

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА

ВРЊАЧКА БАЊА

Број: 1541/25

Датум: 12. 12. 2025 од
ВРЊАЧКА БАЊА



ПЛАН И ПРОГРАМ ПОСЛОВАЊА

И ПРОГРАМА ОПШТЕ ТУРИСТИЧКЕ ПРОПАГАНДЕ ЗА 2026. ГОДИНУ

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

децембар 2025. Врњачка Бања

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

УВОД

Booking.com у свом извештају за 2026. предвиђа да ће путовања, много више него пре, бити одражај личности интереса и страсти путника. То значи да ће људи бирати дестинације и активности које заиста одговарају њиховим афинитетима, не масовно за све него шта њима стварно прија. Путовања вођена хобијима, интересовањима, страстима биће покретач избора дестинације. Све више се тражи искуство „иза фасаде“, локалну храну мале заједнице као и културне и аутентичне доживљаје уместо класичних туристичких рута. Уместо „само сунце и мора“, све више путника бира детоксацију мир велнес санитарни ресет односно путовања која стижу до опоравка тела и духа. Комбинација природе тишине локалног спорог живљења детокс искуства то је све маст хев део одмора за многе у 2026. Многи планирају више дестинација на једном месту како би максимално искористили време и разноврсност. Све ово значи да стандардни одмор еволуира и у томе Врњачка Бања треба да нађе своју шансу. Коришћење АП алата за планирање путовања проналажење смештаја руте комбиновање интереса и жеља све је масовнији тренд нарочито изражен код младих.

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 2026. годину пошло се од:

- # стратегије развоја Општине Врњачка Бања
- # остварених резултата и активности у 2025. Години,
- # стања на домаћем тржишту и процену тог стања у 2026. години,
- # оцене стања у региону (пре свега Црна Гора, Македонија, БиХ) и финансијском ситуацијом у целој регији
- # глобални догађаји

Позитивна очекивања су усмерена на реализацију ваучера у 2026 год као и завршетак пар хотела који су били ван функције у протеклом периоду, као и окончање стечајног поступка ХТП Фонтана.

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 интензивним промотивним активностима на туристичким тржиштима привући пажњу и показати да је Врњачка Бања управо дестинација која пружа најповољније цене и

квалитетом својих производа задовољава потребе потенцијалних туриста. Највећи напори у 2026. години биће усмерени на активности ка регионалном тржишту. Покушаћемо да нађемо партнере на иностраним тржиштима у виду турооператера и агенција а све у циљу промотивних активности на дистрибутивним тржиштима. Да би атрактивна понуда ВБ могла постати привлачна већем броју потенцијалних туриста, знатно већу важност поклањаћемо новим информатичким и мобилним технологијама.

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

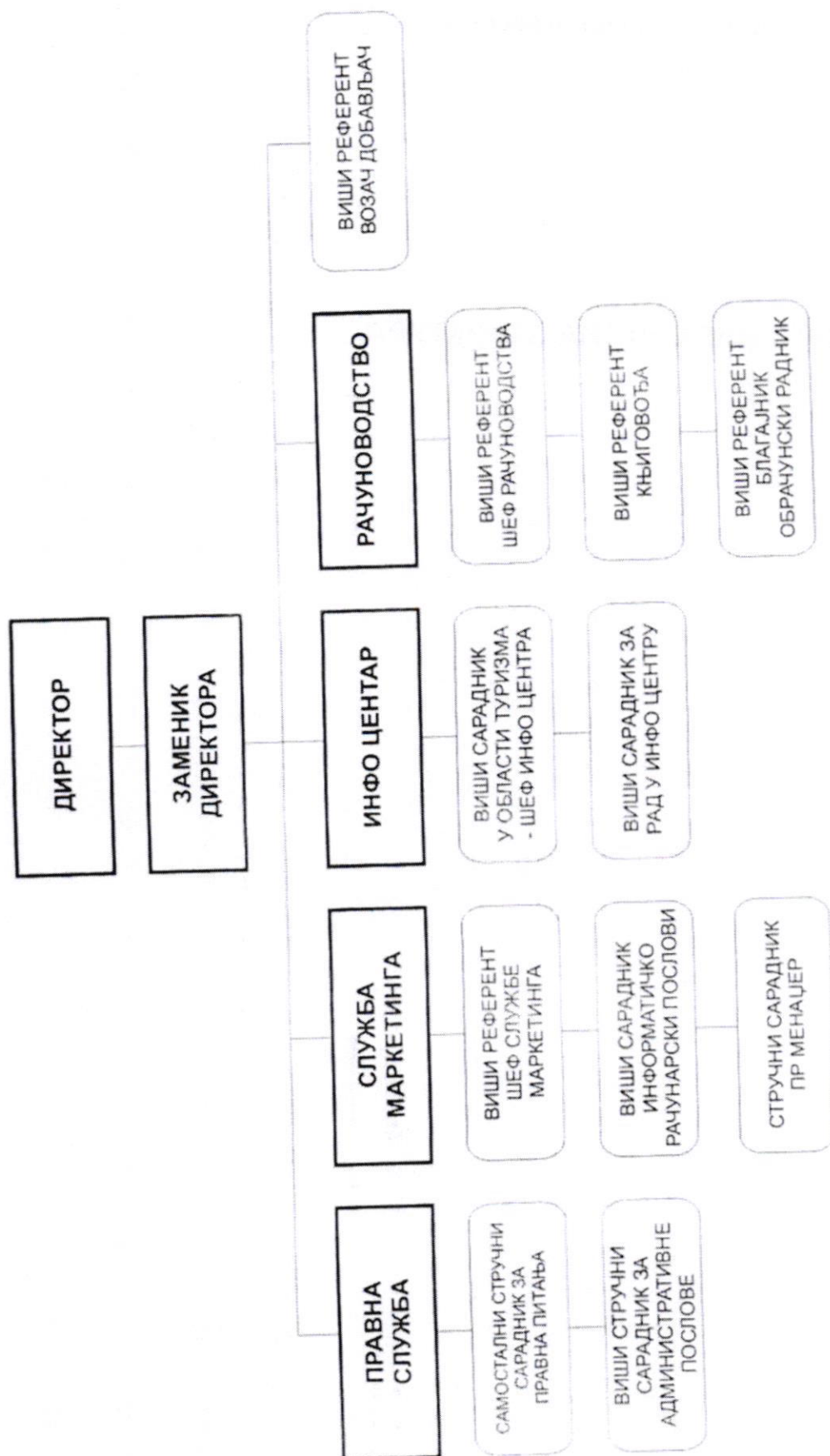
РОБ ИНДИКАТОР: Број представа прилагођених интересовању девојчица

РОБ ИНДИКАТОР: Број представа прилагођених интересовању дечака

Одржан је исти број манифестација

2. ОРГАНИЗАЦИОНА СТРУКТУРА

Организациона структура Установе „Туристичка организација Врњачка Бања“



У 2026 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 2026. ГОД И ПЛАН ОПШТЕ ТУРИСТИЧКЕ ПРОПАГАНДЕ

Штампани материјали – 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 нашег 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.

Рад туристичко информативног центра

Сагледавајући основну делатност ТИЦ-а и његових потреба, те урађеном анализом постојећег стања, предлажемо да се у 2026. Години већи део активности усмери у логистички део. Наиме, сагледавајући садашње стање биће урађен потпуно нови информатор о смештајним капацитетима у Врњачкој Бањи.

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 2026 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 2026 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 обogaћивања квалитета туристичке понуде, стварање препознатљивог имица дестинације и развоју садржаја који омогућавају квалитетнију туристичку сезону. Планирана средства за ову намену биће додељена на основу оригиналности, 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 2026-ој биће реализован програм 22.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, каталоге, проспекте, разгледнице, организовати занимљиву наградну игру за све посетиоце (награде ће обезбедити вмијачки хотели, пансиони и виле).

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

- Златне нити
- Парк сећања
- Лове фест
- Саборна дешавања у МЗ
- Промоција народног стваралаштва
- Сеоске и Михољске сусрете
- Светосавске свечаности

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 2026“ 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 2026. години

ТОВБ је планирала да у 2026.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 Аустрији Немачкој Швајцарској и Италији са нашом дијаспором уз помоћ ЕР Србије.

1. Промоција кроз рекламни материјал	1 000 000
2. Сајам туризма	6 000 000
3. Сајам пчеларства старих заната и хортикултуре	1 000
4. Учешће на другим карневалима	640.000
5. Музика расположења	200.000
6. Сајмови у окружењу	500.000
7. Врњачка Бања у вашем граду	200.000
8. Музички Павиљон у парку	200 000
9. Студијски боравак новинара	1 000 000
10. Прес клипинг	10 000
11. 22. Међународни Врњачки карневал	11 000 000
12. Помоћ другим манифестацијама	1 000 000
13. Златне нити	300.000
14. Инфо центар	1 000
15. Кампања Република Српска	500 000
16. Нова година	5 213 000
17. Туристичка сигнализација	295 000
18. Програм Амфитеатар	150 000
19. Кампања интернет	990.000
20. Светосавске свечаности	900.000
21. Кампања у медијима	6 000 000
22. Промоција у Бугарској	900 000
23. Кампања у Београду	990 000
24. Промоција Турнира тенис	250 000
25.Промоција садржаја у месту	900 000
26. На десанкин дан	190 000
27. Мост љубави	100 000
28. Кампања пролеће билборди БГ	500 000
29. Летњи културно уметнички програм	10 000 000
30. Лове фест	1 500 000
31.Смештај	5 000 000

	900 000
32. Израда промо филма	490 000
33. Промоција Румунија	990 000
34. Сајам туризма Аустрија	990 000
35. Мото скуп	500 000
36. Кампања северна Македонија	2 500 000
37. Бања фест	500 000
38. Трка Вајс	508 797,2
39. Фестивал Вина	
	4 991 202,80
40. Пренешене обавезе	
	68 800 000

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 2026 години неће бити промењена политика цена односно остаће на нивоу из периода од 2014 до 2025 године

Иван Трифуновић, директор



FINANSIJSKI PLAN ZA
R 5.04 USTANOVA TURISTIČKA ORGANIZACIJA
 Funkcionalna klasifikacija 473-Turizam

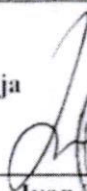
Predlog finansijskog plana za 2026. godinu na osnovu predloga Odluke o budžetu opštine Vrnjačka
 Banja za 2026. godinu

PA	Glava 5.04	Programska klasifikacija 1502	Iz budžeta SO	Sopstvena sredstva	Nerasporede ni višak prihoda iz ranijih godina	UKUPNO	Ostali izvori	Budžetska rezerva
1502-0001		Upravljanje razvo	Izvor 01	Izvor 04	Izvor 13		Izvor 07	
175	411	PLATE DODACI I NAKNADE /ZARADE/	36,374,000.00			36,374,000.00		
	4111	Plate, dodaci i naknade zaposlenih	36,374,000.00			36,374,000.00		
176	412	SOCIJALNI DOPRINOSI NA TERET POSLODAVCA	5,511,000.00			5,511,000.00		
	4121	Doprinosi za PIO	3,637,500.00			3,637,500.00		
	4122	Doprinosi za zdravstvo	1,873,500.00			1,873,500.00		
177	413	NAKNADE U NATURI	150,000.00			150,000.00		
	4131	Naknade u naturi	150,000.00			150,000.00		
178	414	SOCIJALNA DAVANJA ZAPOSLENIMA	1,300,000.00			1,300,000.00		
	4143	Otpremnine i pomoći	100,000.00			100,000.00		
	4144	Pomoc u med lec i druge pomoci	1,200,000.00			1,200,000.00		
179	415	NAKNADE TROŠKOVA ZA ZAPOSLENE	1,200,000.00			1,200,000.00		
	4151	Naknade troškova za zaposlene	1,200,000.00			1,200,000.00		
180	416	NAGRADE, BONUSI I OSTALI POSEBNI RASHODI	400,000.00			400,000.00		
	4161	Nagrade zaposlenima i ostali posebni rashodi	400,000.00			400,000.00		
181	421	STALNI TROŠKOVI	8,550,000.00	400,000.00		8,950,000.00		

	4211	Troskovi platnog prometa i bankarskih usluga	600,000.00	100,000.00		700,000.00		
	4212	Energetske usluge	2,500,000.00	40,000.00		2,540,000.00		
	4213	Komunalne usluge	1,000,000.00	10,000.00		1,010,000.00		
	4214	Usluge komunikacija	1,000,000.00	90,000.00		1,090,000.00		
	4215	Troskovi osiguranja	100,000.00	160,000.00		260,000.00		
	4216	Zakupovine i opreme/bine, bilbordi, koncert oprema/	3,350,000.00	0.00		3,350,000.00		
182	422	TROŠKOVI PUTOVANJA	200,000.00	450,000.00		650,000.00		
	4221	Troskovi službenih putovanja u zemlji	100,000.00	250,000.00		350,000.00		
	4222	Troskovi službenih putovanja u inostranstvo	100,000.00	200,000.00		300,000.00		
183	425	TEKUĆE POPRAVKE I ODRŽAVANJE	1,700,000.00	200,000.00		1,900,000.00		
	4251	Tekuće popravke i održavanje zgrada	500,000.00	100,000.00		600,000.00		
	4252	Tekuće popravke i održavanje opreme	1,200,000.00	100,000.00		1,300,000.00		
184	426	MATERIJAL	2,700,000.00	600,000.00		3,300,000.00		
	4261	Administrativni materijal	300,000.00	20,000.00		320,000.00		
	4263	Materijali za obrazovanje i usavršavanje zaposlenih	120,000.00	20,000.00		140,000.00		
	4264	Materijali za saobraćaj	900,000.00	50,000.00		950,000.00		
	4268	Materijali za održav.higijene i ugost.	300,000.00	150,000.00		450,000.00		
	4269	Materijali za posebne namene	1,080,000.00	360,000.00		1,440,000.00		
185	482	POREZI, OBAVEZNE TAKSE I	10,000.00			10,000.00		
	4821	Ostali porezi	5,000.00			5,000.00		
	4831	Novčane kazne i penali po rešenju sudova	5,000.00			5,000.00		
186	511	ZGRADE I GRAĐEVINSKI OBJEKTI	1,220,000.00			1,220,000.00		

	5112*	Izgradnja zgrada i objekata	10,000.00			10,000.00		
	5113	Kapitalno održavanje zgrada i objekata	1,200,000.00			1,200,000.00		
	5114	Projektna dokumentacija	10,000.00			10,000.00		
187	512	MAŠINE I OPREMA	200,000.00			200,000.00		
	5122	Administrativna oprema	200,000.00			200,000.00		
1502-0002		Promocija turističke ponude						
188	423	USLUGE PO UGOVORU	27,000,000.00	1,100,000.00		28,100,000.00		
	4233	Usluge obrazovanja i usavršavanja zaposlenih	150,000.00	70,000.00		220,000.00		
	4234	Usluge informisanja /stampanje, medij usluge/	800,000.00			800,000.00		
	4235	Strucne usluge	19,000,000.00			19,000,000.00		
	4236	Usluge za domaćinstvo i ugostiteljstvo	50,000.00			50,000.00		
	4237	Reprezentacija		700,000.00		700,000.00		
	4239	Ostale opšte usluge	7,000,000.00	330,000.00		7,330,000.00		
189	424	SPECIJALIZOVANE USLUGE	68,800,000.00	400,000.00		69,200,000.00		
	4249	Ostale specijalizovane usluge	68,800,000.00	400,000.00		69,200,000.00		
		UKUPNO:	155,315,000.00	3,150,000.00		158,465,000.00		

Ustanova Turistička organizacija Vrnjačka Banja



Ivan Trifunović, direktor