

Na osnovu člana 30 stav 2 tačka 11 Zakona o turističkim organizacijama i člana 25 Statuta Nacionalne turističke organizacije Crne Gore, Izvršni odbor Nacionalne turističke organizacije Crne Gore donosi

## Smjernice

### za lokalne turističke organizacije za izradu programa rada i finansijskog plana za 2024. godinu

#### Uvod

U skladu sa članom 30 Zakona o turističkim organizacijama ("Službeni list Republike Crne Gore", br. 011/04 od 20.02.2004, 046/07 od 31.07.2007, Službeni list Crne Gore", br. 073/10 od 10.12.2010, 040/11 od 08.08.2011, 045/14 od 24.10.2014, 042/17 od 30.06.2017, 027/19 od 17.05.2019), jedan od zadataka Nacionalne turističke organizacije Crne Gore (u daljem tekstu: NTO CG) jeste da "utvrđuje smjernice budućih planova i programa lokalnih turističkih organizacija".

U cilju usaglašenosti razvoja turizma i marketinga destinacije, a shodno članu 19 Zakona o turističkim organizacijama "Turistička organizacija za svaku poslovnu godinu utvrđuje program rada i finansijski plan u skladu sa smjericama Nacionalne turističke organizacije". Lokalne turističke organizacije (u daljem tekstu LTO), u obavezi su da, prije usvajanja, predloge programa rada i finansijskog plana dostave Nacionalnoj turističkoj organizaciji Crne Gore (u daljem tekstu NTO CG) na davanje prethodne saglasnosti. Ako Nacionalna turistička organizacija na akte ne da saglasnost u roku od 30 dana od dana dostavljanja, smatraće se da je saglasnost data.

#### Smjernice za izradu programa rada

##### *I Opšte smjernice*

- Aktivnosti koje sprovode LTO, trebaju biti jasno definisane i koncipirane u okvirima nadležnosti i obaveza koje propisuje Zakon o turističkim organizacijama i usklađene sa članom 22 ovog Zakona. Nacrt programa prije dostavljanja NTO CG na prethodnu saglasnost treba biti usvojen od strane Izvršnog odbora LTO.
- Program rada LTO treba da sadrži aktivnosti u pravcu ostvarivanja ciljeva:
  - a) Diverzifikacija turističke ponude i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda na principima održivog razvoja i kroz efikasno upravljanje destinacijom;
  - b) Pozicioniranje na turističkom tržištu i rast prihoda od turizma;
  - c) Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti
  - d) Suzbijanje sive ekonomije
- U skladu sa raspoloživim budžetom LTO, u Programu je potrebno, po ciljevima, navesti i obrazložiti projekte / aktivnosti, naznačiti rok realizacije i indikatore uspješnosti. Za planirane projekte (uključujući i projekte koji se finansiraju iz EU fondova) potrebno je naznačiti naziv projekta, finansijski aspekt, nosioce i partnere u realizaciji, očekivane rezultate i indikatore uspješnosti. Sredstva potrebna za realizaciju projekata / aktivnosti trebaju biti predviđena Finansijskim planom LTO.

- Neophodno je da program rada bude u skladu sa Strategijom razvoja turizma Crne Gore 2022-2025. godine s Akcionim planom (u daljem tekstu: Strategija) i drugim strateškim dokumentima iz oblasti turizma i da prati strateška dokumenta opštine i ciljeve razvoja turizma destinacija.
- Program rada treba da sadrži analizu ostvarenih rezultata u prethodnom periodu, statističke i finansijske pokazatelje, kao i da uzme u obzir rezultate istraživanja i trendove na turističkom tržištu, kako bi se kvalitetno upravljalo procesom i realno postavljali ciljevi i rezultati.

Statističke i finansijske podatke treba dostaviti u tabelama kako je to prikazano u nastavku teksta. Potrebno je navesti izvor dostavljenih podataka. Podatke treba dostaviti za prethodnu godinu u odnosu na dan pripreme programa i raspoložive podatke za tekuću godinu.

### **Broj dolazaka i ostvarenih noćenja po vrsti smještajnog objekta**

Vrsta smještajnog objekta	Dolasci turista			Noćenja turista		
	Strani	Domaći	Ukupno	Strani	Domaći	Ukupno
	(1)	(2)	(3)=(1)+(2)	(1)	(2)	(3)=(1)+(2)
<b>Ukupno</b>						
<b>Objekti kolektivnog smještaja</b>						
Hotel						
Garni hotel						
Mali hotel						
Boutique hotel						
Apart hotel						
Turističko naselje						
Motel						
Gostionica						
Pansion i vila						
Kamp						
Hostel						
Odmaralište i lječilište						
<b>Individualni turistički smještaj</b>						

### **Broj dolazaka i ostvarenih noćenja po mjesecima**

Ukupan broj dolazaka turista i ostvarenih noćenja u opštini				
Period	Dolasci	Ostvarena noćenja	Indeks dolasci	Indeks noćenja
1. januar				
2. februar				
3. mart				
4. April				
5. maj				
6. jun				
7. jul				
8. avgust				
9. septembar				
10. oktobar				
11. novembar				
12. decembar				
<b>Ukupno</b>				

### Broj dolazaka i ostvarenih noćenja po zemlji pripadnosti turista

Naziv zemlje pripadnosti	Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u opštini				STRUKTURA u %		INDEX-i	
	Dolasci turista u opštini	Ostvarena noćenja u opštini	prosječna boravka u danima	turisti	noćenja	turisti	noćenja	
<b>EVROPA</b>								
Albanija								
Austrija								
Belgija								
Bjelorusija								
Bosna i Hercegovina								
Bugarska								
Češka								
Danska								
Estonija								
Finska								
Francuska								
Grčka								
Holandija								
Hrvatska								
Irska								
Island								
Italija								
Kipar								
Kosovo								
Letonija								
Litvanija								
Luksemburg								
Mađarska								
Malta								
Makedonija								
Norveška								
Njemačka								
Poljska								
Portugal								
Rumunija								
Rusija								
Slovačka								
Slovenija								
Srbija								
Španija								
Svajcarska i Lihtenštajn								
Svedska								
Turska								
Ukrajina								
Velika Britanija								
Ostale EVROPSKE zemlje								
<b>VANEVROPSKE zemlje</b>								
Južna Afrika								
Ostale afričke zemlje								
Kanada								
SAD								
Ostale zemlje Sjeverne Amerike								
Argentina								
Brazil								
Čile								
Ostale zemlje Južne i Srednje Amerike								
Kina i Hong Kong								
Japan								
Koreja								
Izrael								
Indija								
Azerbejdžan								
Ostale azijske zemlje								
Australija								
Novi Zeland								
Ostale zemlje Okeanije								
<b>UKUPNO</b>								

### Prihodi od turizma

Prihod	Prihod od putovanja i turizma (EUR)	Indeks prihodi	Namjenski prihodi (EUR)							
			Prihod od boravišne takse	Indeks boravišna taksa	Prihod od turističke takse	Indeks turistička taksa	Prihod od članskog doprinosa	Indeks članski doprinos	Prihod od izletničke takse	Indeks izletnička taksa
januar										
februar										
mart										
april										
maj										
jun										
jul										
avgust										
septembar										
oktobar										
novembar										
decembar										
<b>Ukupno</b>										

U program treba navesti minimum 10 privrednih subjekata koji su platili najviše boravišne takse.

## ***II Smjernice po ciljevima programa***

### **a) Diverzifikacija turističke ponude i unapređenje kvaliteta turističkog proizvoda na principima održivog razvoja i kroz efikasno upravljanje destinacijom**

Jedan od važnih operativnih ciljeva u okviru Strategije je *Unaprijeđen kvalitet diverzifikovanog turističkog proizvoda*. Programom, u skladu sa raspoloživim budžetom, treba predvidjeti projekte / aktivnosti u pravcu ostvarenja ovog cilja. Kako LTO ima značajnu ulogu u razvoju destinacije i upravljanju treba identifikovati relevantne projekte za unapređenje postojećih turističkih atrakcija i stvarati nove aktivnosti i iskustva. Savremeni turisti žele da dožive jedinstvene i autentične elemente određene destinacije – ljude, kulturu, život itd, pa posebna pažnja pri kreiranju turističkog proizvoda i promotivnih aktivnosti treba bit posvećena samoj iskustvenoj vrijednosti za turiste.

U okviru pripreme projekta treba uraditi analizu resursne osnove i razmišljati o preduzetničkim inicijativama koje se mogu generisati njegovom realizacijom.

Analizom atraktivnosti i konkurentnosti turističkog proizvoda identifikovano je da su za Crnu Goru prioriteti:

- obilasci i kultura
- sport i avanturizam
- priroda i ruralna područja
- sunce i more.

Posebno se podstiču ulaganja u projekte iz oblasti turizma u prirodi (aktivni, avanturistički turizam, poseban akcenat na valorizaciju zaštićenih područja, turizam u ruralnim područjima i dr.) i projekte koji u osnovi imaju valorizaciju kulturne baštine (materijalne i nematerijalne).

Obzirom na izraženu sezonalnost, odnosno da je turizam prevashodno orjentisan na sunce, more i priobalni pojas, neophodno je napraviti portfolio novih proizvoda koji će privući dodatne ciljne segmente sa prioriternih i drugih tržišta, u periodu van glavne turističke sezone. Pored navedenog, aktivnosti treba usmjeriti na razvoj MICE turizma i nastaviti sa podrškom manifestacijama i drugim događajima kojim se, prije svega, promoviše kulturna i prirodna baština destinacije, tradicionalna hrana i domaći proizvodi i obogaćuje turistička ponuda u pred i postsezoni.

Takođe, podstiču se aktivnosti koje imaju za cilj povezivanje turizma i poljoprivrede na održiv način.

Programom rada LTO treba planirati aktivnost vezano za primjenu člana 8 Zakona o boravišnoj taksi u dijelu koji se odnosi na izdvajanje sredstava za projekte valorizacije kulturne baštine i za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude.

„Član 8.

Boravišna taksa prihod je turističke organizacije.

Prikupljena sredstva od boravišne takse koriste se:

- 1) 80% za finansiranje djelatnosti lokalnih turističkih organizacija, od čega:

- 10% sredstava se izdvaja za projekte valorizacije kulturne baštine, koji se odnose na arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara;

- 10% sredstava se izdvaja za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude;

2) 20% za finansiranje programa Nacionalne turističke organizacije.

Sredstva iz stava 2 tačka 1 alineja 1 odobravaju se na osnovu javnog poziva kojim će biti definisani uslovi korišćenja.

Odabir projekata iz stava 2 tačka 1 alineja 1 vrši Komisija koju imenuje Skupština jedinice lokalne samouprave.

Evidenciju o raspodjeli i utrošku sredstava iz stava 2 tačka 1 ovog člana vode lokalne turističke organizacije i o tome izvještavaju Nacionalnu turističku organizaciju kvartalno, a Skupštinu jedinice lokalne samouprave jednom godišnje.“

Prilikom izrade programa rada, NTO CG, preporučuje LTO da sprovedu regionalne inicijative, naročito one koje su usmjerene postizanju utvrđenih ciljeva. NTO CG je spremna biti partner u realizaciji ovih inicijativa i pružiti stručnu i finansijsku pomoć, u skladu sa definisanim pravnim okvirom i raspoloživim sredstvima. Prioritet podrške imaju manje razvijene i nerazvijene opštine.

Kako bi se izbjeglo vremensko preklapanje kada je u pitanju održavanje manifestacija i drugih događaja NTO CG će objavljivati kalendar događaja i manifestacija koji će biti objavljen na sajtu NTO CG, na linku: <https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije>. Molimo vas da informacije o datumu održavanja manifestacije ili drugog događaja navedete u programu rada ili da nam istu dostavite odmah nakon utvrđivanja vremena održavanja.

NTO CG cijeni pozitivnim i podržava inicijative koje se odnose na unapređenje kvaliteta i održivi razvoj destinacije kroz proces sertifikacije po međunarodno prepoznatim kriterijumima. Preporuka je da lokalne turističke organizacije razviju indikatore održivosti jer isti mogu biti odličan vodič i instrument za donosiocje odluka, za jasno definisanje pravca delovanja. Na bazi indikatora održivosti moguće je podsticati dalji razvoj u granicama definisanim politikom održivog razvoja. NTO CG planira organizaciju edukacije na temu indikatora održivog razvoja.

Uzimajući u obzir velike razlike u razvoju turističke ponude, učešću u ukupnom turističkom prometu i finansijskoj situaciji, LTO u turistički manje razvijenim i nerazvijenim opštinama fokus trebaju usmjeriti na razvoju turističkog proizvoda, dok lokalne turističke organizacije u turistički razvijenim opštinama, pored aktivnosti na razvoju turističkog proizvoda i unapređenju usluga u turizmu, značajna sredstva mogu uložiti i u marketing aktivnosti, uz napomenu da se međunarodni marketing može realizovati samo uz saglasnost NTOCG.

#### **a) Pozicioniranje na turističkom tržištu i rast prihoda od turizma;**

Promocija i brendiranje Crne Gore kao turističke destinacije se odvija pod logom i sloganom „Montenegro Wild Beauty“ i obaveza je lokalnih turističkih organizacija da svoje marketing aktivnosti na inostranom tržištu realizuje pod ovim krovim brendom.

U nastavku smjernice koje se odnose na realizaciju marketing aktivnosti na emitivnim tržištima:

- U cilju povećanja turističkog prometa, zavisno od raspoloživog budžeta, razvoj ponude i marketing destinacije trebaju biti usmjereni ka privlačenju turista sa prioriternih emitivnih tržišta. Tu se, prije svega, misli na tržišta Njemačke, Velike Britanije, Austrije, Poljske, Francuske, zemalja regiona ali i na druga tržišta za koje se procjenjuje u skladu sa istraživanjem trzista da postoji potencijal, kao što su: Italija,

Nordijske zemlje, Holandija, Belgija, Turska, Mađarska, Švajcarska, Republika Češka, Izrael, UAE, SAD, Kina.

Marketing aktivnosti sprovode se i na novim tržištima, u skladu sa eventualnim uspostavljanjem aviolinija.

- Marketing aktivnosti LTO trebaju pratiti aktuelne kampanje koje realizuje NTOCG i kroz to jačati aktivnosti koje se realizuju u okviru iste. U toku je izrada strategije komunikacije i kreativnog koncepta nove marketinške kampanje i, nakon pripreme, rješenja će biti dostupna lokalnim turističkim organizacijama na sajtu NTO CG, na linku: <https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije>.
- U narednom periodu će se raditi na osnaživanju asocijacije brenda Crne Gore sa drugim osnovnim proizvodima, a to podrazumijeva cjelogodišnje promotivne aktivnosti prije svega putem digitalnog marketinga.
- Imajući u vidu raspoloživi budžet i efekte koji se postižu pojedinim kanalima promocije, veći iznos sredstava treba biti usmjeren na digitalnu promociju. Smjernice za promociju putem društvenih mreža možete preuzeti na sajtu NTO CG, na linku: <https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije>.
- LTO može predložiti učešće na sajmovima i realizaciju drugih promotivnih aktivnosti uz detaljno obrazloženje koje će biti predmet razmatranja NTOCG prije nego što se donese odluka o mogućem uključivanju u godišnji program rada NTOCG. Posebna pažnja biće posvećena inicijativama koje bude dostavljene od strane dvije ili više LTO-a kao partnerske.
- NTOCG se zalaže za model zajedničkog marketing oglašavanja NTOCG – LTO - hotelska privreda - turoperatora putem digitalnog marketing oglašavanja. U tom smislu NTO CG je otvorena za partnerstvo i sa svoje strane pokretaće ovakvu vrstu inicijativa zavisno od konkretne aktivnosti i potencijala za partnerstvo.
- Podrška realizaciji studijskih grupa predstavnika medija i turoperatora od strane NTO CG realizuje se u skladu sa Pravilima o uslovima i načinu podrške studijskim posjetama predstavnika medija, influensera, blogera i turoperatora koja se mogu preuzeti na sajtu NTO CG, na linku: <https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije>.
- Potrebno je osmišljavati i sprovoditi zajedničke akcije sa turističkom privredom koje imaju za cilj da se turistički proizvodi promovišu na domaćem tržištu i građani Crne Gore podstaknu da odmor provedu u svojoj zemlji.
- Programom rada i finansijskim planom neophodno je predvidjeti aktivnosti i sredstva za promociju zimske turističke sezone.
- Učešće na sajmovima:

Organizacija učešća na sajmovima i berzama turizma zavisi od raspoloživog budžeta i iskazanog interesovanja partnera da uzmu učešće na sajmu, a NTO CG razmatra učešće na sljedećim:

<b>Predlog sajmovi i drugih događaja u 2024. godini</b>			
<b>r.b.</b>	<b>Naziv sajma</b>	<b>Grad/Država</b>	<b>Vrijeme održavanja</b>
<b>Turistički sajmovi i berze</b>			
1.	Fahrrad und WanderReisen Štuttgart ili f.re.e Minhen.	Njemačka	Štuttgart 13. - 15. januar; Minhen 14-18. februar.
2.	Baltpour	Riga, Letonija	02. - 04. februara
3.	IMTM	Tel Aviv, Izrael	13. i 14. februar
4.	FITUR	Madrid, Španija	24-28 januar
5.	IFT	Beograd, Srbija	februar
6.	ITB	Berlin, Njemačka	od 05. do 07. marta
7.	Ferien Messe	Beč, Austrija	od 16. do 19. marta
8.	Destination Nature 2024.	Pariz	17. do 20. mart
9.	ITB Šangaj	Šangaj Kina	maj
10.	ATM	Dubai, UAE	06. - 09. maj
11.	National Geographic Food Festival	London UK	20-21. jul
12.	IFTM Top Resa	Pariz, Francuska	oktobar
13.	WTM	London, Velika Britanija	novembar
14.	ITTF	Varšava, Poljska	novembar
15.	Budimpešta	Mađarska	NTO CG će blagovremeno informisati LTO koji sajam se predlaže.
16.	Rim	Italija	
17.	Izmir ili Istanbul	Turska	
18.	Biće razmotren grad	Danska, Švedska, Norveška ili Finska	
<b>Kongresni sajmovi</b>			
19.	Conventa	Ljubljana, Slovenija	01. i 02. februar
20.	IMEX	Frankfurt	13-16. maj
21.	IBTM	Barselona, Španija	kraj novembra

Takođe, razmotriće se organizacija učešća na sajmovima na drugim emitivnim tržištima ukoliko se eventualno otvore aviolinije, ukoliko postoji interesovanje partnera i procijeni se da učešće može generisati efekte za crnogorski turizam.

LTO su dužne da kompletan promotivni materijal koji će se koristiti za promociju u inostranstvu urade u skladu sa knjigom standarda NTO CG, ukoliko LTO ne postupi u skladu sa ovom preporukom, materijal se neće distribuirati.

Učešće i visina participacije određuje se na osnovu Pravila o uslovima i načinu suizlaganja / participiranja sa NTO CG na sajmovima, poslovnim radionicama i kampanjama u regionu koja se mogu preuzeti na sajtu NTO CG, na linku: <https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije>.

- Nacionalna turistička organizacija Crne Gore će dio prostora na određenim sajmovima, u skladu sa Odlukom o ustupanju dijela prostora na sajmovima lokalnim turističkim organizacijama u cilju razvoja i promocije turizma u turistički manje razvijenim i nerazvijenim područjima Crne Gore, opredijeliti za ovu namjenu. Odluka se može preuzeti na sajtu NTO CG, na linku: <https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-turisticke-organizacije>.
- Očekuje se partnerski odnos LTO-a iz primorskih opština sa LTO-ima ostalih, manje razvijenih i nerazvijenih turističkih opština u vidu stručno - tehničke podrške i pomoći za promociju turističke ponude i manifestacija na teritoriji tih opština.
- Kada je u pitanju međunarodni marketing lokalna turistička organizacija isti može realizovati uz sljedeće uslove:

-Aktivnosti trebaju biti navedene u programu rada lokalne turističke organizacije na koji je data prethodna saglasnost od strane NTO CG i koji je usvojen od strane nadležnog organa LTO;

- Pri organizaciji učešća na sajmovima od strane LTO, iste su dužne da vizuelni izgled i dizajn štanda dostave NTO CG na saglasnost. Promotivne aktivnosti u inostranstvu moraju se realizovati pod brendom Montenegro Wild Beauty, u skladu sa utvrđenim vizuelnim identitetom. Takođe LTO su dužne da promotivni materijal urade u skladu sa knjigom standarda NTO CG koja se može preuzeti na sajtu NTO CG, na linku: <https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-turisticke-organizacije>.

- Na veb sajtu lokalne turističke organizacije neophodno je postaviti baner sa logom Montenegro Wild Beauty koji vodi na zvaničan sajt turizma Crne Gore: [montenegro.travel](http://montenegro.travel);

- Kada je u pitanju promocija na društvenim mrežama lokalne turističke organizacije trebaju imati profile najmanje na društvenim mrežama facebook i instagram. LTO trebaju pratiti i davati odgovore na komentare turista na društvenim mrežama.

Pri promociji na društvenim mrežama trebaju se navesti hashtagovi: #montengrowildbeauty, #gomontenegro.

## **b) Jačanje kapaciteta turističke privrede i kreiranje kvalitetne osnove za planiranje aktivnosti**

Kako bi se stvorila kvalitetna osnova za praćenje rezultata koji su ostvareni preduzetim mjerama i aktivnostima, kao i stvorila osnova za donošenje odluka o marketing aktivnostima za naredni period, NTOCG sprovedi istraživanje gostiju. Rezultati istraživanja biće dostupni zainteresovanim LTO.

Podržava se i preporučuje sprovođenje istraživanja od strane LTO čije rezultate je neophodno dostaviti NTOCG, nakon njihove objave. Potrebno je da LTO prati zadovoljstvo gostiju, stanovnika i privrede turističkom ponudom opštine.

Kako se ne bi preklapale aktivnosti i kako bi se povećao učinak, neophodna je saradnja NTO CG, LTO i privrede u realizaciji marketing aktivnosti. U cilju usaglašenog djelovanja LTO trebaju organizovati redovne sastanke sa predstavnicima turističke privrede i povezanih djelatnosti, minimum jedan sastanak kvartalno.



U pravcu unapređenja kvaliteta turističkih i ugostiteljskih usluga NTO CG je pripremila preporuke za hotele, kampove, privatni smještaj, restorane, atrakcije, lokalne proizvođače, wellness centre i suvenirnice. NTO CG planira organizaciju prezentacije preporuka. Nakon održane prezentacije LTO treba informisati predstavnike privrede o preporukama. Lokalne turističke organizacije trebaju podsticati ugostitelje da se uključe u svjetski poznate brendove poput Michellin.

Podržava se organizacija programa edukacije o marketingu i razvoju proizvoda kako za predstavnike LTO tako i za predstavnike privrede.

Program treba imati i dio posvećen saradnji sa institucijama na nacionalnom i lokalnom nivou.

Potrebno je da program sadrži i probleme/ograničenja sa kojima se suočava LTO i aktivnosti koje planira realizovati u pravcu njihovog prevazilaženja.

### c) *Suzbijanje sive ekonomije*

LTO treba biti partner nadležnim institucijama u dijelu realizacije aktivnosti koje imaju za cilj suzbijanje sive ekonomije u oblasti turizma i ugostiteljstva.

## Smjernice za izradu finansijskog plana

Finansijski plan, prikazuje prihode i rashode LTO planirane na realnim osnovama u skladu sa projektovanim namjenskim sredstvima i drugim prihodima i rashodima. Finansijski plan je sastavni dio Programa rada.

### PRIHODI

Kod sastavljanja Finansijskog plana pod stavkom Prihodi, LTO treba da prikaže ukupna Budžetska sredstva i Sopstvena sredstva. Podaci treba da budu prikazani **opisno i tabelarno** i da prikazuju: Iznos za godinu koja se planira i iznos za godinu koja prethodi, indeksni pokazatelj i strukturu za godinu koja se planira.

PRIHODI	Plan za narednu godinu	Plan za tekuću godinu	Indeks	Struktura %
<b>1. Budžetska sredstva (sredstva koja opredijeli opština)</b>				
<b>2. Projektovana sopstvena sredstva i drugi izvori Prihoda</b>				
2.1. Prihod od boravišne takse				
2.2. Prihodi od turističke takse				
2.3. Prihod od izletničke takse				
2.4. Prihod od članskog doprinosa				
2.5. Prihodi od poslovanja				
----				
UKUPNA SREDSTVA LTO				

Turistička organizacija može obavljati privrednu i drugu djelatnost ako se za obavljanje te djelatnosti upiše u Centralni registar privrednih subjekata.

## RASHODI

Kod sastavljanja Finansijskog plana, pod stavkom Rashodi, treba da se prikaže iznos rashoda za godinu koja se planira, iznos za godinu koja prethodi i indeksni pokazatelj. Rashode je potrebno prikazati tabelarno i dati obrazloženje za svaku stavku.

RASHODI	Plan za narednu godinu (€)	Plan za tekuću godinu (€)	Indeks
<b>1. Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca</b>			
<b>2. Ostala lična primanja</b>			
<b>3. Rashodi za material</b>			
3.1. Administrativni materijal			
3.2. Rashodi za energiju			
3.3. Rashodi za gorivo			
3.4....			
<b>4. Rashodi za usluge</b>			
4.1. Službena putovanja			
4.2. Reprezentacija			
4.3. Komunikacione usluge (telefon, poštanske, DHL...)			
4.4. ...			
4.5. ...			
<b>5. Rashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti<sup>1</sup></b>			
5.1.			
5.2.			
5.3.			
5.4.			
<b>6. Ostali izdaci</b>			
6.1. Izdaci po osnovu ugovora o djelu			
6.2....			

- U dijelu obrazloženja stavke rashodi za bruto zarade i doprinose na teret poslodavca, treba naznačiti broj zaposlenih u radnom odnosu (na neodređeno i određeno).
- U dijelu usluga za realizaciju projekata /aktivnosti potrebno je planirati sredstva za realizaciju svake od aktivnosti koja je planirana Programom rada LTO.

<sup>1</sup> Treba navesti projekte/aktivnosti

Imajući u vidu odredbe člana 8 Zakona o boravišnoj taksi ("Službeni list Republike Crne Gore", br. 011/04 od 20.02.2004, 013/04 od 26.02.2004, "Službeni list Crne Gore", br. 073/10 od 10.12.2010, 048/15 od 21.08.2015), u finansijskom planu treba planirati:

- 10% sredstava od boravišne takse za projekte valorizacije kulturne baštine, koji se odnose na arheološka istraživanja, konzervatorske i restauratorske radove, rekonstrukciju i promociju kulturnih dobara, na osnovu člana 8 Zakona o boravišnoj taksi;
  - 10% sredstava od boravišne takse za projekte za poboljšanje uslova boravka turista i podizanje nivoa kvaliteta turističke ponude;
- Potrebno je navesti koliki broj Info punktova je planiran od strane LTO sa obrazloženjem i koliki je ukupan trošak infopunktova (izrada, zakup, radnici, itd...);
- Kod stavke koja sadrži rashode po osnovu ugovora o o djelu u obrazloženju treba naznačiti broj angažovanih lica po ovom osnovu.

Broj:01/05/3-1768  
Podgorica, 6. 10. 2023. god.

Predsjednik Izvršnog odbora  
dr Miško Rađenović s. r.