njihovog odmora tokom 2022. godine u opštini Mojkovac.

Metodom ankete biće prikupljeni osnovni podaci o:

- Stranom turisti (zemlja porijekla, pol, starost, primanja, obrazovanje) koji odmor provodi u opštini Mojkovac;
- Putovanju i boravku (organizacija putovanja, prevozno sredstvo, vrsta smještaja i dr.);
- Motivima za odabir Mojkovca kao destinacije za odmor;
- Načinu na koji su došli do informacija o izabranoj destinaciji sa naglaskom na medije preko kojih dolaze do informacija o turističkoj ponudi opštine Mojkovac;
- Terminu i dužini boravka u izabranoj destinaciji;
- Ukupnim troškovima putovanja i boravka;
- Dodatnim uslugama koje su korišćene izvan osnovnih (sport, medicinski tretmani, obilazak kulturno-istorijskih spomenika i sl.);
- Primjedbama i sugestijama u vezi sa turističkom ponudom u Mojkovcu;
- Ostali podaci od značaja za donošenje odluka i planiranje u budućem periodu.

Istraživanja u turizmu su neophodna osnova za planiranje aktivnosti i djelovanja turističkih organizacija kako bi se stvorila jasna slika o percepciji turističke destinacije od strane gosta. Ono je polazna osnova svih naših budućih djelovanja i analiziranja trenutnih nedostataka u turističkoj ponudi, planiranja i razmatranja mogućnosti otklanjanja istih.

Ovu aktivnost će sprovesti Turistička organizacija Mojkovac na bazi dobrovoljnog anketiranja kod turističkih poslenika i kroz svoje aktivnosti. Rezultati istraživanja biće dostavljeni NTO CG.

#### 4.3.2. Izrada Strategije razvoja turizma za period 2022 – 2026.

Po prvi put planiramo, da se odradi jedan ovakav strateški dokument sa dugoročnim ciljevima i jasno definisanom vizijom i misijom koju želimo postići u narednom periodu.

U izradi strategije biće uključeni svi relevantni stručnjaci iz oblasti turizma, koji će na svoj način doprinijeti izradi ovog strateškog dokumenta. Strategija će se oslanjati na Strategiju razvoja Opštine Mojkovac, Strategiju razvoja turizma u Crnoj Gori i ostala relevantna dokumenta neophodna za izradu ovog dokumenta.

Strategiju razvoja turizma za period 2022 – 2026. će finasirati Opština Mojkovac čime će jasno definisati pravce razvoja turizma u Opštini Mojkovac i trasirati na pravi mogući način viziju kako u budućnosti razvijati i unapređivati jednu od strateških grana razvoja opštine.

#### 4.4. Suzbijanje sive ekonomije

***CILJ: Suzbijanje sive ekonomije***

***Rezultat: Realizovana kampanja u cilju suzbijanja sive ekonomije***

Siva zona poslovanja, jedan je od najvećih izazova za 2022. godinu. Može se velikim dijelom smanjiti kaznenom politikom, intenziviranjem kontrola i podizanjem svijesti, sa preduzimanjem mjera i radnji, kao što su rješenja o zabrani obavljanja djelatnosti, izricanje novčanih kazni prekršajnim nalogom, podnošenjem zahtjeva za pokretanje prekršajnog postupka, kontrola realizovanih preduzetih mjera i sl. Sa druge strane, nužna je očigledno šira slika svih građana Mojkovca o tome da je siva ekonomija godinama unazad uzimala danak turizmu, kao jednoj od nosećih grana privrede, što opet utiče posredno na sve građane.

Prijava gostiju, uplata boravišne takse i neregistrovani smještaj su teme koje su aktuelne svake turističke sezone u Mojkovcu. Susrijećemo se sa nepoštovanjem tog pravila jer vlasnici privatnog smještaja, ali i sami turisti, ne prijavljuju redovno boravak, a samim tim i ne uplaćuju boravišnu taksu. Gubici države i opštine zbog neprijavljenih turista i neplaćanja boravišne takse su ogromni i tako je već godinama. To se naročito negativno odražava na, ionako skroman, budžet Turističke organizacije Mojkovac jer problem sa neubiranjem prihoda od neprijavljenih turista i neregistrovanog smještaja dovodi do toga da novac umjesto u državnoj i opštinskoj kasi i dalje ostaje u džepovima izdavaoca smještaja. Smatramo da taj problem možemo riješiti

sistemskim pristupom. Mišljenja smo da je neophodno u okviru službe komunalne policije uposliti jedno lice koje će obavljati poslove turističkog inpektora i biti u konstantnoj saradnji sa Turističkom organizacijom Mojkovac.

U cilju porasta prijava gostiju i naplate boravišne takse, potrebno je takođe legalizovati objekte koji nijesu registrovani za pružanje ugostiteljskih usluga. Iako je trenutno u našoj opštini mali broj takvih, Turistička Organizacija Mojkovac će aktivno u saradnji sa Opštinom i nadležnim institucijama promovisati i učiniti dostupnim informacije o načinu i postupcima koje je neophodno preduzeti za legalizaciju, odnosno kategorizaciju, za sada, neprijavljenih objekata. U cilju suzbijanja neregistrovanih izdavaoca smještaja, Turistička organizacija Mojkovac će poboljšati uvezanost sa turističkom inspekcijom.

Turistička organizacije Mojkovac će i dalje redovno obavještavati i edukovati izdavaoce smještaja o načinu prijave i uvođenja smještaja u legalne tokove. Svrha je dobijanje informacija o registrovanim izdavaocima kao i naplati boravišne takse. MUP je još krajem 2017. godine uveo softver putem kojih bi izdavaoci smještaja prijavljivali goste iz svojih smještajnih objekata. Kao i do sada, svi vlasnicima ugostiteljskih objekata koji nemaju adekvatne uslove ili informatičku pismenost da ovu vrstu prijave obavljaju samostalno, bićemo na raspolaganju za prijavu gostju i u toku 2022. godine.

Aktivnosti na kojima će Turistička organizacija Mojkovac aktivno raditi da bi se smanjila siva ekonomija u oblasti turizma su:

- Kampanja za legalizaciju smještaja;
- Poboljšana uvezanost sa turističkom inspekcijom i Ministarstvom Unutrašnjih poslova Crne Gore;
- Sprečavanje nelojalne konkurencije kroz kontrolu izdavanja fiskalnih računa odnosno računa kod: turističkih agencija, usluga raftinga, usluga paraglajdinga, iznajmljivanja bicikala i dr, gdje će Turistička organizacija Mojkovac koordinisati sa nadležnim institucijama i organima iz ovih oblasti.
- Uvođenje u legalne tokove kroz kontrolu pristupa djelatnosti/ licenci za obavljanje djelatnosti turističke agencije, odobranja za obavljanje djelatnosti turističkog vodiča, odobrenja za pružanje usluga rafting i dr.
- Povećanje budžetskih prihoda kroz kontrola evidencije gostiju, kontrolu osiguranja gostiju i kontrola vrste i kategorije objekta

U toku 2021. godine uspješno smo sprovodili aktivnosti za legalizaciju smještaja, što je rezultiralo time da gotovo nema neregistrovanog smještaja u Mojkovcu. I u toku 2022. godine nastavićemo sa ovakvim aktivnostima, koje će za rezultat imati povećanu naplatu boravišne takse, kao i adekvatno praćenje turističkih tokova na području Opštine.

## 5. Promotivne i marketing aktivnosti

Kompletna turistička privreda i kretanje u turizmu nezamislivi su bez promocije i propagande. To znači da je potrebno informisati, podstaći, uvjeriti i što objektivnije i sugestivnije predstaviti turističku ponudu i potencijale. TO Mojkovac će i u 2022. obavljati osnovnu informativno - propagandnu aktivnost i saradivati sa relevantnim subjektima sa područja opštine u cilju bolje valorizacije, promocije i kvalitetnije ponude. Kada je riječ o promociji naše opštine, mišljenja smo da ulaganje u promotivne aktivnosti predstavlja investiranje, a ne trošak.

S obzirom na budžet sa kojim raspolaže Turistička organizacija Mojkovac, uprkos tome što smo svjesni da je ulaganje u marketing investicija, promotivne aktivnosti često predstavljaju veliki trošak, pa ih samim tim ne možemo ispratiti u mjeri kojoj je potrebno. Shodno tome smatramo da će u narednom periodu Nacionalna Turistička organizacija i Ministarstvo ekonomskog razvoja podržati promociju, ne samo sjevera Crne Gore, već i lokalnih turističkih organizacija iz manjih gradova kao što je Mojkovac.

Marketing aktivnostima u 2022. godini, komunikacijskom strategijom, radićemo na pozicioniranju trenutne turističke ponude kroz direktan kontakt sa onima koji značajno mogu uticati na javnost. Radićemo na učvršćivanju saradnje sa stvaraocima javnog mnjenja (novinari, fotoreporteri, snimatelji), kao i na organizaciji studijskih putovanja (organizovana za novinare, predstavnike turističkih agencija, turoperatora i sl.).

Potrebno je kontinuirano raditi na vizuelnom identitetu web portala [www.mojkovac.travel](http://www.mojkovac.travel), kao i na raznovrsnosti i inovacijama kada su objave na društvenim mrežama u pitanju (YouTube, Facebook, Instagram, Twitter). Takođe je planirano reklamiranje putem Google ads, za bitnije događaje/kampanje. U ovom dijelu TO Mojkovac radiće na osmišljavanju kampanja, pa i pojedinih "takmičenja" odnosno online konkursa, što će imati veliki uticaj na porast broja posjetilaca web portalu i stranicama na društvenim mrežama.

Prostor za unapređenje marketinških aktivnosti prvenstvo vidimo u usvajanju potrebnih znanja iz oblasti marketinga (npr. onlajn obuke, tutorijali, video predavanja). U tom kontekstu, potrebno je upoznati osnovne načine prepoznavanja i upotrebe jednostavnih pravila korišćenja važnih dostupnih tehnologija, da bi se brzo i efikasno usvojila bitna znanja oblasti marketinga i PR-a. Osim toga neophodno je uvođenje novih znanja i inovacija u poslovne procese i uvođenje savremenih tehnologija u poslovanje. Za sve navedeno neophodno je opredijeliti više finansijskih sredstava za promotivne aktivnosti.

Ono što smo planirali u 2022. godini, a tiče se video i štampanog materijala, predstavljeno je u tabelama.

**Video materijal**

|  |  | <b>Rok realizacije</b> | <b>Indikator</b>                       |
|--|--|------------------------|--|
| <b>1.</b>  | <b>Izrada promo spota o Mojkovcu</b>   | <b>I - II kvartal</b>  | <b>Očekivani broj pregleda: 70.000</b> |
| <p>U cilju osnaživanja turističke ponude, u planu je izrada video materijala koji će obхватiti sve pružaoce usluga sa teritorije opštine Mojkovac. Video materijali će imati za cilj bolje promovisanje naše opštine kroz kanale promocije koji su dostupni preko savremenih načina oglašavanja u digitalnom marketingu.</p>   |  |                        |  |
| <b>2.</b>  | <b>Promotivni film o ponudi na mojковаčkom dijelu Tare</b>   | <b>I - II kvartal</b>  | <b>Očekivani broj pregleda: 50.000</b> |
| <p>S obzirom na činjenicu da rijeka Tara sa njenom izrazito impresivnom kanjonskom dolinom jednim dijelom pripada i našoj opštini, imamo u planu izradu promotivnog filma koji će obuhvatiti najinteresantnije predjele poput Tmajevca, Đavoljih lazi i Crnih Poda.</p>  |  |                        |  |
| <b>3.</b>  | <b>Turistički spot o mogućnostima aktivnog odmora (planinarenje, ribolov, biciklizam, kajak, rafting, paraglajding...)</b> | <b>I - II kvartal</b>  | <b>Očekivani broj pregleda: 40.000</b> |
| <p>Za goste željne aktivnog odmora imamo u planu pripremu turističkog spota koji će obuhvatiti veliki broj aktivnosti fizičke zahtjevnosti koje se nalaze u okviru naše ponude, poput raftinga, planinarenja, biciklizma, paraglajdinga, kanjoninga, ribolova, quad i džip safari tura...</p>  |  |                        |  |
| <b>4.</b>  | <b>Promotivni spot za planine Sinjajevina, Bjelasica i Prošćenske planine</b>  | <b>I-II kvartal</b>    | <b>Očekivani broj pregleda: 60.000</b> |
| <p>S obzirom na to da je u posljednje vrijeme sve više turista koji vole aktivni odmor i odmor u prirodi, uvidjeli smo mogućnost osnaživanja turističke ponude, pa samim tim želja nam je da izradom promotivnog spota prenesemo lični doživljaj naših planina, staza i planinskih vrhova.</p>   |  |                        |  |
| <b>5.</b>  | <b>Promotivni film "Kulturna ruta grada Mojkovca" sa naglaskom na Srednjovjekovno Brskovo</b>                              | <b>I-II kvartal</b>    | <b>Očekivani broj pregleda: 30.000</b> |
| <p>Bogata i raznovrsna kulturno-istorijska baština Mojkovca, prepoznata je kao važan faktor nacionalnog identiteta, što predstavlja dugoročni resurs za razvoj kulturnih ruta na ovom području. Ovaj promotivni spot bi objedinio sve najznačajnije i najvrednije kulturno-istorijske znamenitosti u opštini Mojkovac kako bismo turistima približili našu tradiciju, kulturu i običaje.</p> |  |                        |  |

**Štampani materijal**

|  |                           | <b>Rok realizacije</b> | <b>Indikator</b>          |
|--|---------------------------|------------------------|---------------------------|
| <b>1.</b>  | <b>Photobook Mojkovac</b> | <b>I kvartal</b>       | <b>Promocija Mojkovca</b> |
| <p>a jednom mjestu ćemo sakupiti nove i stare fotografije Mojkovca, sa kraćim tekstom, anegdotama ili legendama, što će sve zajedno doprinijeti umjetničkoj crti ovog izdanja, što će biti veoma dobar način da se sačuvaju i predstave fotografije.</p> |                           |                        |                           |



|   |  |                         |  |
|---|--|-------------------------|--|
| <b>2.</b>   | <b>Katalog seoskih domaćinstava Mojkovca</b>                                       | <b>I kvartal</b>        | <b>Promocija seoskog turizma</b>                               |
| U planu je izrada zajedničkog kataloga pružaoca usluga u seoskim domaćinstava sa teritorije Mojkovca. U istom će biti predstavljenja ponuda svakog domaćinstva ponaosob, kao i zajednički aranžmani u trajanju od 3, 5 i 7 dana, gdje ćemo dati paket proizvoda i usluga koji će turistima biti na raspolaganju.  |  |                         |  |
| <b>3.</b>   | <b>Mapa grada</b>  | <b>I kvartal</b>        | <b>Pomoć domaćim i stranim turistima pri boljem snalaženju</b> |
| Turistička organizacija Mojkovac planirala je da u narednoj godini izda turističku mapu Mojkovca, koja je neophodna prije svega zbog boljeg orijentisanja turista u prostoru, ali i sve većeg interesovanja turista za naš grad. Ta turistička mapa biće publikacija informativnog karaktera, dizajnirana na savremen i atraktivan način, veoma praktična za konsultaciju i navigaciju po gradu. Biće urađena dvojezično, na crnogorskom i engleskom jeziku, a štampana u dva formata, kao džepna i blok mapa. Mapa će obuhvatiti teritoriju Mojkovca i njegovu bližu okolinu. Biće prikazane saobraćajnice, hoteli, turističke atrakcije, kulturna dobra, restorani, autobuska i željeznička stanica, benzinske stanice, pošta, banke, apoteke. Stilizovanim piktogramima na mapi biće označeni objekti od turističkog značaja, a dvojezičnom legendom koja će se nalaziti na margini biće objašnjeni simboli koji se nalaze na mapi. Turistička organizacija će ponuditi i mogućnost oglašavanja lokalnih turističkih poslenika na poleđini mape. |  |                         |  |
| <b>4.</b>   | <b>Razglednice sa turističkim motivima Mojkovca</b>                                | <b>I kvartal</b>        | <b>Promocija Mojkovca</b>                                      |
| Izabraćemo najupečatljivije fotografije Mojkovca koje ćemo ponuditi u sklopu naše propagandnog materijala kao poklon turistima koji posjete Info centar.  |  |                         |  |
| <b>5.</b>   | <b>Priprema, izrada i štampanje Strategije razvoja turizma za period 2022-2026</b> | <b>III – IV kvartal</b> | <b>Definisanje pravaca razvoja turizma u Opštini Mojkovac</b>  |
| Planirana je izrada strateškog dokumenta sa dugoročnim ciljevima i jasno definisanom vizijom i misijom koju želimo postići u narednom periodu.  |  |                         |  |
| <b>6.</b>   | <b>Izrada i štampanje brošure o arheološkom lokalitetu „Brskovo“</b>               | <b>II kvartal</b>       | <b>Promocija kulturnog i arheološkog nasljeđa Mojkovca</b>     |
| U cilju promocije i afirmacije arheološkog turizma i lokaliteta “Brskovo”, imamo u planu izradu i štampanje brošure s akcentom na prvu kovačnicu novca gdje je kovan prvi novac sa isticanjem značaja na kulturno istorijsko nasljeđe i na arheološko nalazište u opštini Mojkovac.   |  |                         |  |
| <b>7.</b>   | <b>Izrada brošure sa kulturnim rutama u opštini Mojkovac</b>                       | <b>II kvartal</b>       | <b>Promocija kulturnog nasljeđa Mojkovca</b>                   |

|   |  |                       |   |
|---|--|-----------------------|---|
| Ova brošura bi objeđila sve najznačajnije i najvrednije kulturno-istorijske znamenitosti u opštini Mojkovac kako bismo turistima približili našu tradiciju, kulturu i običaje.  |  |                       |   |
| <b>8.</b>   | <b>Izrada – štampanje informativno propagandnih materijala</b>   | <b>I – IV kvartal</b> | <b>Promija opštine Mojkovac</b>                           |
| Informativno propagandni materijal bi obuhvatio izradu flajera, letaka, plakata, zastavica, banera, majica i kačketa za razne manifestacije koje ćemo organizovati u opštini Mojkovac.  |  |                       |   |
| <b>9.</b>   | <b>Izrada i štampanje brošure o gastronomskoj ponudi</b>   | <b>III kvartal</b>    | <b>Promocija gastronomskog turizma u opštini Mojkovac</b> |
| Izrada brošure o domaćim proizvodima i tradicionalnoj hrani mojковаčkog kraja, sa spiskom hotela, restorana, motela i drugih ugostiteljskih objekata u kojima se ista može konzumirati. Brošura će u potpunosti biti usaglašena sa temom i sloganom kampanje DOBRO. BOLJE. DOMAĆE. koja će u mnogome doprinijeti na unapređenju i promociji Mojковаčke kuhinje koja je prepoznata po svom kvalitetetu i bogatstvu trpeze. |  |                       |   |
| <b>10.</b>  | <b>Izrada turističkog vodiča sa svim detaljima turističke ponude Mojkovca</b>  | <b>III kvartal</b>    | <b>Promocija opštine Mojkovac</b>                         |
| S obzirom na povećanje turističkog prometa u opštini Mojkovac u planu je izrada turističkog vodiča sa svim elementima turističke ponude u Mojkovcu, a sve to u cilju boljeg promovisanja naše opštine.  |  |                       |   |
| <b>11.</b>  | <b>Izrada suvenira LTO Mojkovac</b>  | <b>I – IV kvartal</b> | <b>Promocija opštine Mojkovac</b>                         |
| U planu je izrada suvenira LTO Mojkovac u cilju pospešivanja turističke ponude, pa shodno tome je potrebno izraditi originalne suvenire i proizvode sa odštampanim grbom grada i motivima naše opštine koji će kupca dugo podsjećati na Mojkovac i Crnu Goru.   |  |                       |   |
| <b>12.</b>  | <b>Izrada i štampanje kalendara za 2022. godinu i novogodišnjeg propagandnog materijala (u saradnji sa Opštinom)</b> | <b>IV kvartal</b>     | <b>Distribucija promo materijala</b>                      |
| U cilju promocije zimske turističke sezone planirana je izrada novogodišnjeg propagandnog materijala.   |  |                       |   |
| <b>13.</b>  | <b>Ažuriranje bilborda – reklamnih površina u skladu sa aktivnostima</b>   | <b>I – IV kvartal</b> | <b>Promocija opštine Mojkovac</b>                         |
| U skladu sa potrebama održavanja raznih manifestacija u opštini Mojkovac, bilbordi i reklamne površine će biti blagovremeno ažurirane s ciljem bolje afirmacije i promovisanja istih.   |  |                       |   |

**Ostale marketing aktivnosti koje ćemo sprovesti su:**

- Promocija turističke ponude Mojkovca nastaviće se u zemlji i inostranstvu kroz saradnju sa izdavačima turističkih magazina, poslovno–turističkih vodiča i ostalih medija.
- LTO Mojkovac, kao turistički subjekat, će se naći u elektronskom i štampanom izdanju poslovnog vodiča za Srbiju, Crnu Goru, Hrvatsku, Sloveniju, Makedoniju i BiH.
- Učešće u emisijama, tribinama i skupovima koji promoviraju turizam.
- Dalja valorizacija i promocija arheološko-istorijskog lokaliteta „Brskovo“.
- Promocija Mojkovca kroz sportsko ribolovni turizam, koji je sve atraktivniji u ovom dijelu Balkana.
- Saradnja sa turoperatorima u cilju promocije Mojkovca kao destinacije.
- Specijalistička edukacija i obuka zaposlenih u Turističkoj organizaciji.
- Snabdijevanje vlasnika ugostiteljskih objekata promotivnim materijalom.
- Pružanje svih neophodnih informacija turistima, kao što su informacije o vrsti smještajnih i ugostiteljskih objekata, cijenama smještaja, usluga i proizvoda koji se u njima mogu dobiti, zatim informacija o saobraćaju, kulturnim, sportskim i zabavnim sadržajima i manifestacijama.
- LTO Mojkovac će putem sredstava javnog informisanja (TV, radio, štampa), telefona, e-mail-a, sajta, plakata, letaka i u neposrednom kontaktu, redovno obavljati osnovnu informativnu djelatnost vezanu za što bolju informisanost turističke tražnje i ponude, kao i ostalih zainteresovanih subjekata.
- Pružanje informacija i pomoći učenicima i studentima i drugim licima za potrebe vaspitno-obrazovnog i naučno-istraživačkog rada.

## 6. Saradnja

- Nastaviti saradnju sa Opštinom Mojkovac;
- Nastaviti saradnju sa Ministarstvom ekonomskog razvoja i Nacionalnom turističkom organizacijom Crne Gore;
- Saradnja sa lokalnim turističkim organizacijama u Crnoj Gori;
- Nastavak saradnje sa ZZZCG kroz lokalni javni rad i program stručnog osposobljavanja;
- Nastavak izuzetne saradnje sa UNDP Montenegro na brojnim projektima vezanim za održivi razvoj opštine Mojkovac;
- Saradnja sa Nacionalnim parkovima „Biogradska gora“ i „Durmitor“;
- Saradnja sa Skijalištima Crne Gore;
- Nastavak saradnje sa Fakultetom za turizam i hotelijerstvo iz Kotora u cilju angažovanja studenata na poslovima u Turističkoj organizaciji Mojkovac;
- Saradnja sa JU Srednjom školom „Vuksan Đukić“ iz Mojkovca u cilju edukacije učenika turističkog smjera;
- Saradnja sa ostalim vaspitno-edukativnim ustanovama (Predškolskom ustanovom i osnovnim školama) u opštini Mojkovac u cilju realizovanja zajedničkih projekata;
- Saradnja sa Centrom za kulturu “Nenad Rakočević” i Kulturno umjetničkim društvom “Vesna”;
- Saradnja sa svim subjektima turističke privrede opštine Mojkovac, u cilju bolje promocije i unapređenja turističke ponude;
- Nastavak uspješne saradnje sa lokalnim planinarskim klubovima, rafting, paraglajding, ribolovnim i drugim sportskim i sličnim klubovima, turističkim agencijama na realizaciji zajedničkih turističkih projekata;
- Saradnja sa Udruženjem ekonomista i poslodavaca iz Mojkovca;
- Saradnja sa NVO sektorom, koji u svom programu imaju turistički razvoj i zaštitu životne sredine;
- Saradnja sa Zajednicom Opština;
- Saradnja sa medijima.

## ZAKLJUČAK

Rezultati turističke 2018. i 2019. godine potvrđuju trend kontinuiranog rasta broja dolazaka, ostvarenih noćenja i prihoda od turizma na nacionalnom i lokalnom nivou. 2020. i 2021. godina, godina protekle su u znaku pandemije virusa Covid 19, prekinule započeti rast, ali ne izostaje optimizam, da će 2022. godina biti godina potpunog oporavka turizma.

Definisanjem i razvojem turističke ponude nastojaćemo da društvene, privredne i sve efekte turizma iskoristimo kao faktor za podsticanje novih preduzetničkih inicijativa i razvoj infrastrukture koja nam je prijeko neophodna za dalji rast i razvoj Mojkovca kao turističke destinacije. U saradnji sa Opštinom Mojkovac i ostalim relevantnim institucijama nastavićemo da svoje turističke potencijale sve više valorizujemo, a samim tim stvorimo preduslove za dalji razvoj različitih vidova turizma.

Akcentat u 2022. godini će biti na unapređenju ruralnog, aktivnog, rekreativnog i avanturističkog turizma. U fokusu aktivnosti Turističke organizacije biće da u narednom periodu intenzivno radi na povećanju broja dolazaka turista sa prioriternih emitivnih tržišta, kao i na diverzifikaciji i inovaciji proizvoda, produženju turističke sezone, jačanju brenda i poziciji na domaćem i međunarodnom turističkom tržištu. Veoma bitnim ističemo, da će LTO Mojkovac, za valorizaciju kulturne baštine odvojiti 10 % od ostvarene boravišne takse u 2021. godini i usmjeriti na valorizaciju i podršku projektima iz oblasti kulture, gdje ćemo procijeniti i na najbolji način odabrati projekat koji iskaže sinergiju turizma i kulturne baštine.

Posebno ćemo posvetiti pažnju iskorišćavanju vodotoka rijeke Tare, a akcentat stavljamo i na unapređenje Fly Fishinga, kao sve popularnije discipline koja privlači veliki broj stranaca i doprinosi valorizaciji i unapređenju revira Ravnjak i Tara. Svakakako naši aduti biće i planine Bjelasica, Sinjajevina i Prošćenske planine koje ćemo u narednom periodu promovisati i turistički valorizovati.

Turistička organizacija Mojkovac, od osnivanja 2007. godine, obavlja svoju djelatnost u skladu sa važećom zakonskom regulativom i sa dinamikom ostvarivanja prihoda. Shodno Zakonu o turističkim organizacijama i pored više nego skromnih finansijskih sredstava činimo sve što je u našoj moći na unapređenju opštih uslova boravka turista, kroz formiranje cjelovite turističke ponude. Nastavljamo i u 2022. godini da djelujemo u pravcu razvijanja svijesti o važnosti turizma, (njegovom privrednom, društvenom i drugim efektima), kao i na podsticanju razvoja turističke infrastrukture i pružanje informacija turistima.

v.d. direktora

PETAR VUČINIĆ



*Crna Gora  
Opština Mojkovac  
Turistička organizacija*

Broj: 01/364-2021  
Mojkovac, 17.12. 2021. god

## **Turistička Organizacija Mojkovac**

### ***Predlog finansijskog plana za 2022. godinu***

**Mojkovac, decembar 2021. godine**

Prema projekciji i nacrtu Plana Turističke organizacije Mojkovac za 2022.godinu, upoznajemo Vas sa sledećim:

1. PRIHODI;
2. RASHODI.

### **1. Prihodi Turističke organizacije Mojkovac**

Prihode Turističke organizacije Mojkovac čine:

- Planirana Sredstva odobrena Budžetom Opštine Mojkovac za 2022. godinu (Bruto plate, Ugovori, troškovi održavanja osnovnih sredstava i režije, sufinansiranje manifestacija).  
**Iznos: 70.000,00 eura**
- Sredstva ostvarena od članskog doprinosa  
**Iznos: 7.000,00 eura**
- Donatorska sredstva (Po osnovu apliciranja po Javnim pozivima donatora za podnošenje prijedloga projekata)  
**Iznos: 12.000,00 eura**
- Sredstva ostvarena naplatom boravišne takse (Na osnovu procijenjenog broja ostvarenih noćenja na teritoriji opštine Mojkovac)  
**Iznos: 7.400,00 eura**
- Sredstva od izdavanja opreme (bicikala, šatora, kajaka, bilborda...)  
**Iznos: 2.500,00 eura**

**UKUPAN IZNOS PLANIRANIH PRIHODA U NACRTU BUDŽETA ZA  
2022. GODINU IZNOSI: 98.900,00 €**

| Prihodi   | Plan za narednu 2022. godinu | Plan za tekuću 2021. godinu | Index 2022/2021. | Struktura % 2022. |
|---|------------------------------|-----------------------------|------------------|-------------------|
| <b>1. Budžetska rezerva (sredstva koja opredijeli Opština Mojkovac)</b> | <b>70.000,00</b>             | <b>60.000,00</b>            | <b>116.67</b>    | <b>70.77 %</b>    |
| <b>2. Projektovana sopstvena sredstva i drugi izvori prihoda</b>        | <b>12.000,00</b>             | <b>12.000,00</b>            | <b>100</b>       | <b>12.13 %</b>    |
| <b>2.1. Prihod od boravišne takse</b>                                   | <b>7.400,00</b>              | <b>7.200,00</b>             | <b>102.78</b>    | <b>7.48%</b>      |
| <b>2.2. Prihod od članskog doprinosa</b>                                | <b>7.000,00</b>              | <b>8.000,00</b>             | <b>87.5</b>      | <b>7,08%</b>      |
| <b>2.3. Prihodi od poslovanja</b>                                       | <b>2.500,00</b>              | <b>1.000,00</b>             | <b>250</b>       | <b>2.53%</b>      |
| <b>UKUPNA SREDSTVA LTO</b>  | <b>98.900,00</b>             | <b>88.200,00</b>            | <b>112.13</b>    | <b>100%</b>       |



## 2. Rashodi Turističke organizacije Mojkovac

Rashode Turističke organizacije Mojkovac podijelili smo u šest kategorija:

### 1. Kategorija – Troškovi zaposlenih (Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca)

- Osnovni troškovi stalno zaposlenih – plate (Prema Sistematizaciji imamo 10 sistematizovanih radnih mjesta). Tri lica trenutno su zaposlena na neodređeno, jedno na određeno. U 2022. godini je u planu zapošljavanje i upotpunjavanje još tri sistematizovana radna mjesta mjesta.

**Ukupno: 57.300,00 eura**

### 2. Ostali rashodi za zaposlene

- Ugovori o djelu, Ugovori o privremenim i povremenim poslovima (Pošto organizacija nema stalno zaposlenu osobu za knjigovodstvene usluge, higijeničarku, kao ni sezonske radnike na brojnim pozicijama u organizaciji na ovaj način ćemo urediti zapošljavanje za lica koje će obavljati date poslove)

**Ukupno: 6.600,00 eura**

### 3. Rashodi za materijal

- Struja  
**Iznos: 400,00 eura**
- Voda i komunalije  
**Iznos: 400,00 eura**
- Telefon i internet  
**Iznos: 800,00 eura**
- Grijanje na pelet  
**Iznos: 1.000,00 eura**
- Oglašavanje i reklama na bilbordima i održavanje postojećih  
**Iznos: 1.000,00 eura**
- Takse  
**Iznos: 150,00 eura**

**Ukupno: 3.750,00 eura**

**4. Kategorija – Rashodi za usluge**

- Službena putovanja i seminari  
**Iznos: 1.320,00 eura**

**Ukupno: 1.320,00 eura****5. Kategorija – Rashodi za usluge za realizaciju projekata i aktivnosti**

- Organizacija manifestacija (bazari, sajmovi i sl.)  
**Iznos: 2.000,00 eura**
- Organizacija manifestacija kulturnog karaktera (hepeninzi, koncerti, manifestacije, Mojškovačko kulturno ljeto i sl.)  
**Iznos: 19.850,00 eura**
- Projekti valorizacije kulturne baštine kroz dio od boravišne takse  
**Iznos: 740,00 eura**

**Ukupno: 22.590,00 eura****6. Kategorija – Ostali Rashodi**

- Materijalni troškovi (kanc.mat.troškovi održavanja osnovnih sredstava)  
**Iznos: 1.100,00 eura**
- Promotivni materijal, suveniri  
**Iznos: 2.000,00 eura**
- Troškovi internet promocije, video i foto materijala  
**Iznos: 2.500,00 eura**
- Troškovi daljeg opremanja i adaptacije Info centra  
**Iznos: 1.740,00 eura**

**Ukupno: 7.340,00 eura**

**UKUPAN IZNOS PLANIRANIH RASHODA U NACRTU  
BUDŽETA ZA 2022. GODINU IZNOSI: 98.900,00 EURA**

| Rashodi   | Plan za narednu 2022. godinu (€) | Plan za 2021. godinu (€) | Index         | Struktura %    |
|---|----------------------------------|--------------------------|---------------|----------------|
| <b>1. Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca</b>  | <b>57.300,00</b>                 | <b>35.436,00</b>         | <b>161.70</b> | <b>57.93 %</b> |
| <b>2. Ostali rashodi za zaposlene</b>   | <b>6.600,00</b>                  | <b>7.980,00</b>          | <b>80.71</b>  | <b>6.67 %</b>  |
| <b>3. Rashodi za materijal</b>  | <b>3.750,00</b>                  | <b>7.000,00</b>          | <b>53.57</b>  | <b>3.79 %</b>  |
| 3.1. Rashodi za energiju  | 400,00                           | 600,00                   | 66.67         | 10.67 %        |
| 3.2. Voda, komunalije   | 400,00                           | 240,00                   | 166.67        | 10.67%         |
| 3.3. Telefon, internet  | 800,00                           | 600,00                   | 133.33        | 21.33%         |
| 3.4. Grijanje (pelet)   | 1.000,00                         | 1.200,00                 | 83.33         | 26.67%         |
| 3.5. Gorivo   | 0                                | 600,00                   | 0             | 0              |
| 3.6. Takse  | 150,00                           | 2.500,00                 | 6             | 4 %            |
| 3.7.Registracija  | 0                                | 420,00                   | 0             | 0              |
| 3.8. Održavanje i reklama na bilbordima   | 1.000,00                         | 840,00                   | 119.05        | 26.67%         |
| <b>4. Rashodi za usluge</b>   | <b>1.320,00</b>                  | <b>1.320,00</b>          | <b>100</b>    | <b>1.33%</b>   |
| 4.1. Službena putovanja i seminari  | 1.320,00                         | 1.320,00                 | 100           | 100 %          |
| <b>5. Rashodi za usluge za realizaciju projekata/ aktivnosti</b>  | <b>22.590,00</b>                 | <b>28.020,00</b>         | <b>80.62</b>  | <b>22.84%</b>  |
| 5.1. Organizacija manifestacija (bazari, sajmovi i sl.)   | 2.000,00                         | 3.300,00                 | 60.60         | 8.85 %         |
| 5.2. Organizacija manifestacija kulturnog karaktera, sportskog karaktera (hepeninzi, koncerti, manifestacije i sl.) | 19.850,00                        | 24.000.00                | 82.70         | 87.87 %        |

|   |                  |                  |               |               |
|---|------------------|------------------|---------------|---------------|
| 5.3. Projekti valorizacije kulturne baštine kroz dio od boravišne takse           | 740,00           | 720,00           | 102.78        | 3.27 %        |
| <b>6. Ostali rashodi</b>  | <b>7.340,00</b>  | <b>8.444,00</b>  | <b>86.93</b>  | <b>7.42 %</b> |
| 6.1. Materijalni troškovi (kancelarijski materijal. Održavanje osnovnih sredstva) | 1.100,00         | 1.230,00         | 89.43         | 14.99 %       |
| 6.2. Promo materijal - suveniri   | 2.000,00         | 1.500,00         | 133.33        | 27.25 %       |
| 6.3. Troškovi internet promocije, video i foto materijal                          | 2.500,00         | 0                | 100           | 34.05 %       |
| 6.4. Troškovi opremanja Info centra i adaptacija zgrade TO Mojkovac               | 1.740,00         | 5.434,00         | 32.02         | 23.70 %       |
| 6.5. Ugovori sa turističkim agencijama  | 0                | 280,00           | 0             | 0             |
| <b>UKUPNO</b>   | <b>98.900,00</b> | <b>88.200,00</b> | <b>112.13</b> | <b>100 %</b>  |

v.d. DIREKTORA

PETAR VUČINIĆ