Nacionalna turistička organizacija Crne Gore
Ulica slobode 2
81000 Podgorica, Crna Gora
Tel.: +382 77 100 001
E-mail: info@montenegro.travel
www.montenegro.travel

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 na XXXI sjednici IV saziva, održanoj dana 19.10.2026. godine, donosi

CRNE GORE
Primljeno 19.10.2026.
Org. jed. | Broj 01105/4 - 1961 | Prilog | Vrijednost

SMJERNICE

ZA LOKALNE TURISTIČKE ORGANIZACIJE ZA IZRADU PROGRAMA RADA I FINANSIJSKOG PLANA ZA 2027. GODINU

UVOD

Shodno odredbama Zakona o turističkim organizacijama (član 19), turistička organizacija dužna je da za svaku poslovnu godinu pripremi program rada i finansijski plan u skladu sa smjernicama koje donosi Nacionalna turistička organizacija Crne Gore (NTO CG). Lokalne turističke organizacije su obavezne da, prije konačnog usvajanja, svoje predloge programa rada i finansijskih planova dostave NTO CG radi davanja prethodne saglasnosti. Ukoliko NTO CG ne odluči o tim dokumentima u roku od 30 dana od dana dostavljanja, smatra se da je prethodna saglasnost data.

U tom kontekstu, jedan od zadataka NTO CG jeste utvrđivanje smjernica za programe rada i finansijske planove lokalnih turističkih organizacija, čime se obezbjeđuje jedinstven i koordinisan pristup razvoju turizma u Crnoj Gori, kao i usklađenost sa strateškim pravcima i prioritetima razvoja turizma.

I OPŠTE SMJERNICE

ZA IZRADU PROGRAMA RADA

- Aktivnosti koje sprovode lokalne turističke organizacije treba da budu jasno definisane i usklađene sa nadležnostima i obavezama propisanim Zakonom o turističkim organizacijama, posebno članom 22. Neophodno je da program rada bude u skladu sa strateškim dokumentima iz oblasti turizma.

- Lokalna turistička organizacija je u obavezi da izvršava svoje planove i programe, utvrđene zadatke i uloge, s posebnim naglaskom na svrsishodnost i urednost trošenja sredstava, u skladu sa Zakonom o turističkim organizacijama i drugim pozitivno pravnim propisima koji uređuju datu oblast.

- Predloge Programa rada i Finansijskog plana utvrđuje Izvršni odbor LTO i upućuje ih NTO CG na prethodnu saglasnost prije donošenja na Skupštini LTO.

- Program rada LTO treba da sadrži aktivnosti u pravcu ostvarivanja sljedećih programskih ciljeva:

  1. Unapređenje kvaliteta i raznovrsnosti turističke ponude i uslova boravka turista, uz očuvanje lokalnih vrijednosti i održivo korišćenje turističkih resursa.
  2. Unapređenje promocije i prepoznatljivosti destinacije i kvalitetno informisanje turista o lokalnoj turističkoj ponudi.
  3. Jačanje kapaciteta LTO, saradnje sa lokalnim subjektima i praćenja turističkog prometa i kvaliteta turističke ponude
  4. Doprinos suzbijanju sive ekonomije kroz informisanje, promociju i saradnju sa nadležnim institucijama

- U skladu sa raspoloživim budžetom LTO, u Programu je potrebno, u okviru gore navedenih programskih ciljeva, navesti i obrazložiti projekte / aktivnosti, definisati očekivane rezultate po projektima / aktivnostima, naznačiti rok realizacije i indikatore uspješnosti. LTO može dodatno razraditi programske ciljeve kroz operativne ciljeve, ukoliko to doprinosi jasnijem planiranju i praćenju realizacije. Definisanje operativnih ciljeva nije obavezno; projekti / aktivnosti mogu se povezati direktno sa programskim ciljevima. Ukoliko realizacija projekta / aktivnosti uključuje i druge partnere treba ih navesti. Sredstva potrebna za realizaciju projekata / aktivnosti trebaju biti predviđena Finansijskim planom LTO. Primjer u nastavku prikazuje moguću razradu programskog cilja kroz operativne ciljeve, aktivnosti, rezultate i indikatore. LTO koje ne definišu operativne ciljeve mogu prilagoditi primjer povezivanjem aktivnosti direktno sa programskim ciljem.

Primjer

Programski cilj 1: Unapređenje kvaliteta i raznovrsnosti turističke ponude i uslova boravka turista, uz očuvanje lokalnih vrijednosti i održivo korišćenje turističkih resursa.

Operativni cilj 1: Razvoj novih turističkih proizvoda

Opis aktivnosti: Organizacija eno-gastro manifestacije „Ukusi našeg kraja", koja uključuje lokalne proizvođače, radionice kuvanja i posjete seoskim domaćinstvima, uz promociju kroz različite komunikacione kanale.

Rezultat: Novi turistički proizvod koji doprinosi većem angažovanju lokalne zajednice i privlači turiste van glavne sezone.

Indikator: Broj posjetilaca (min. 1.000), broj uključenih proizvođača (min. 20), broj medijskih objava (min. 5).

Operativni cilj 2: Produženje turističke sezone

Opis aktivnosti: Kreiranje paketa aranžmana u saradnji sa hotelima i agencijama, sa fokusom na aktivni turizam, wellness i kulturne sadržaje, uz promociju putem digitalnih kampanja i saradnju sa influenserima.

Rezultat: Povećan broj dolazaka i noćenja u predsezoni i postsezoni, smanjenje sezonalnosti.

Indikator: Povećanje broja noćenja u pred/postsezoni (rast od 10 %), produženje prosječne dužine boravka (rast za 1 dan).

- Program rada treba da sadrži analizu stanja. Ona uključuje analizu ostvarenih rezultata u prethodnom periodu, statističke i finansijske pokazatelje, rezultate sprovedenih istraživanja i anketa od strane LTO i drugih organizacija koji su dostupni.

  Eksterne i interne analize pokazuju koje su snage, slabosti, mogućnosti i prijetnje i njihovi rezultati su osnov za sagledavanje prilika za destinaciju, kvalitetno upravljanje, postavljanje ciljeva i rezultata koji se žele postići.

  Rezultati istraživanja gostiju koje je sprovela NTO CG u 2026. godini biće raspoloživi za sve subjekte nakon što izvještaji budu finalizovani. Prezentacija rezultata planirana je za prvi kvartal naredne godine.

📌 Program rada treba da sadrži najmanje:

- ✓ tabelarni ili grafički prikaz kretanja dolazaka turista i noćenja u opštini za tri poslednje godine i
- ✓ tabelarni ili grafički prikaz raspoloživih podataka koji se odnose na dolaske i ostvarena noćenja za tekuću godinu,
- ✓ kretanje dolazaka i noćenja po mjesecima za poslednju godinu za koju postoje zvanični podaci,
- ✓ kretanje dolazaka i noćenja po zemlji pripadnosti turista za poslednju godinu za koju postoje zvanični podaci,
- ✓ tabelarni prikaz ostvarenih prihoda po osnovu boravišne, turističke i izletničke takse (po svakoj vrsti takse zasebno) i članskog doprinosa, sa indeksom koji pokazuje promjenu u odnosu na prethodnu godinu. Podaci trebaju biti dati za poslednju godinu u odnosu na vrijeme pripreme programa i raspoloživi podaci za tekuću godinu.
- ✓ pregled smještajnih kapaciteta na teritoriji opštine po klasifikaciji Zavoda za statistiku Crne Gore – MONSTAT.

Podatak treba da prati indeks koji pokazuje kretanja u odnosu na uporedni period prethodne godine i treba biti naveden izvor podataka.

Statističke i finansijske podatke treba prikazati u tabelama u skladu sa primjerom datim u nastavku teksta.

Broj dolazaka i ostvarenih noćenja po mjesecima za _____. god.

R. br.	Mjesec	Dolasci turista	Noćenja turista	Indeks dolazaka	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				
	UKUPNO				

Napomena: Indeks = broj dolazaka, odnosno noćenja u prikazanom mjesecu / broj dolazaka, odnosno noćenja u istom mjesecu prethodne godine × 100

Broj dolazaka i ostvarenih noćenja po vrsti smještajnog objekta za ____. god.

Vrsta smještajnog objekta	Dolasci turista			Noćenja turista			Indeks dolazaka	Indeks noćenja
	Strani	Domaći	Ukupno	Strani	Domaći	Ukupno		
Ukupno								
Objekti kolektivnog smještaja								
Hotel								
Garni hotel								
Mali hotel								
Boutique hotel								
Apart hotel								
Turističko naselje								
Motel								
Gostionica i pansion								
Kamp								
Hostel								
Etno selo								
Odmaralište i lječilište								
Individualni turistički smještaj								

Napomena: Indekse obračunati za ukupne dolaske i ukupna noćenja po vrsti smještaja u posmatranom periodu, u odnosu na isti period prethodne godine, uz uporediv obuhvat podataka.

Broj dolazaka i ostvarenih noćenja po zemlji pripadnosti turista za _____. god.

Dolasci i ostvarena noćenja stranih turista u opštini							
Naziv zemlje pripadnosti	*Broj dolazaka*	*Broj noćenja*	*prosj.dužina boravka u danima*	*STRUKTURA u %*		*INDEKS*	
				turisti	*noćenja*	*turisti*	*noćenja*

Namjenski prihodi LTO u _____. god.

	Boravišna taksa		Turistička taksa		Članski doprinos		Izletnička taksa		UKUPNO	
	Prihod od boravišne takse	Indeks boravišne takse	Prihod od turističke takse	Indeks turističke takse	Prihod od članskog doprinosa	Indeks članskog doprinosa	Prihod od izletničke takse	Indeks izletničke takse	Iznos	Indeks
Januar										
Februar										
Mart										
April										
Maj										
Jun										
Jul										
Avgust										
Septembar										
Oktobar										
Novembar										
Decembar										
UKUPNO										

II SMJERNICE PO PROGRAMSKIM CILJEVIMA

1. Unapređenje kvaliteta i raznovrsnosti turističke ponude i uslova boravka turista, uz očuvanje lokalnih vrijednosti i održivo korišćenje turističkih resursa

Programom, u skladu sa raspoloživim budžetom, treba predvidjeti projekte / aktivnosti u pravcu diverzifikacije i obogaćivanja turističke ponude kako bi se obuhvatile različite ciljne grupe turista i različite aktivnosti i unaprijedio kvalitet. LTO, u saradnji sa opštinom i turističkom privredom, treba da planira aktivnosti za unapređenje ponude i uslova boravka turista, u okviru svojih nadležnosti. Prednost dati lokalnim vrijednostima, očuvanju resursa i autentičnim iskustvima.

- Kako bi de razvijao i unapređivao turistički proizvod destinacije neophodno je uraditi i redovno ažurirati evidentiranje/popis turističke ponude. Preporuke za evidentiranje/popis turističke ponude možete preuzeti na linku: https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije

- Pri osmišljavanju i realizaciji projekata posebno je važno aktivnosti usmjeriti na unapređenje i promociju izvornih vrijednosti područja opštine za koju je osnovana LTO i stvaranju uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji opštine. U okviru realizacije projekta treba uraditi analizu resursne osnove i razmišljati o preduzetničkim incijativama koje se mogu generisati njegovom realizacijom.

- Preporučuje se da lokalne turističke organizacije planiraju aktivnosti usmjerene na uključivanje žena i mladih u sektor turizma, te unapređenje pristupačnosti turističkih sadržaja i usluga za osobe sa invaliditetom.

- Obzirom na izraženu sezonalnost i da se najveći dio turističkog prometa ostvaruje u priobalnom pojasu u dijelu „*sun and beach*" turizma, neophodno je napraviti portfolio novih proizvoda koji će privući dodatne ciljne segmente sa prioritetnih i drugih tržišta, u periodu van glavne turističke sezone. Posebno se podstiču ulaganja u projekte iz oblasti turizma u prirodi i projekte koji u osnovi imaju valorizaciju kulturne baštine. Pored navedenog, shodno potencijalima opštine, 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.

Analizom atraktivnosti i konkurentnosti turističkog proizvoda identifikovano je da su za Crnu Goru prioriteti: „sun and beach" turizam,, kulturni turizam, turizam zasnovan na prirodi, avanturistički turizam i ruralni turizam.

- 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.

- 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 drugu raspoloživu podršku, a u skladu sa definisanim pravnim okvirom. Prioritet podrške imaju manje razvijene i nerazvijene opštine.

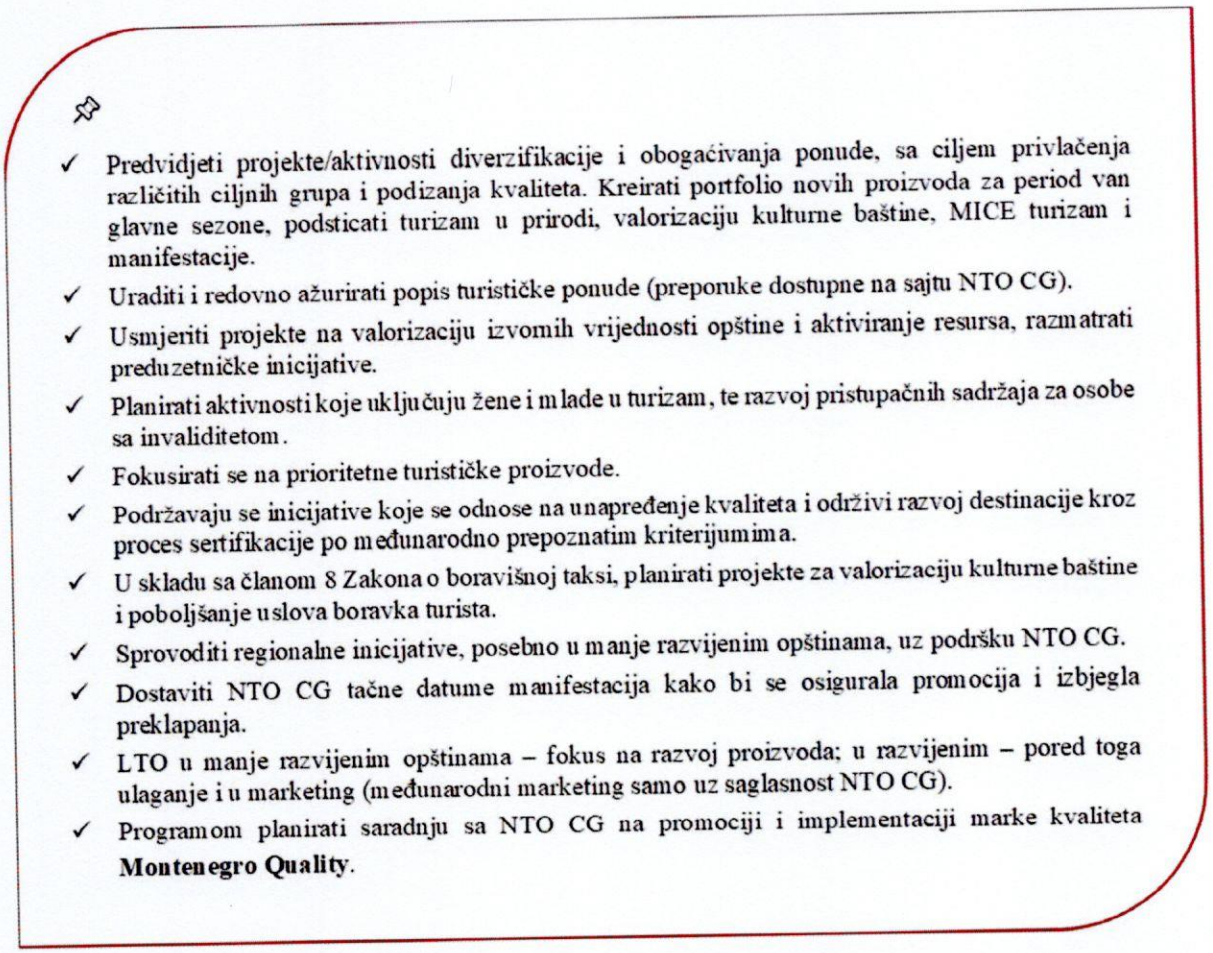
- Kako bi NTO CG mogla promovisati manifestacije i druge događaje u organizaciji LTO-a, i kako bi se izbjeglo vremensko preklapanje, potrebno je u programu rada navesti datum održavanja ili informaciju dostaviti NTO CG odmah nakon utvrđivanja datuma.

- 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 istrument za donosioce odluka, za jasno definisanje pravca delovanja. Na bazi indikatora održivosti moguće je podsticati dalji razvoj u granicama definisanim politikom 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.

- Imajući u vidu da se većina lokalnih turističkih organizacija suočava sa izazovom nedovoljnih finansijskih sredstava, NTO CG preporučuje da LTO u svojim planovima rada predvide projekte kompatibilne sa EU fondovima i drugim međunarodnim izvorima finansiranja, čime se otvara prostor za dodatne resurse i održiviju realizaciju aktivnosti.

- NTO CG je uvela marku kvaliteta Montenegro Quality čija implementacija kroz ispunjenost seta uslova i kriterijuma vodi unapređenju kvaliteta usluga i imidža destinacije. Programom LTO-a treba predvidjeti saradnju sa NTO CG u promociji marke i implementaciji standarda na teritoriji opštine za koju je osnovana.



- ✓ Predvidjeti projekte/aktivnosti diverzifikacije i obogaćivanja ponude, sa ciljem privlačenja različitih ciljnih grupa i podizanja kvaliteta. Kreirati portfolio novih proizvoda za period van glavne sezone, podsticati turizam u prirodi, valorizaciju kulturne baštine, MICE turizam i manifestacije.
- ✓ Uraditi i redovno ažurirati popis turističke ponude (preporuke dostupne na sajtu NTO CG).
- ✓ Usmjeriti projekte na valorizaciju izvornih vrijednosti opštine i aktiviranje resursa, razmatrati preduzetničke inicijative.
- ✓ Planirati aktivnosti koje uključuju žene i mlade u turizam, te razvoj pristupačnih sadržaja za osobe sa invaliditetom.
- ✓ Fokusirati se na prioritetne turističke proizvode.
- ✓ Podržavaju se inicijative koje se odnose na unapređenje kvaliteta i održivi razvoj destinacije kroz proces sertifikacije po međunarodno prepoznatim kriterijumima.
- ✓ U skladu sa članom 8 Zakona o boravišnoj taksi, planirati projekte za valorizaciju kulturne baštine i poboljšanje uslova boravka turista.
- ✓ Sprovoditi regionalne inicijative, posebno u manje razvijenim opštinama, uz podršku NTO CG.
- ✓ Dostaviti NTO CG tačne datume manifestacija kako bi se osigurala promocija i izbjegla preklapanja.
- ✓ LTO u manje razvijenim opštinama – fokus na razvoj proizvoda; u razvijenim – pored toga ulaganje i u marketing (međunarodni marketing samo uz saglasnost NTO CG).
- ✓ Programom planirati saradnju sa NTO CG na promociji i implementaciji marke kvaliteta **Montenegro Quality**.

2. Unapređenje promocije i prepoznatljivosti destinacije i kvalitetno informisanje turista o lokalnoj turističkoj ponudi.

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 krovnim brendom.

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

- Planovi za realizaciju marketing aktivnosti trebaju da se pripremaju na osnovu karakteristika tržišta i ponude opštine za koju je osnovana LTO.

- Promociju usmjeriti prema ponudi destinacije i istraženim ciljnim grupama. Obezbijediti ažurne i pouzdane informacije za turiste. U cilju povećanja turističkog prometa, razvoj ponude i marketinške aktivnosti destinacije treba usmjeriti ka prioritetnim emitivnim tržištima — Velikoj

Britaniji, Francuskoj, Njemačkoj, Austriji, Poljskoj i zemljama regiona — u skladu sa karakteristikama lokalne ponude i raspoloživim budžetom. Aktivnosti se mogu usmjeriti i ka drugim tržištima čiji je potencijal prepoznat na osnovu istraživanja i podataka o turističkom prometu, uz uvažavanje saobraćajne povezanosti, viznog režima i mogućnosti privlačenja turista van glavne sezone.

- Nastaviće se realizacija aktivnosti usmjerenih na jačanje povezanosti brenda Crne Gore sa osnovnim turističkim proizvodima, kroz promotivne kampanje tokom cijele godine, prije svega putem digitalnog marketinga.

  Strategijom komunikacije za brand kampanju ***Uncover Your Wild Side*** definisane su ciljne grupe, marketing persone[1] i date preporuke za realizaciju kampanje. Strategija se može preuzeti na na linku: https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije.

  Video materijal i vizuali kampanje mogu biti korišćeni u promotivne svrhe uz prethodno dobijenu saglasnost od strane NTO CG, uz uslov da materijal ne može biti mijenjan niti ustupan trećim licima. Uz zahtjev za dobijanje materijala i saglasnosti neophodno je dostaviti informacije o aktivnosti koja se planira realizovati. Kontakt: Svetlana Tomković, mail: svetlana.tomkovic@montenegro.travel.

- Promocija putem digitalnog marketinga

  ✓ Imajući u vidu efekte koji se postižu pojedinim kanalima promocije predlog je da LTO posebnu pažnju posveti promociji putem digitalnog marketinga. NTOCG se zalaže za model zajedničkog oglašavanja NTOCG – LTO - hotelska privreda - turoperatori putem digitalnog marketinga. 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.

  ✓ LTO treba da imaju vlastitu veb stranicu, domen .travel je preporuka, sa prezentacijom destinacijske turističke ponude. Na veb stranicama potrebno je dopunjavati i stalno ažurirati podatke i imati postavljen baner sa logom Montenegro Wild Beauty koji vodi na zvaničan sajt turizma Crne Gore: montenegro.travel;

  Potrebno je postaviti:

  - Google Analytics ili neki drugi statistički alat
  - logo NTO CG
  - Facebook Pixel, prema potrebama i pravilima zaštite podataka (preporuka)

  ✓ Kada je u pitanju promocija na društvenim mrežama lokalne turističke organizacije trebaju imati profile najmanje na društvenim mrežama facebook i instagram. Dodatno prisustvo na platformama TikTok, LinkedIn i X preporučuje se u skladu sa ciljnim grupama, promotivnim aktivnostima i vrstom sadržaja, radi povećanja vidljivosti i dosega promotivnih poruka.

[1] Napomena: zemlja pripadnosti koja je istaknuta kod marketing persona u Strategiji je samo ilustrativnog karaktera, marketing perosne se odnose na sva emitivna tržišta.

LTO treba pratiti i davati odgovore na komentare turista na društvenim mrežama i preduzimati aktivnosti u pravcu otklanjanja identifikovanih nedostataka. Pri promociji na instagramu trebaju se navesti hashtagovi: #MontenegroWildBeauty, #gomontenegro;

Smjernice za promociju putem društvenih mreža se mogu preuzeti na sajtu NTO CG, na linku: https://www.montenegro.travel/saradnja-lokalne-tusticke-organizacije.

Na svim mjestima gdje je to moguće neizostavno implementirati nacionalnu promociju sa: logom Montenegro Wild beauty, #MontenegroWildbeauty, #GoMontenegro.

- 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.

- Preporučuje se planiranje aktivnosti i sredstava za promociju zimske sezone, u skladu sa ponudom i potencijalima destinacije.

- 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 sajmovima koji su prikazani u nastavku:

Sajamski kalendar 2027. · januar–maj



Plan je okviran i može se prilagođavati okolnostima i tržišnim prioritetima.



NTO CG će podržati inicijative za učešće na sajmovima kod kojih su nosioci organizacije lokalne turističke organizacije, u skladu sa raspoloživim resursima, procijenim efektima i značajem konkretnog sajma.

Razmotriće se organizacija učešća na sajmovima na drugim emitivnim tržištima, zavisno od raspoloživih sredstava i 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.

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 u partnerstvu.

Učešće i visina participacije za učešće na sajmovima 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-tusticke-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 marketing na inostranim tržištima 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-tusticke-organizacije.

- ✓ Sve marketinške aktivnosti LTO na inostranim tržištima realizuju se isključivo pod brendom **„Montenegro Wild Beauty"** u skladu sa utvrđenim vizuelnim identitetom i mogu biti realizovane ako su planirane programom na koji je data saglasnost NTO CG.
- ✓ Planovi marketing aktivnosti pripremaju se na osnovu karakteristika tržišta i ponude opštine;
- ✓ Fokus marketinga treba usmjeriti ka **emitivnim tržištima** Velike Britanije, Francuske, Njemačke, Austrije, Poljske, zemalja regiona i drugim tržištima za koja se procjenjuje da postoji potencijal.
- ✓ NTO CG je pripremila **Strategiju komunikacije „Uncover Your Wild Side"**; vizuali i materijali se mogu koristiti uz prethodnu saglasnost NTO CG.
- ✓ Prioritet u promociji daje se **digitalnom marketingu**; preporučuje se model zajedničkog marketinga (NTO CG – LTO – hotelska privreda – turoperatori).
- ✓ LTO treba da imaju veb stranicu sa prezentacijom turističke ponude destinacije, pri čemu se preporučuje korišćenje domena .travel.
- ✓ Kontinuirano i aktivno prisustvo na društvenim mrežama Facebook i Instagram, uz obavezno korišćenje hashtagova **#MontenegroWildBeauty** i **#GoMontenegro** u objavama na Instagramu. Dodatno prisustvo na platformama TikTok, LinkedIn i X preporučuje se u skladu sa ciljnim grupama, promotivnim aktivnostima i vrstom sadržaja, radi povećanja vidljivosti i dosega promotivnih poruka.
- ✓ Učešće na sajmovima i berzama organizuje se u skladu sa raspoloživim budžetom, standardima NTO CG i Pravilima o uslovima i načinu suizlaganja / participiranja sa NTO CG na sajmovima, poslovnim radionicama i kampanjama u regionu.
- ✓ Promotivni materijali moraju biti urađeni u skladu sa **knjigom standarda NTO CG**;
- ✓ Posebna pažnja posvećuje se zajedničkim inicijativama dvije ili više LTO. Podstiče se saradnja LTO iz primorskih opština sa LTO iz turistički manje razvijenih i nerazvijenih opština, kroz pružanje stručne i tehničke podrške i pomoć u promociji turističke ponude.

3. Jačanje kapaciteta LTO, saradnje sa lokalnim subjektima i praćenja turističkog prometa i kvaliteta turističke ponude

- Istraživanja i analize

Kako bi se stvorila kvalitetna osnova za donošenje odluka o marketinškim aktivnostima, neophodno je sagledati karakteristike emitivnih tržišta. Pojedina istraživanja su dostupna zainteresovanim stranama online, bez naknade. Pored toga, rezultati istraživanja gostiju koje je sprovela NTO Crne Gore u 2026. godini biće dostupni nakon finalizacije izvještaja.

LTO treba da planira praćenje turističkog prometa i kvaliteta ponude, uz dostavljanje propisanih izvještaja. NTO CG prati kvalitet turističke ponude i zadovoljstvo turista putem platforme TrustYou, a izvještaji za područje pojedinačnih opština mogu se, na zahtjev, dostaviti lokalnim turističkim organizacijama, uz napomenu da se podaci iz izvještaja ne smiju javno objavljivati niti dalje distribuirati bez prethodne saglasnosti NTO CG. Zahtjeve za dostavljanje izvještaja potrebno uputiti na e-mail adresu vuk.djukic@montenegro.travel.

Pri planiranju za 2027. godinu preporučuje se procjena mogućeg uticaja promjena viznog režima, posebno za državljane Rusije i Turske. Prema nalazima prilagoditi promociju i razmotriti dodatna tržišta u saradnji sa NTO CG i privredom.

Cijeneći važnost praćenja zadovoljstva gostiju, stanovnika i privrede turističkom ponudom, NTO CG je u okviru inicijative *Integralno upravljanje kvalitetom destinacije* tokom 2024. godine obezbijedila konsultantsku podršku svim LTO-ima u pripremi upitnika i sprovođenju anketa. Konsultant je dao smjernice za pripremu, distribuciju i prikupljanje odgovora, uz primjer dobre prakse predstavljen od strane LTO Cetinje. Svakoj LTO dostavljen je predloženi upitnik, uz mogućnost unosa specifičnih obilježja destinacije. Potrebno je kontinuirano sprovoditi ove vrste anketa radi unapređenja kvaliteta destinacijske ponude i donošenja odluka zasnovanih na povratnim informacijama.

Dodatna istraživanja preporučuju se prema potrebama i mogućnostima LTO.

- Saradnja sa predstavnicima NTO CG, privrede i drugih subjekata iz oblasti turizma

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 cilju informisanosti, zapisnike sa održanih sastanaka treba dostaviti NTO CG.

- Edukacije

Podržava se organizacija programa edukacije kako za predstavnike LTO tako i za predstavnike privrede.

- Izazovi za razvoj turizma

Program treba da obuhvati i pregled ključnih problema i ograničenja sa kojima se LTO suočava u svom radu, kao i prijedlog aktivnosti koje mogu doprinijeti njihovom prevazilaženju.

- ✓ Sprovoditi i koristiti dostupna istraživanja i kontinuirano sprovoditi ankete o zadovoljstvu gostiju, stanovnika i privrede;
- ✓ Organizovati redovne sastanke sa predstavnicima turističke privrede (min. jednom kvartalno).
- ✓ Organizovati edukacije i aktivno učestvovati u edukacijama koje NTO CG organizuje.
- ✓ Identifikovati ključne izazove i ograničenja u radu i predlagati aktivnosti za njihovo prevazilaženje.

4. Doprinos suzbijanju sive ekonomije kroz informisanje, promociju i saradnju sa nadležnim institucijama

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

Preporučuju se:

- **Informativne kampanje**

  Preporučuje se da LTO, u saradnji sa NTO CG i relevantnim institucijama, povremeno organizuje informativne kampanje za lokalne privredne subjekte, s ciljem podizanja svijesti o obavezama i benefitima registrovanog poslovanja.

- **Saradnja sa institucijama**

  Preporučuje se uspostavljanje redovne komunikacije sa nadležnim institucijama, uključujući i povremene zajedničke sastanke, radi razmjene informacija i jačanja saradnje.

- LTO je obavezna da kroz svoje zvanične promotivne kanale promoviše isključivo registrovane subjekte, čime se podstiče formalno poslovanje i obezbjeđuje fer konkurencija na tržištu.

- ✓ LTO treba da bude partner nadležnim institucijama u sprovođenju aktivnosti usmjerenih na suzbijanje sive ekonomije u turizmu i ugostiteljstvu.
- ✓ Preporučuje se povremeno organizovanje informativnih kampanja za privredne subjekte, u saradnji sa nadležnim institucijama.
- ✓ Preporučuje se redovna komunikacija i zajednički sastanci sa institucijama poput Poreske uprave i inspekcijskih službi, radi razmjene informacija i jačanja saradnje.
- ✓ LTO je obavezna da kroz zvanične promotivne kanale promoviše isključivo registrovane subjekte, čime se podstiče fer konkurencija i formalno poslovanje.

III SMJERNICE ZA IZRADU FINANSIJSKOG PLANA

U uvodnom dijelu kod finansijskog plana potrebno je navesti propise i računovodstvene standarde koji se primjenjuju u računovodstvu turističke organizacije.

Finansijski plan prikazuje planirane prihode i rashode LTO zasnovane na realnim osnovama, u skladu sa projektovanim namjenskim sredstvima i drugim izvorima prihoda. Plan mora obuhvatiti sredstva za sve aktivnosti predviđene Programom rada. U Finansijskom planu potrebno je odvojeno prikazati sredstva koja se prenose iz prethodne godine.

Turistička organizacija može obavljati privredne djelatnosti isključivo u skladu sa Zakonom o turističkim organizacijama i drugim relevantnim propisima, uz obaveznu registraciju u Centralnom registru privrednih subjekata.

Prihodi

Kod sastavljanja Finansijskog plana pod stavkom Prihodi, LTO treba da prikaže ukupna budžetska sredstva i sopstvena sredstva.

Podatke treba prikazati opisno i tabelarno, uz navođenje planiranih iznosa za godinu za koju se plan donosi i za prethodnu godinu, indeksa planiranih iznosa u odnosu na plan prethodne godine, podataka o realizaciji i procentualne strukture za godinu za koju se plan donosi. Period na koji se odnose podaci o realizaciji treba jasno označiti u tabeli. Ukoliko podaci o realizaciji obuhvataju cijelu prethodnu godinu, prikazati i indeks planiranog iznosa za godinu za koju se plan donosi u odnosu na realizovani iznos prethodne godine.

PRIHODI	**Plan za 2027. godinu (€)**	**Plan za 2026. godinu (€)**	**Realizacija za period 1.01. do _____. 2026. god. (€)**	**Indeks plan 2027 / plan 2026**	**Indeks plan 2027 / realizacija 2026.***	**Struktura plana 2027 (%)**
1. Budžetska sredstva (sredstva koja opredijeli opština)						
2. Projektovana sopstvena sredstva i drugi izvori prihoda						
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						
...						
UKUPNO						

*Napomena: Ukoliko je 2026. godina završena, prikazati realizaciju za cijelu godinu. Ukoliko nije, prikazati realizaciju zaključno sa određenim datumom, koji treba jasno navesti u zaglavlju kolone. Za prihode i rashode koristiti isti datum presjeka. Ukoliko podaci o realizaciji ne obuhvataju cijelu prethodnu godinu, ne prikazivati indeks plan–realizacija, jer se podaci odnose na različite vremenske periode.

Rashodi

U finansijskom planu, u dijelu rashoda, potrebno je za svaku stavku prikazati planirani iznos za godinu za koju se plan donosi, planirani i realizovani iznos prethodne godine, indeks plan–plan i strukturu, odnosno procentualno učešće u ukupnim planiranim rashodima. Period na koji se odnose podaci o realizaciji treba jasno označiti u tabeli. Indeks plan–realizacija prikazuje se samo ako realizacija obuhvata cijelu prethodnu godinu. Rashode treba prikazati tabelarno, uz obavezno tekstualno obrazloženje svake stavke.

RASHODI	Plan za 2027. godinu (€)	Plan za 2026. godinu (€)	Realizacija za period 1.01. do _____. 2026. (€)	Indeks plan 2027 / plan 2026	Indeks plan 2027 / realizacija 2026.*	Struktura plana 2027 (%)
1. Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca						
2. Ostala lična primanja						
3. Rashodi za materijal						
3.1. Administrativni materijal						
3.2. Rashodi za energiju						
3.3. Rashodi za gorivo						
3.4. …						
4. Rashodi za usluge						
4.1. Službena putovanja						
4.2. Reprezentacija						
4.3. Komunikacione usluge (telefon, poštanske, DHL…)						
4.4. …						
4.5. …						
5. Rashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti [1]						
5.1.						
5.2.						
5.3.						
6. Ostali izdaci						
6.1. Izdaci po osnovu ugovora o djelu						
6.2. …						
UKUPNO						

*Napomena: Ukoliko je 2026. godina završena, prikazati realizaciju za cijelu godinu. Ukoliko nije, prikazati realizaciju zaključno sa određenim datumom, koji treba jasno navesti u zaglavlju kolone. Za prihode i rashode koristiti isti datum presjeka. Ukoliko podaci o realizaciji ne obuhvataju cijelu prethodnu godinu, ne prikazivati indeks plan–realizacija, jer se podaci odnose na različite vremenske periode.

Obrazloženje svake stavke rashoda treba da sadrži namjenu planiranih sredstava i opravdanost troška. Potrebno je kratko objasniti promjene koje pokazuju indeksi i navesti razloge značajnijih povećanja ili smanjenja planiranih iznosa.

U dijelu obrazloženja stavke *Bruto zarade i doprinosi na teret poslodavca*, pored ostalog, potrebno je navesti broj zaposlenih na neodređeno i na određeno vrijeme.

U okviru stavke *Rashodi za usluge za realizaciju projekata/aktivnosti* potrebno je pojedinačno iskazati sredstva potrebna za realizaciju projekata i aktivnosti predviđenih Programom rada LTO.

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 planirani broj info-punktova, obrazložiti potrebu za njihovim radom i prikazati ukupan planirani trošak, uključujući troškove izrade i opremanja, zakupa prostora, angažovanja osoblja i druge povezane troškove.

U obrazloženju stavke *Izdaci po osnovu ugovora o djelu* potrebno je navesti broj lica planiranih za angažovanje i opis poslova koje će obavljati.

Broj: _____
Podgorica, _____. god.

Predsjednik Izvršnog odbora
dr Miško Rađenović

