



Општина Врњачка Бања

СКУПШТИНА ОПШТИНЕ ВРЊАЧКА БАЊА

Врста поступка: Буџет

Број предмета: 004575129 2025 08083 001 000 400 043

Датум пријема: 14.11.2025

Странке: Туристичка организација, , ,

Напомена: Достава предлога плана и програма пословања



Установа „ТО Врњачка Бања“
Врњачка 25
Број: 1440 /25
Дана: 14.11.2025.год.
Врњачка Бања

ОПШТИНА ВРЊАЧКА БАЊА
СКУПШТИНА ОПШТИНЕ

Предмет: Достава Предлога Плана и Програма пословања и програма опште туристичке пропаганде Установе "Туристичка организација Врњачка Бања" са финансијским планом, за 2025.годину – Друга измена у складу са II ребалансом Одлуке о буџету општине Врњачка Бања за 2025.годину

Поштовани,

у прилогу дописа достављамо Вам Предлог Плана и Програма пословања и програма опште туристичке пропаганде Установе "Туристичка организација Врњачка Бања" са финансијским планом, за 2025.годину – Другу измену у складу са II Ребалансом Одлуке о буџету општине Врњачка Бања за 2025.годину, на даљу надлежност и поступање.

Прилог:

- Као у тексту



Установа „ТО Врњачка Бања“
Иван Трифуновић, директор

На основу члана 17. Статута „Туристичке организације Врњачка Бања“, Управни одбор „ТО Врњачка Бања“, на својој 7. седници одржаној дана 14.11.2025.године, а на предлог директора „Туристичке организације Врњачка Бања“, донео је следећу

О Д Л У К У

УСВАЈА СЕ Друга измена Плана и програма пословања са планом опште туристичке пропаганде Установе "Туристичка организација Врњачка Бања" са Финансијским планом Установе за 2025.годину, а у складу са Нацртом другог ребаланса Одлуке о буџету општине Врњачка Бања од 4. новембра 2025.године, а која измена је заведена под бр.1436/25 од 14.11.2025.године и чини саставни део ове одлуке.

Одлука ступа на снагу даном давања сагласности Скупштине општине Врњачка Бања.

УПРАВНИ ОДБОР „ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ВРЊАЧКА БАЊА“, ВРЊАЧКА
БАЊА

Бр.1438/2025 од 14. новембра 2025.год.

УПРАВНИ ОДБОР
Установе "ТО Врњачка Бања"
Дејан Топаловић, председник



ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА
ВРЊАЧКА БАЊА
Број: 1436/25
Дана: 14.11.2025 год
ВРЊАЧКА БАЊА



ПЛАН И ПРОГРАМ ПОСЛОВАЊА И ПРОГРАМА ОПШТЕ ТУРИСТИЧКЕ ПРОПАГАНДЕ ЗА 2025. ГОДИНУ

друга измена

Пословно име: Установа „Туристичка организација Врњачка Бања“, Врњачка Бања
Седиште: Врњачка 25 Врњачка Бања
Претежна делатност: 7311 делатност претежних агенција
Матични број :17009486
ПИБ: 100919624
ЈББК: 80290
Надлежно министарство: Министарство Туризма и Омладине
Надлежни орган јединице локалне самоуправе: Одељење за и финансије , локалне јавне приходе и привреду

Новембар 2025. Врњачка Бања

ПРЕГЛЕД СТАЊА И ТРЕНДОВА НА ДОМАЋЕМ ТУРИСТИЧКОМ ТРЖИШТУ КАО ОСНОВА БУДУЋИХ АКТИВНОСТИ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ ВРЊАЧКЕ БАЊЕ

УВОД

У складу са Законом о туристичким организацијама, закона о туризму и развоју српског туризма један од основних задатака ТО ВБ је промоција туристичке понуде нашег места у земљи и иностранству, као и организација рада туристичко информативног центра. Због тога се приступа изради и реализацији програма рада као и спровођењу свих радњи у циљу повећања пласмана туристичког производа општине на домаћем и међународном туристичком тржишту.

У изради Програма рада за 2025. Годину пошло се од:

Републичкије стратегије и праваца развоја туризма

стратегије развоја Општине Врњачка Бања

остварених резултата и активности у 2024. Години,

стања на домаћем тржишту и процену тог стања у 2025. години,

оцене стања у региону (пре свега Црна Гора, Македонија, БиХ) и финансијском ситуацијом у целој регији

глобални догађаји

Туристу у 2025.год су карактерисале одлична информисаност, све веће коришћење вештачке интелигенције и дигитална писменост истог. Коришћење свих дигиталних помагала при одабиру дестинације резервисања смештаја и ванпансиона као и планирање боравка са обиласком дестинације су постали ново поприште борбе за сваког туристу, Предности су у транспарентности пониде дестинације као и могућност доношења одлука кроз упоређивање претходних рецензија за исту.

Позитивна очекивања су усмерена на реализацију ваучера у 2025 год као и завршетак пар хотела који су били ван функције у протеклом периоду, као и окончање стечајног поступка ХТП Фонтана.

Такође од изузетног значаја је и пуштанје у рад Моравског коридора са наплатном станицом у Врњцима.Првих дана 2025 године у време новогодишњих празника забележен је промет од нешто више од 8 000 возила

Учињени су напори да се врате пар комерцијалних летова са Аеродрома Морава очекујемо епилог почетком 2026,год

Током текуће године због најављених реформи, осетиће се повећање личног стандарда, а то значи и повећање личне потрошње. Таква кретања сигурно ће се одразити и на одређену туристичку потражњу и потенцијалне туристичке резултате, али је у овом тренутку тешко проценити у којој мери.

Без обзира на такво стање на пре свега домаћем туристичком тржишту, људи ће увек путовати, а да би се што већи део туриста усмерио према нашем месту, потребно је интезивним промотивним активностима на туристичким тржиштима привући пажњу и доказати да је Врњачка Бања управо дестинација која пружа најповољније цене и квалитетом својих производа задовољава потребе потенцијалних туриста.

Да би атрактивна понуда ВБ могла постати привлачна већем броју потенцијалних туриста, знатно већу важност поклањаћемо новим информатичким и мобилним технологијама.

Потенцираћемо спој традиције и модерне Врњачке Бање као апсолутну предност на домаћем тржишту.

Са нестршпљењем се очекује и сратешки развој планине Гоч док ТОВБ паралелно ради и на проширењу ванпансионске понуде са пројектима Борјак стаза као и са језерима на Западној Морави.

ПРОГРАМ: Развој туризма

НАЗИВ И ШИФРА ПРОГРАМА: 1502 Сектор: Локални и регионални развој

Сврха: Унапређење туристичке понуде у ЈЛС

НАЗИВИ БУЏЕТСКОГ КОРИСНИКА КОЈИ СПРОВОДЕ ПРОГРАМ И ОДГОВОРНА ЛИЦА ЗА РЕАЛИЗАЦИЈУ ПРОГРАМА:

Установа „Туристичка организација“,

Иван Трифуновић, директор

Шифра и назив програмске активности: 1502-0001 Управљање развојем туризма Шифра и назив програмске активности: 1502-0002 Туристичка промоција

ОПИС И КЉУЧНИ ЦИЉ(ЕВИ) ПРОГРАМА И ПРОГРАМСКИХ АКТИВНОСТИ:

Општи циљ

1.1. Унапређење услова за развој туризма

- Снимљен промотивни филм у сарадњи са ТОСом

- учешћа на домаћим и страним сајмовима и манифестацијама и остали видови промовисања Општине

Извори верификације: Деветомесечни извештај о раду 2022

Посебан циљ

1.1.1. Подизање нивоа туристичке понуде (Израда стратешких докумената)

- стратешки документ није донет

- учешћа на домаћим и страним сајмовима и манифестацијама и остали видови промовисања Општине

Извори верификације: Деветомесечни извештај о раду 2020

1.1.5. Унапређење капацитета Туристичке организације

(Припрема програма за једнодневне и вишедневне излете, ђачке екскурзије и за упошљавање локалних туристичких водича)

-

Посебан циљ

1.1.6. Промоција туристичке понуде (Снимање промотивног филма (до 10 минута), визуелни идентитет (израда промотивног материјала), припрема учешћа на домаћим и страним сајмовима и манифестацијама и остали видови промовисања Општине)

Индикатори исхода:

Општи циљ

1.1. Унапређење услова за развој туризма

За посебни циљ 1.1.1. индикатор исхода је: - Израђен стратешки документ Извори верификације: Одлука о усвајању стратешког документа УО Туристичке организације.

Општи циљ

1.1.6. Промоција туристичке понуде За посебни циљ

1.1.6. индикатор исхода је: - Снимљен промотивни филм - учешћа на домаћим и страним сајмовима и манифестацијама и остали видови промовисања Општине Извори верификације: Деветомесечни извештај о раду

ОСТАЛИ ПАРАМЕТРИ ПРОГРАМА:

1. Правни основ: Закон о локалној самоуправи

2. Приоритет програма (заокружити ранг приоритета)

а) законска обавеза

б) висок

в) средњи

г) низак

3. Ризици остварења програма: Промена законске регулативе, ванредни избори, остварење приходне стране буџета.

Страна 67 - Број 16. СЛУЖБЕНИ ЛИСТ ОПШТИНЕ ВРЊАЧКА БАЊА 23.12.2015

РОДНА РАВНОПРАВНОСТ

Циљ на нивоу ПА 0001: Реализација туристичких манифестација уз једнаку заступљености мушкараца и жена

Индикатор на нивоу ПА: Број одржаних туристичких манифестација

Приближно је одржан исти број манифестација уз једнаку заступљеност мушкараца и жена

РОБ ИНДИКАТОР: Број жена учесница различитих туристичких манифестација

РОБ ИНДИКАТОР: Број мушкараца учесника различитих туристичких манифестација

Циљ на нивоу ПА 0001: Подршка женама и мушкарцима за манифестације локалног и регионалног карактера и које утичу на креирање атрактивне туристичке понуде (ПРЕДЛОГ ДИРЕКТОРА ТОВБ)

Индикатор на нивоу ПА: Број подржаних манифестација

РОБ ИНДИКАТОР: Број жена чланица подржаних удружења/организација које организују манифестације и учествују на манифестацијама

РОБ ИНДИКАТОР: Број мушкараца чланова подржаних удружења/организација који организују манифестације и учествују на манифестацијама

Одржан је исти број манифестација

Циљ на нивоу ПА 0001: Подједнака заступљеност садржаја за девојчица и дечака у представама

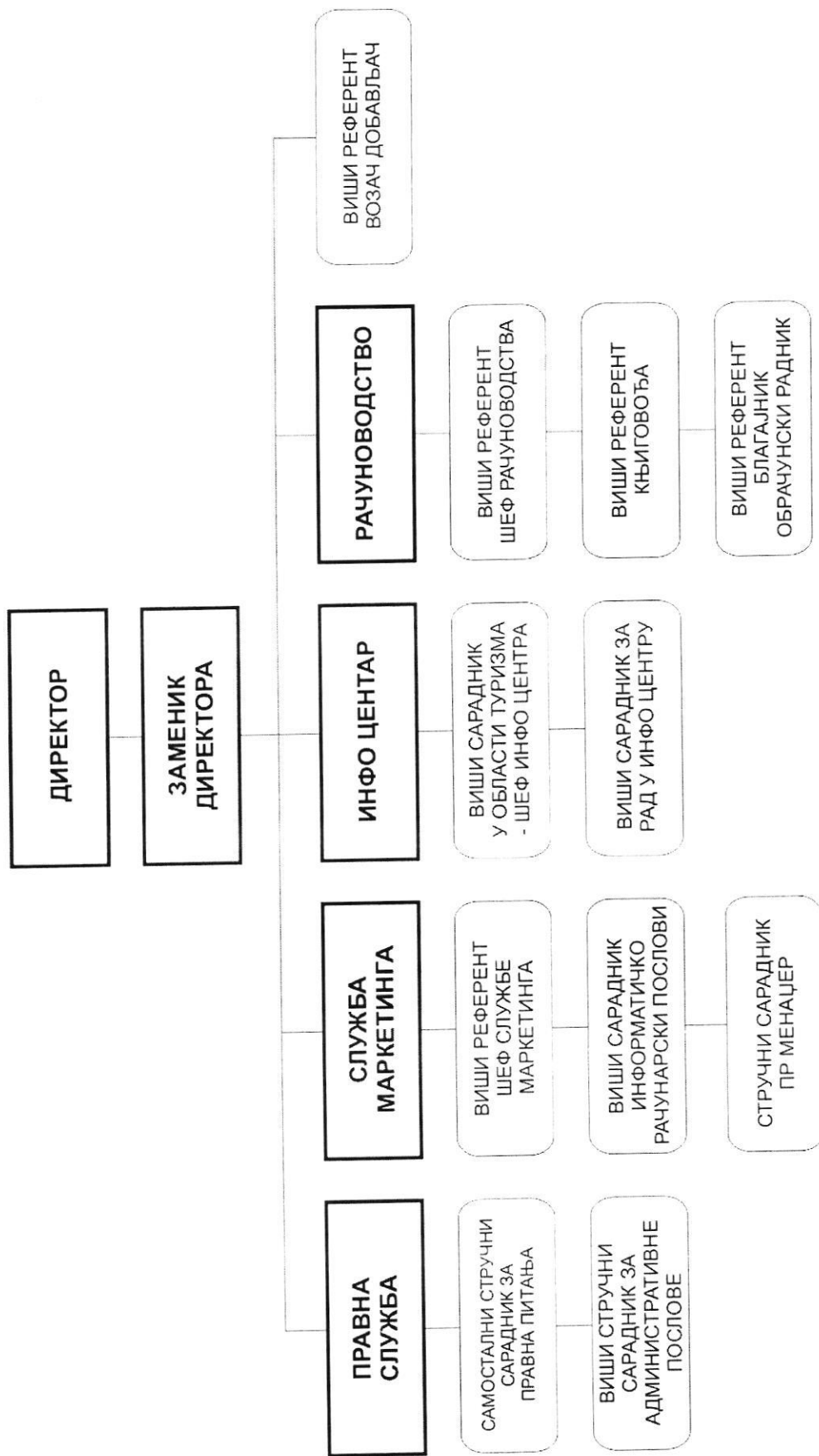
РОБ ИНДИКАТОР: Број представа прилагођених интересовању девојчица

РОБ ИНДИКАТОР: Број представа прилагођених интересовању дечака

Одржан је исти број манифестација

2. ОРГАНИЗАЦИОНА СТРУКТУРА

Организациона структура Установе „Туристичка организација Врњачка Бања“



У 2025 години очекује се раст броја запослених због повећаног обима посла. Тренутно је у ТОВБ 23 радника на неодређено, двоје на одређено и једно постављено лице.

4. ФИЗИЧКИ ОБИМ АКТИВНОСТИ ЗА 2025. ГОД И ПЛАН ОПШТЕ ТУРИСТИЧКЕ ПРОПАГАНДЕ

Штампани материјали – и у дигиталној ери ТОВБ ставља акценат на физички и визуални контакт са промоматеријалом, следећи правце маркетиншког плана у 2025. Години следи припрема и штампање нових материјала оријентисаних према постављеним маркетинг циљевима (пред/пост сезона), као репринт и редизајн постојећих и то само оних за којима постоји стварна потреба на тржишту (туристички водич, туристички план, блокчићи, флајери.....итд). Штампани промотивни материјали представљају имиџ сваке туристичке дестинације. Стога је од велике важности поседовање адекватног промо материјала.

Да би били доступни што ширем сегменту потрошача, промотивни штампани материјали биће дистрибуирани на домаћем и иностраном тржишту путем туристичких агенција, сајмова, директним маркетингом, разним презентацијама, преко ТОС-а и др.

ОРГАНИЗАЦИЈА МАНИФЕСТАЦИЈА И ПРОГРАМСКЕ АКЦИЈЕ

Данашњи туристи су све захтевнији, а туристичка понуда је све богатија и богатија, па услови пословања постају све већи изазов. Задовољан гост је онај гост који се враћа, он је амбасадор нашега места о којем прича афирмативно.

У понуди туристичке организације ВБ управо манифестације, последњих година заузимају све важнију улогу, па је велики изазов планирати и организовати овакав вид туристичке понуде, које ће се дуго памтити по добрим и пријатним успоменама.

Манифестациони туризам је апсолутна предност Врњачке Бање у односу на друга туристичка места. Циљ овакве врсте туризма је богатији боравак госта али и довођење пролазних гостију који кроз потрошњу оправдавају улагање у исти. Такође интенција је да се попуни и вансезона са програмским активностима ради лакшег попуњавања смештајних капацитета. Ништа мањи значај нема ни промоција места кроз друштвене мреже уметника који наступају и позивају своју публику у ВБ.

Вратићемо и манифестације које имају и уско дефинисано емитивно тржиште као што је мотоскуп, друм фест, тениски турнир, бургер фест и сл.

Рад туристичко информативног центра

Сагледавајући основну делатност ТИЦ-а и његових потреба, те урађеном анализом постојећег стања, предлажемо да се у 2025. Години већи део активности усмери у логистички део. Наиме, сагледавајући садашње стање биће урађен потпуно нови информатор о смештајним капацитетима у Врњачкој Бањи. У октобру 2025 је реновиран спољни део инфо центра потпуно без оптерећења буџета.

Учешће на другим карневалима

Врњачка Бања као чланица ФЕЦЦ-а има обавезу да наступа на одређеном броју карневала како у земљи тако и у иностранству. Сходно томе уколико буде могућности у 2025 години да

се гостује на карневалима у земљи: Београд, Лесковац, Шабац, Пожаревац и на карневалима у иностранству: Словенија (Птуј, Мозирје, Шоштањ), Македонија (Струмица), Црна Гора (Будва, Котор), Хрватска (Лудбрег, Бол-Брач).

Реализација кампање у медијима

Са циљем повећања интереса за програме и туристичке доласке у раздобљу у пред и главној туристичкој сезони, туристичка организација ће у 2025 години промовисати промоцију врњачког туризма кроз оглашавање у електронским и штампаним медијима. Посебан акценат биће стављен на сарадњу са редакцијама и новинарима који већ годинама сарађују са Врњачком Бањом.

Наставит ће се сарадња с кључним медијима и новинарима из туристичког сектора, и то кроз редовна извештавања о активностима.

Музика расположења у Врњачком павиљону

Током туристичке сезоне (преподневни или вечерњи термин), поново ће се из врњачког павиљона чути музика. У плану је музика лимених оркестара, рок и поп група, солиста на гитари и клавиру, као и разних хорова и изворне српске музике (уметничка музика).

Прес клипинг

На брз и једноставан начин Меккен Ериксон претражује не само текући, дневни клипинг, већ и целокупну архиву сачувану до тог тренутка, а претрага прихвата неколико параметара: жељени појам, временски период, медиј, тему, аутора чланка или емисије који су за нас од посебне важности. Поред основног клипинга раде се и основне анализе оцењених објава у протеклих месец дана на основу задатих параметара.

Студијски боравак новинара, блогера, твитераша

Сваке године организирају се у сарадњи с ТОС-ом и појединим агенцијама студијска путовања новинара и агената с циљем боље промоције туристичке понуде на одређеним тржиштима и пружања новинарима и агентима потпуну информацију, и новостима у њеној туристичкој понуди. Велика пажња усмериће се и на блогере тј. Организацију блог студијских путовања, најмање 2 блог путовања, како би се релевантним блогерима на кључним тржиштима показале користи посете ВБ у периодима пред и посезоне. Циљ је да позвани блогери доживе реална и јединствена искуства, различита од оних у конкурентским дестинацијама. Пресс блогинг трип представљају један сасвим нов начин комуникације с тржиштем и многобројним члановима социал нетворка, због чега се тај нови медиј жели искористити за комуникацију и промоцију у земљи и иностранству. Наиме, блогери путем својих развијених социјалних мрежа на интернету пишу о својим утисцима и самом објавом текстова мултиплицирају причу милионима читалаца широм света.

Помоћ другим манифестацијама и пројектима

Помоћ манифестацијама и пројектима спроводи се у циљу обогаћивања квалитета туристичке понуде, стварање препознатљивог имица дестинације и развоју садржаја који омогућавају квалитетнију туристичку сезону. Планирана средства за ову намену биће додељена на основу оргиналности, препознатљивости и квалитета. Посебан акценат биће стављен на заступљености те манифестације у медијима, броју гостију које привлачи и учествовања у стварању позитивног имица Врњачке Бање.

Изложба и организација Сајма цвећа, сувенира, старих заната

У априлу/мају, јулу и августу (у време Филмског фестивала) на централној врњачкој променади планирана је изложба цвећа, старих заната, домаће радиности и сувенира. Постављање штандова је предвиђено на потезу од виле Сан до ресторана Србија.

Изложба и организација Сајма меда

У априлу/мају, јулу и августу (у време Филмског фестивала) на централној врњачкој променади планирана је изложба цвећа, старих заната, домаће радиности и сувенира. Постављање штандова је предвиђено на потезу од виле Сан до ресторана Србија

Организација међународног Врњачког Карневала

У 2025-ој је реализован програм 21.Међународног Врњачког Карневала, једне од најзначајнијих већ традиционалних манифестација, која би требало да представља круну свих културних, забавних и спортских манифестација, уз присуство великог броја учесника и туриста..

Врњачка Бања у вашем граду (Врњачки Караван)

У оквиру наших промотивних активности пред сезону организоваћемо промоцију Врњачке Бање, „ Караван Врњачке Бање“, по следећим градовима Србије: Ниш, Београд, Нови Сад, Лесковац и Зрењанин, где ће бити представљена целокупна туристичка понуда. Презентација Врњачке Бање ће се састојати од музичко забавног програма на главним градским трговима у коме ће учествовати велики број аниматора и конференција за штампу. На монтажном инфо пулту делићемо пропагандни материјал, каталог, проспекте, разгледнице, организовати занимљиву награду за све посетиоце (награде ће обезбедити вјачки хотели, пансион и виле).

УЧЕШЋЕ У ПОДРШЦИ ДРУГИХ ТУРИСТИЧКИХ ПРОГРАМА БИТНИХ ЗА ТУРИСТИЧКУ ПОНУДУ И ПРОМОЦИЈУ ВРЊАЧКЕ БАЊЕ

- Златне нити
- Фестивал вина
- Лове фест
- Богојаљањско пливање
- Дани Данила Бате Стојковића
- Фестивал Филмског сценарија
- Олд тајмери
- Саборна дешавања у МЗ
- Промоција народног стваралаштва
- Сеоске и Михољске сусрете
- Светосавске свечаности
- Гулашијада
- Купусијада

- Гестивал Цига Миловановић и Дискос
- Дива туризма
- Бања фест
- Турнири у приградским насељима
- Као и едукативне програме

САЈМОВИ И ПРЕЗЕНТАЦИЈЕ

Учешће на сајмовима

Наступи на сајмовима као начин промоције дестинације и даље остају као облик комуникације с тржиштем и добар начин представљања врњачког туризма. Присутност на најважнијим туристичким сајмовима врло је важна, јер се ствара подлога с које се може позиционирати и надаље проширити бренд те унапредити идентитет места. Такође, туристички сајмови служе као добра подлога за представљање нових производа, спровођење маркетиншких активности, презентација новости у вези са Бањом као туристичким одредиштем.

Међународни сајам туризма „ИТТФА 2025“ БЕОГРАД

Београдски Сајам туризма највећа је туристичка манифестација у земљи и југоисточној Европи.

Излагачи на Сајму ће бити представници националних туристичких организација, иностране авио компаније, туристичке дестинације у које радо иду наши туристи, домаћи туроператори, агенције, туристичке организације, туристички центри, образовне институције, медији који прате туризам, хотели, резервациони системи....ИТД....

Врњачка Бања ће представити целокупну понуду за предстојећу туристичку сезону. У жељи да се анимирају посетиоци, на штанду ће бити уприличен богат забавни програм.

Промотивне активности у 2025. години

ТОВБ је планирала да у 2025.години наступи са промотивним активностима у земљи и иностранству. Кампања ће обухватити све веће градове у држави Београд Нови сад Крагујевац Ниш. Појавићемо се и на тржиштима бивших република СФРЈ која су традиционално била бањско тржиште. Појачаће се кампања са директним агенцијама које раде инкаминг туризам у Врњачкој бањи као и са агенцијама које се баве интернет маркетингом. Такође је планирано да се направи јединствен резервациони систем на нивоу места као и нови сајт који би подржао ову апликацију. Планирана је кампања у Бугарској Аустрији Немачкој Швајцарској и Италији са нашом дијаспором уз помоћ ЕР Србије.

1. Промоција кроз рекламни материјал	1 994 000
2. Сајам туризма	5 976.000
3. Сајам пчеларства старих заната и хортикултуре	0
4. Учешће на другим карневалима	1 340.000
5. Музика расположења	20.000
6. Сајмови у окружењу	790.000
7. Врњачка Бања у вашем граду	200.000
8. Музички Павиљон у парку	100 000

9. Студијски боравак новинара	1 010 153,20
10. Прес клипинг	0
11. 21. Међународни Врњачки карневал	12 125 000
12. Помоћ другим манифестацијама	1 400 000
13. Златне нити	590.000
14. Инфо центар	0 000
15. Кампања Република Српска	500 000
16. Нова година	3 883 644
17. Туристичка сигнализација	95 000
18. Програм Амфитеатар	150 000
19. Кампања интернет	990.000
20. Светосавске свечаности	800.000
21. Кампања у медијима	7 100 000
22. Промоција у Бугарској	500 000
23. Кампања у Београду у Кнез Михајловој	490 000
24. Промоција Турнира у Тенису	290 000
25.Промоција садржаја у месту	500 000
26. На десанкин дан	90 000
27. Мост љубави	100 000
28. Кампања пролеће билборди БГ	500 000
29. Летњи културно уметнички програм	12 480 000
30. Српска нова година	1 290 000
31. Фестивал филмског сценарија	6 000 000
32. Балкан травел	3 600 000
33.Бања фест	5 487 746
34. Олд тајмери	600 000
35. Фестивал Цига Миловановић	990 000
36.Бургер фест Врњачка Бања	990 000
37.Смештај	7 000 000
38. Прослава 35 год Игара без граница	380 000
39. Израда кју ар кодова	500 000
40. Сајам туризма Бугарска	490 000
41.Сајам туризма Аустрија	990 000
42. Дива туризма	2 572 000
43. Кампања са КК Партизаном	990 000
44. Дани Рома	990 000
45. Снимање промо филма са ВРТ	360 000
46. Пословно туристички скуп Аустрија	640 000
47.Ускршњи програм Веселица	525 000
48. Промоција у Београду	450 000
49. Концерт Врњачкој Бањи с љубављу	250 000
50. Саборске свечаности Тројице	1 100 000
51. Турнир Штулац мали фудбал	600 000
52. Конгрес Лекара	320 000
53. Турнир Грачац и Рсавци	500 000
54. Турнир Липова	200 000
55. Мото скуп	750 000
56. Промоција на друштвеним мрежама Анђела	120 000
57. Велико Госпоински Сабори	2 000 000
58. Кампања лето билборди	400 000
59. Кампања на Балкан Тв	990 000
60. Трка Вајс	500 000
61. Блуз и Рок концерти	990 000
62. Фудбалски турнир Ново село	500 000
63. Витешки дани	350 000
64. Смотра лепота живота на селу	900 000

65. Фестивал Вина	1 500 000
66. Концерт Карлеуша Јелена	1 700 000
67. Фестивал Дискос	750 000
68. Саборске свечаности Велика Госпоина	1 600 000
69. Михољски сусрети	720 000
70. Саборне свечаности у Подунавцима	500 000
71. Саборне свечаности Гоч	390 000
72. Билборд кампања Ниш	300 000
73. Дани Јапана	430 000
74. Крстовдан	280 000
75. Купусијада	100 000
76. Гулашијада	100 000
77. Дечија недеља	550 000
78. Трибина туризам	500 000
79. Хореца трибина	500 000
80. Промоција са Новографом	130 000
81. Промоција у Охриду	220 000
82. КУД Јелек	100 000
83. Промоција Туристичке сезоне Јесен Зима	500 000
84. Првенство у плесу	990 000
85. Аматерско првенство у шаху	300 000
86. Џивџан фест	600 000
87. Врњачка летња ноћ	990 000
88. Избор за мис	990 000
89. Сајам Нови сад	110 000
90. Вукушица слава	80 000
91. Нова година кампања	675 754
92. Новогодишњи програм	6 300 000
93. Промоција са ПВЦ Гоч	150 000
94. Промоција ловног туризма	50 000
95. Лове фест	16 500 000
96. Моравски спуст	200 000
95. Пренесене обавезе	7 991 202,80
	Укупно Извор 01 129 262 000,00
	Извор 07 17 013 500,00
УКУПНО	146 275 500 ,00

БУЉАРИЦЕ РАД ДЕЧИЈЕГ ОДМАРАЛИШТА У БУЉАРИЦАМА

Туристичка организација управља радом дечијег одмаралишта Буљарица код Петровца на мору. Дуго година је одмаралиште добијало признање као најуређенији камп на црногорском приморју. Када се погледа књига утисака јасно се види да су корисници услуга константно били задовољни храном, хигијеном и анимацијом деце. Из године у годину у одмаралишту бораве деца предшколског и школског узраста, као и породице са децом из Врњачке Бање и околине.

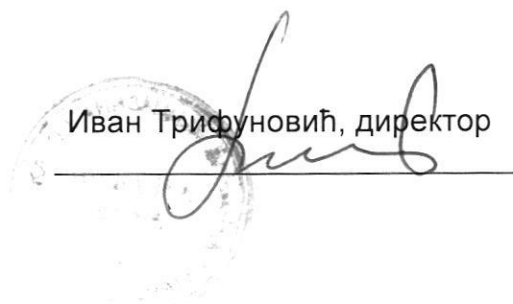
Одмаралиште има седам бунгалова, са по три собе у сваком од њих, а дневни капацитет је 90 особа.

У сарадњи са агенцијом из Црне горе нађен је начин рада Дечијег одмаралишта у Буљарицама.

5.ПОЛИТИКА ЦЕНА

У 2025 години неће бити промењена политика цена односно остаће на нивоу из периода од 2014 до 2024 године

Иван Трифуновић, директор

A handwritten signature in black ink is written over a horizontal line. To the left of the signature is a circular stamp, which is mostly illegible but appears to contain some text and a central emblem.