

Na osnovu člana 33. stav 1. tačka 8. Statuta Grada Subotice („Službeni list Opštine Subotica”, br. 26/08 i 27/08-ispr. i „Službeni list Grada Subotice”, br. 46/11, 15/13 i 4/19) i člana 14. stav 1. alineja 2. Odluke o osnivanju Turističke organizacije grada Subotice („Službeni list Grada Subotice“, br. 1/10, 43/10, 7/14, 7/15 i 53/16),

Skupština grada Subotice, na.....sednici održanoj dana.....godine, donela je

REŠENJE

o davanju saglasnosti na

Godišnji program rada Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu

I

Daje se saglasnost na Godišnji program rada Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu, koji je doneo Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice na 39. sednici, održanoj dana 15.05.2019.godine.

II

Ovo Rešenje objaviti u „Službenom listu Grada Subotice“.

Obrazloženje

Pravni osnov: Član 33. stav 1. tačka 8. Statuta Grada Subotice („Službeni list Opštine Subotica”, br. 26/08 i 27/08-ispr. i „Službeni list Grada Subotice”, broj 46/11, 15/13 i 4/19), prema kojem Skupština grada, u skladu sa zakonom, osniva službe, javna preduzeća, ustanove i organizacije, utvrđene Statutom i vrši nadzor nad njihovim radom i član 14. stav 1. alineja 2. Odluke o osnivanju Turističke organizacije grada Subotice („Službeni list Grada Subotice”, br.1/10, 43/10, 7/14, 7/15 i 53/16), prema kojem Skupština grada daje saglasnost na godišnji Program rada.

Razlozi za donošenje: Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice je na 39. sednici održanoj dana 15.05.2019. godine usvojio Godišnji program rada Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu, a u skladu sa članom 14. stav 1. alineja 2. Odluke o osnivanju Turističke organizacije grada Subotice („Službeni list Grada Subotice”, br.1/10, 43/10, 7/14, 7/15 i 53/16), dostavio isti Skupštini grada Subotice radi pribavljanja saglasnosti.

Predlaže se donošenje Rešenja kako je dato u materijalu.

Izvršilac: Turistička organizacija grada Subotice i Skupština grada Subotice

Izvori sredstava potrebnih za realizaciju: Za realizaciju ovog Rešenja sredstva su obezbeđena u budžetu Grada Subotice.



Srbija, 24000 Subotica, Trg slobode 1, tel: +381 (0)24 670 350, www.visitsubotica.rs, www.palic.rs

Broj: 324/2019

Datum: 15.05.2019. godine

Predmet:

IZVOD IZ ZAPISNIKA

Sa XXXIX sednice Upravnog odbora Turističke organizacije grada Subotice, održane dana 15.05.2019. godine sa početkom u 13:00 časova.

PRISUTNI: Marija Milodanović, Mirjana Stevanović, i Dragutin Miljković članovi Upravnog odbora, a sednicom predsedava Neda Tešović, predsednik Upravnog odbora. Sednici je prisustvovao i v.d. direktor Aleksandar Medaković.

Predsedavajući UO je predložio sledeći:

Dnevni red:

1. Usvajanje Zapisnika sa XXXVIII sednice UO
2. Predlog „Godišnjeg programa rada Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu “
3. Razno

Dnevni red je usvojen jednoglasno.

....Nepotrebno izostavljeno.

2. Predlog „Godišnjeg programa rada Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu “

V.d. direktora je obrazložio celokupan predlog „Godišnjeg programa rada Turističke organizacije grada Subotice“ po segmentima koji su sastavni deo istog.

Član upravnog odbora Dragutin Miljković imao je dva pitanja koja su se odnosila na garantovane ture turističkog vođenja kao i pitanje vezano za adaptaciju i rekonstrukciju bivše gradske suvenirnice. Nakon toga, usledilo je obrazloženje na postavljena pitanja od strane v.d direktora Aleksandra Medakovića. Pošto više nije bilo dodatnih pitanja ,na predlog predsedavajućeg,

Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice, jednoglasno je doneo sledeću:

ODLUKU

Usvaja se predlog „Godišnjeg programa rada Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu“.

...Nepotrebno izostavljeno.

Obzirom da nije bilo dodatnih pitanja, sednica je završena u 14.00.

Predsednik Upravnog odbora

Neda Tešović



GODIŠNJI PROGRAM RADA TURISTIČKE ORGANIZACIJE GRADA SUBOTICE ZA 2019. GODINU

Subotica, 2019. godina

SADRŽAJ

1. OSNOVNI PODACI O TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI GRADA SUBOTICE	3
2. SADRŽAJ POSLOVA I DELATNOST TURISTIČKE ORGANIZACIJE GRADA SUBOTICE	4
3. ORGANI UPRAVLJANJA I ORGANIZACIONA STRUKTURA TURISTIČKE ORGANIZACIJE GRADA SUBOTICE	5
4. DEFINISANA MISIJA, CILJEVI I VIZIJA RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE SUBOTICA I PALIĆ	11
5. OSTVARENI TURISTIČKI REZULTATI TOKOM 2018. GODINE I Njihova ANALIZA	14
6. PROGRAM RADA TURISTIČKE ORGANIZACIJE GRADA SUBOTICE ZA 2019. GODINU	24
7. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PORUKE ZA BUDUĆNOST	39

1. OSNOVNI PODACI O TURISTIČKOJ ORGANIZACIJI GRADA SUBOTICE

Turistička organizacija grada Subotice je osnovana Odlukom o osnivanju Turističke organizacije grada Subotice („Službeni list grada Subotice“, broj 1/2010, 43/2010, 7/2014, 7/2015 i 53/2016) kao javna služba sa ciljem vršenja poslova unapređenja i promocije turizma na teritoriji Grada Subotice.

Osnovni poslovni podaci o Turističkoj organizaciji grada Subotice:

POSLOVNO IME

Turistička organizacija grada Subotice

Turistička zajednica grada Subotice

Szabadka Város Idegenforgalmi Szervezete

SEDIŠTE

Subotica, Trg slobode 1

DELATNOST

84.13 – Uređenje poslovanja i doprinos uspešnijem poslovanju u oblasti ekonomije

79.90 – Ostale usluge rezervacije i delatnosti povezane sa njima

79.11 – Delatnost putničkih agencija

46.90 – Nespecijalizovana trgovina na veliko

47.78 – Ostala trgovina na malo novim proizvodima u specijalizovanim prodavnicama

PODACI O REGISTRACIJI

**Sudski registar Privrednog suda u Subotici od 25.03.2010. godine, oznaka i broj rešenja
Fi. 30/2010, registarski uložak broj 5 – 187**

08915733

MATIČNI BROJ

PORESKI IDENTIFIKACIONI BROJ (PIB)

106571652

JEDINSTVENI BROJ KORISNIKA BUDŽETSKIH SREDSTAVA

80809

V.d. direktora Turističke organizacije grada Subotice

Aleksandar Medaković, diplomirani ekonomista

2. SADRŽAJ POSLOVA I DELATNOST TURISTIČKE ORGANIZACIJE GRADA SUBOTICE

Turistička organizacija grada Subotice obavlja poslove koji su definisani Statutom Turističke organizacije grada Subotice donetim na sednici Upravnog odbora Turističke organizacije grada Subotice održanoj 14. decembra 2016. godine i odnosi se na sledeće poslove:

1. Poslovi na unapređenju i promociji turizma grada Subotice,
2. Izrada Programa razvoja turizma i programa promotivnih aktivnosti u skladu sa strateškim marketing planom i ostalim planskim dokumentima Turističke organizacije Srbije,
3. Koordinisanje aktivnosti i saradnja između privrednih i drugih subjekata u turizmu koji neposredno i posredno deluju u pravcu unapređenja razvoja i na programima edukacije i usavršavanja veština zaposlenih u turizmu,
4. Podsticanje programa izgradnje turističke infrastrukture i uređenja prostora,
5. Obezbeđivanje informativno – propagandnog materijala kojim se promovišu turističke vrednosti Grada Subotice (štampane publikacije, prospekti, turistički vodiči, audio i video promotivni materijal, internet prezentacije, suveniri i sl.) kroz saradnju sa nadležnim organima,
6. Prikupljanje i objavljivanje informacija o celokupnoj turističkoj ponudi na svojoj teritoriji, kao i druge aktivnosti značajne za turizam,
7. Organizovanje i učešće u organizaciji turističkih, naučnih, stručnih, sportskih, kulturnih i drugih skupova i manifestacija,
8. Unapređenje rada turističko – informativnih centara (za prihvatanje turista, pružanje besplatnih informacija turistima, prikupljanje podataka za potrebe informisanja turista, upoznavanje turista sa kvalitetom turističke ponude, upoznavanje nadležnih organa sa pritužbama turista i dr.),
9. Saradnja sa turističkim organizacijama u zemlji i inostranstvu,

10. Pokretanje i organizovanje aktivnosti u cilju poboljšanja kvaliteta usluga u turizmu, razvijanje turističke svesti, turističke kulture i zaštite i unapređenja životne sredine,
11. Posredovanje u pružanju usluga u domaćoj radinosti
12. Prodaja suvenira, i
13. Ostale usluge rezervacije i delatnosti povezane sa radom turističkih organizacija (turistički vodiči).

Delatnost Turističke organizacije grada Subotice se odnosi na:

- 84.13 – Uređenje poslovanja i doprinos uspešnijem poslovanju u oblasti ekonomije,
- 79.90 – Ostale usluge rezervacije i delatnosti povezane sa njima,
- 79.11 – Delatnost putničkih agencija,
- 46.90 – Nespecijalizovana trgovina na veliko i
- 47.78 – Ostala trgovina na malo novim proizvodima u specijalizovanim prodavnicama.

3. ORGANI UPRAVLJANJA I ORGANIZACIONA STRUKTURA TURISTIČKE ORGANIZACIJE GRADA SUBOTICE

U okviru Turističke organizacije grada Subotice identifikuju se sledeći organi upravljanja:

- 1) Upravni odbor,
- 2) Nadzorni odbor i
- 3) Direktor.

3.1. Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice

Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice se sastoji od 5 članova, od kojih su četiri predstavnici osnivača, a jedan član se imenuje iz reda zaposlenih. Članove Upravnog odbora imenuje i razrešava Osnivač, a mandat članova Upravnog odbora traje četiri godine.

Predstavnik zaposlenih u Upravnom odboru Turističke organizacije grada Subotice se predlaže tajnim izjašnjavanjem svih zaposlenih, a u skladu sa odlukom Upravnog odbora Turističke organizacije grada Subotice.

Sednicama Upravnog odbora Turističke organizacije grada Subotice rukovodi i predsedava predsednik Upravnog odbora.

Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice obavlja sledeće poslove u skladu sa odredbama Statuta:

1. Donosi Statut Turističke organizacije grada Subotice, uz saglasnost osnivača,
2. Odlučuje o poslovanju Turističke organizacije grada Subotice,

3. Donosi godišnji program rada Turističke organizacije grada Subotice, uz saglasnost osnivača,
4. Donosi programe turističko – informativno – propagandne delatnosti i promotivne delatnosti, uz saglasnost osnivača,
5. Donosi finansijski plan, uz saglasnost osnivača,
6. Odlučuje o korišćenju sredstava u skladu sa Zakonom,
7. Donosi opšte akte,
8. Zaključuje Ugovor o radu sa direktorom i odlučuje o pravima, obavezama i odgovornostima direktora,
9. Donosi Poslovnik o radu,
10. Donosi Pravilnik o radu,

Obavlja i druge poslove utvrđene Zakonom, Odlukom i ovim Statutom.

Aktuelni saziv Upravnog odbora Turističke organizacije grada Subotice čine:

Tabela broj 1 Članovi Upravnog odbora Turističke organizacije grada Subotice

Rb	Ime i prezime	Funkcija
1.	Neda Tešović	predsednik
2.	Dragutin Miljković	član
3.	Marija Milodanović	član
4.	Mirjana Stevanović	član
5.	Postupak izbora trenutno u toku	član iz reda zaposlenih

3.2. Nadzorni odbor Turističke organizacije grada Subotice

Nadzorni odbor Turističke organizacije grada Subotice se sastoji od tri člana, od kojih su dva člana predstavnici osnivača, a jedan se imenuje iz reda zaposlenih.

Predsednika i članove Nadzornog odbora imenuje i razrešava osnivač. Mandat članova Nadzornog odbora traje četiri godine.

Predstavnik zaposlenih predlaže se tajnim izjašnjavanjem svih zaposlenih, na način koji će biti definisan odlukom Upravnog odbora.

Sednice Nadzornog odbora saziva i njihovim radom rukovodi predsednik Nadzornog odbora.

U skladu sa odredbama Statuta Turističke organizacije grada Subotice nadležnosti Nadzornog odbora su:

1. Vršiti nadzor nad poslovanjem, pregleda godišnji izveštaj o finansijskom poslovanju i godišnji obračun Turističke organizacije grada Subotice, kao i druga akta od značaja za poslovanje Turističke organizacije grada Subotice,
2. Donosi Poslovnik o radu,
3. O rezultatima nadzora obaveštava direktora i Upravni odbor,
4. Obavlja i druge poslove utvrđene Zakonom, Odlukom i ovim Statutom.

Akteulni saziv Nadzornog odbora Turističke organizacije grada Subotice čine:

Tabela broj 2 Članovi Nadzornog odbora Turističke organizacije grada Subotice

Rb	Ime i prezime	Funkcija
1.	Milica Trbović	predsednik
2.	Miloš Raičević	član
3.	Dragana Marinović	član iz reda zaposlenih

3.3 Informacije o naknadama članova Upravnog i Nadzornog odbora

U toku 2019. godine planira se održavanje jedne sednice Upravnog odbora mesečno, kao i sednice Nadzornog odbora po potrebi.

Naknade za predsednika i članove Upravnog i Nadzornog odbora isplaćuju se za mesec u kome se održava sednica, bez obzira na broj održanih sednica u tom mesecu.

U skladu sa predviđenim Finansijskim planom Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu predviđene su sledeće naknade predsedniku i članovima Upravnog i Nadzornog odbora:

Tabela broj 3 Pregled visine naknade predsednika i članova Upravnog i Nadzornog odbora

Upravni odbor	
Predsednik	4.680,00 RSD mesečno u neto iznosu
Članovi Upravnog odbora	3.705,00 RSD mesečno u neto iznosu
Nadzorni odbor	
Predsednik	3.510,00 RSD mesečno u neto iznosu

3.4. Direktor Turističke organizacije grada Subotice

Direktora Turističke organizacije grada Subotice imenuje i razrešava osnivač.

Mandat direktora traje četiri godine.

Osnivač može do imenovanja direktora, imenovati vršioca dužnosti direktora.

Vršilac dužnosti direktora ima sva prava, dužnosti i odgovornosti, kao i direktor i može tu funkciju obavljati do imenovanja direktora, a najduže godinu dana od dana imenovanja.

Direktor Turističke organizacije grada Subotice može odrediti drugo lice da zastupa Turističku organizaciju grada Subotice.

Direktor Turističke organizacije grada Subotice za svoj rad odgovara Upravnom odboru i osnivaču.

U skladu sa odredbama Statuta Turističke organizacije grada Subotice, direktor obavlja sledeće poslove:

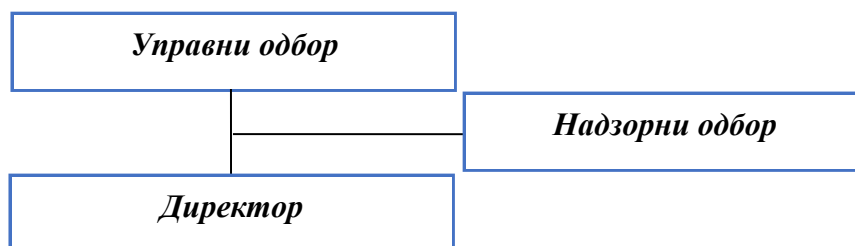
1. Predstavlja i zastupa Turističku organizaciju grada Subotice,
2. Izvršava odluke Upravnog odbora,
3. Organizuje i rukovodi radom Turističke organizacije grada Subotice,
4. Obezbeđuje zakonitost rada Turističke organizacije grada Subotice,
5. Predlaže godišnji program rada Turističke organizacije grada Subotice,
6. Predlaže akte koje donosi Upravni odbor,
7. Podnosi Izveštaj o poslovanju i godišnji obračun,
8. Donosi akt o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji radnih mesta,
9. Odlučuje o pravima i obavezama zaposlenih u Turističkoj organizaciji grada Subotice,
10. Obavlja i druge poslove određene Zakonom, Odlukom i ovim Statutom.

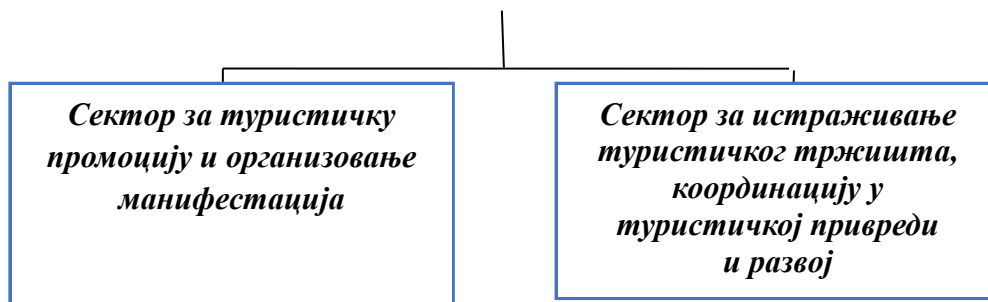
Dužnost v.d. direktora Turističke organizacije grada Subotice obavlja Aleksandar Medaković, diplomirani ekonomista.

3.5. Organizaciona struktura Turističke organizacije grada Subotice

Organizacionu strukturu Turističke organizacije grada Subotice čine:

Šema broj 1 Organizaciona struktura Turističke organizacije grada Subotice

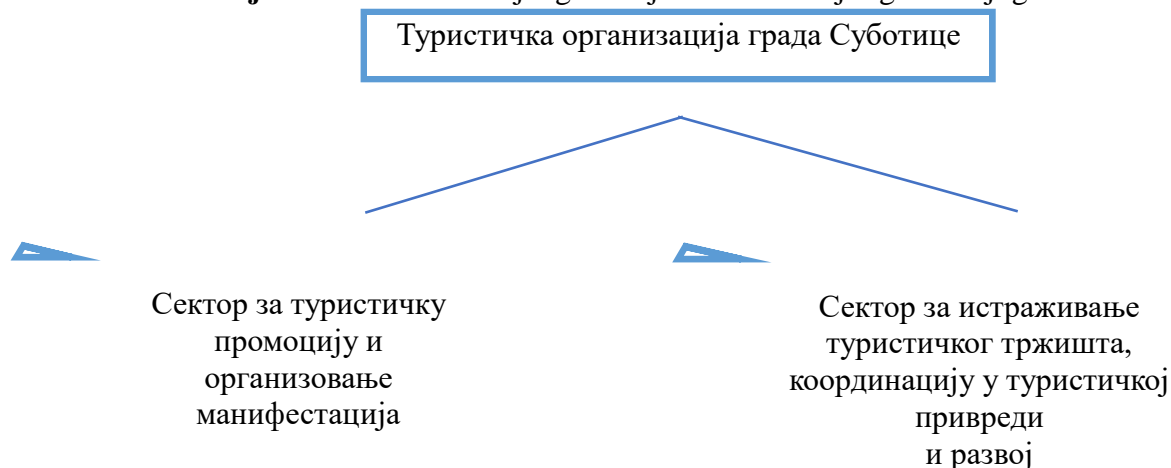




Definisanje unutrašnje organizacije, poslova i zadataka uređuju se Pravilnikom o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji, koju donosi direktor Turističke organizacije grada Subotice, uz saglasnost Gradonačelnika. Datim Pravilnikom definiše se način organizovanja Turističke organizacije grada Subotice, način rukovođenja Turističkom organizacijom grada Subotice, ukupan broj radnih mesta u Turističkoj organizaciji grada Subotice sa tačnim nazivom radnog mesta i opisom poslova za radna mesta i potrebnim brojem izvršilaca.

Radi boljeg, efikasnijeg i racionalnijeg ostvarivanja postavljenih ciljeva i zadataka, Turistička organizacija grada Subotice u svojoj organizacionoj strukturi ima definisane sledeće sektore i to:

Šema broj 2 Prikaz sektora koji egzistiraju u Turističkoj organizaciji grada Subotice



3.6. Način finansiranja Turističke organizacije grada Subotice

Za obavljanje svoje delatnosti Turistička organizacija grada Subotice pribavlja sredstva iz izvora definisanih zakonskom regulativom. Sredstva za obavljanje delatnosti Turističke organizacije grada Subotice u skladu sa Statutom Turističke organizacije grada Subotice obezbeđuju se iz sledećih izvora:

1. Sredstava naplaćenih od boravišne takse i turističke naknade,

2. Prihoda ostvarenih obavljanjem poslova iz okvira svoje delatnosti i iz drugih sopstvenih prihoda,
3. Donacija, priloga i sponzorstava domaćih i stranih pravnih i fizičkih lica,
4. Subvencija i dotacija iz budžeta Grada i
5. Drugih izvora u skladu sa Zakonom.

Novčana sredstva sa kojima raspolaže Turistička organizacija grada Subotice vode se na posebnom tekućem računu.

Naredbodavac za korišćenje novčanih sredstava Turističke organizacije grada Subotice jeste direktor ili lice koje ovlasti Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice.

O raspolaganju sredstvima Turističke organizacije grada Subotice odlučuje direktor i Upravni odbor Turističke organizacije grada Subotice.

3.7. Zakonski okvir koji reguliše poslovanje Turističke organizacije grada Subotice

Prilikom definisanja Programa poslovanja Turističke organizacije grada Subotice korišćena je sledeća zakonska regulativa:

1. Zakon o turizmu ("Sl. glasnik RS", br. 36/2009, 88/2010, 99/2011 - dr. zakon, 93/2012, 84/2015, 83/2018 - dr. zakon i 17/2019 – dr.zakon)
2. Zakon o javnim službama ("Sl. glasnik RS", br. 42/91, 71/94, 79/2005 - dr. zakon, 81/2005 - ispr. dr. zakona, 83/2005 - ispr. dr. zakona i 83/2014 - dr. zakon);
3. Zakon o lokalnoj samoupravi ("Sl. glasnik RS", br. 129/2017, 83/2014-dr.zakon i 101/2016-dr.zakon i 47/2018);
4. Zakon o finansiranju lokalne samouprave ("Sl. glasnik RS", br. 62/2006, 47/2011, 93/2012, 99/2013 - usklađeni din. izn., 125/2014 - usklađeni din. izn., 95/2015 - usklađeni din. izn., 83/2016, 91/2016 - usklađeni din. izn., 104/2016 i 96/2017 usklađeni din. izn., 89/2018 - usklađeni din. Izn. i 95/2018 - dr. zakon);
5. Zakon o platama zaposlenih u državnim organima i javnim službama ("Sl. glasnik RS", br. 34/2001, 62/2006 - dr. zakon, 63/2006 - ispr. dr. zakona, 116/2008 - dr. zakoni, 92/2011, 99/2011 - dr. zakon, 10/2013, 55/2013, 99/2014 i 21/2016 - dr. zakon),
6. Zakon o radu (Sl. glasnik RS br. 24/2005, 61/2005, 54/2009, 32/2013, 75/2014, 13/2017 -odluka US i 113/2017 i 95/2018 – autentično tumačenje),
7. Drugi važeći propisi koji se primenjuju na zaposlene u državnim organima, a prvenstveno se odnose na lokalnu samoupravu.

4. DEFINISANA MISIJA, CILJEVI I VIZIJA RAZVOJA TURISTIČKE DESTINACIJE SUBOTICA I PALIĆ

Turistička organizacija grada Subotice osnovana je sa prevashodnim ciljem unapređenja i promocije turizma Subotice i Palića kroz bolju promociju destinacije i u skladu sa tim prioritet je stvaranje uslova za aktiviranje turističkih resursa na teritoriji grada i okoline sa svim raspoloživim resursima i činionicima iz ove oblasti.

Glavni cilj Turističke organizacije grada Subotice je podsticanje, koordinacija i organizacija kulturnih i umetničkih, privrednih, sportskih i drugih manifestacija, a koje imaju za cilj unapređivanje postojećih i kreiranje novih turističkih proizvoda koje pruža destinacija.

4.1. Misija razvoja turističke destinacije Subotica – Palić

Turistička organizacija grada Subotice sa svim zainteresovanim stejkholderima ima misiju da:

1. Poveća odgovornost za skladan ekonomski, društveni i kulturni razvoj u sklopu turističke destinacije, a što zahteva stvaranje kvalitetnog, atraktivnog i pozitivnog ambijenta za razvoj urbanog turizma kao glavnog strateškog opredeljenja za razvoj turističke destinacije,
2. Konstantan rad na razvoju dobrih sistema komuniciranja između svih učesnika u kreiranju integrisanog turističkog proizvoda u turističkoj destinaciji Subotica - Palić, gde svi treba da sarađuju i aktivno učestvuju u kreiranju atraktivnih i konkurentski integrisanih turističkih proizvoda,
3. Ohrabrivanje i podržavanje realnih i kreativnih ideja u domenu instrumenata tržišnog nastupa: proizvoda, cene, kanala prodaje i promocije,
4. Stvaranje prijatnog i gostoljubivog ambijenta za domaće i strane posetioce, uključujući i lokalno stanovništvo destinacije,
5. Doprinose stvaranju ukupnog zadovoljstva turista kroz kvalitet i kvantitet ponuđenih usluga u sklopu destinacije. Svi učesnici turističke ponude treba da pružaju usluge visokog kvaliteta, prilagođene da zadovolje očekivanja i potrebe posetilaca,
6. Teže ka definisanju jasne distinkcije između domicilne i drugih sličnih destinacija pri čemu svoju pažnju treba da fokusiraju na obezbeđivanje visoke dodatne vrednosti kreiranih destinacijskih sadržaja na kojima pak treba konstantno raditi,
7. Stvaranje kanala promocije i propagande usmerenih u pravcu razvoja imidža turističke destinacije Subotica - Palić do nivoa optimalnog korišćenja postojećih kapaciteta i omogućavanje proširivanja i razvoja novih sadržaja turističke destinacije i rast smeštajnih kapaciteta,
8. Pri eksploataciji prirodnih, kulturnih i drugih resursa kontinuirano vode računa o profitabilnosti i održivosti dugoročnih investicija u destinaciji,

9. Sveobuhvatan pogled na turizam kao na motor razvoja grada koji može značajno doprineti jačanju ekonomske nezavisnosti i stvaranju novih radnih mesta, pri čemu proaktivnu ulogu u ovom procesu imaju svi akteri turističke privrede,
10. Razvoj turističke destinacije na principima održivog razvoja.

4.2. Vizija razvoja turističke destinacije Subotica – Palić

Kako bi se ostvarila definisana vizija razvoja turističke destinacije Subotica – Palić potrebno je ovaj proces shvatiti kao sveobuhvatan i kompleksan proces u koji moraju biti uključeni svi stakeholderi.

Tokom prethodnih godina, Subotica - Palić je uspostavila jasan identitet i u okviru stručnih krugova je definisana kao razvijena i atraktivna destinacija idealna za biznis, političke i kulturne susrete, organizaciju srednjih i malih konferencija i manifestacija, kao i kratkotrajnih gradskih odmora.

U narednom periodu sve aktivnosti turističke privrede grada moraju biti usmerene ka sledećim programskim aktivnostima:

1. Subotica - Palić treba da postane jedan od 5 najznačajnijih gradskih turističkih centara Srbije, da postane regionalno priznata i prepoznatljiva destinacija uvažavajući kvalitet, raznovrsnost, inovativnost i visoku dodatnu vrednost sadržanu u svojim turističkim proizvodima.
2. Subotica - Palić teži da stekne status moderne, dobro razvijene i konkurentne gradske turističke destinacije u pogledu infrastrukture, zaštite životne sredine, razvoja sistemskih mera za podsticanje preduzetništva, kreiranje novih mogućnosti zapošljavanja, rast bruto – društvenog proizvoda, permanentno težeći da održi status prijatne i opuštene atmosfere koja je imanentna manjim gradovima u kojima se stanovnici i posetioči osećaju bezbedno i udobno uz visok kvalitet života. Subotica treba da postane grad koji jednostavno mora biti otkriven, čije latentne čari treba da privuku turiste da osete i dožive Suboticu.
3. Subotica treba da postane grad lako dostupan svima.
4. Subotica treba da stekne status uspešnog grada koji obezbeđuje visok kvalitet života i brojna iznenađenja za brojne posetioce.
5. Jasno kreiranim aktivnostima Subotica i Palić treba da steknu status idealnog mesta kao polazne tačke za istraživanje Srbije ili ostalih regionalnih turističkih centara.
6. U usmerenom i jasno fokusiranom razvoju gradskih turističkih proizvoda u narednom periodu treba razmišljati o javno – privatnom partnerstvu kroz koje treba da se obezbedi balans između kvaliteta i cene pruženih turističkih usluga.
7. Vodeći se osnovnim principima na kojima se zasniva koncept održivog razvoja, Subotica - Palić treba da izbegne brojne zamke koje sa sobom donosi masovni turizam, da kroz procese povećanja i upravljanja potražnjom ostvari svoje definisane ekonomske

ciljeve, vodeći računa da pri tom odražava i unapredi svoje vrednosti lojalnošću svojih postojećih, tako i da privuče buduće potencijalne posetioce.

4.3. Strateški ciljevi razvoja turističke destinacije Subotica – Palić

Da bi se stvorili preduslovi za ostvarivanje vizije razvoja turističke destinacije neophodno je jasno definisati i sprovoditi konstatovane strateške ciljeve razvoja turističke destinacije Subotica – Palić. Na ovaj način stvaraju se pretpostavke optimalnog razvoja turističke destinacije uz eliminisanje ili ublažavanje svih konstatovanih rizika.

Krucijalna dva strateška cilja razvoja turizma Subotice i Palića odnose se na:

Tabela broj 4 Rekapitulacija glavnih strateških ciljeva razvoja turizma Subotice i Palića

STRATEŠKI CILJEVI RAZVOJA TURIZMA SUBOTICE I PALIĆA

1. Stvaranje preduslova za vrednovanje Subotice i Palića kao atraktivnih turističkih destinacija.

Realizuje se razvojem jakog brenda u okviru koga treba razvijati destinaciju tako da se stvore preduslovi da ona dobije priznanje atraktivne i privlačne destinacije domaćim i stranim investitorima kao najjačeg ekonomsko – privrednog centra severne Srbije.

2. Rad na kontinuiranom unapređenju konkurentnosti turističke destinacije kroz diversifikaciju i diferencijaciju sopstvenih proizvoda, kao i efikasno upravljanje istom.

Postojeći turistički proizvodi i usluge treba da se dodatno razvijaju i da se konstantno nadograđuju. U tom smislu treba težiti razvijanju inovativnih, tj. novih turističkih proizvoda kako bi se zauzela bolja pozicija na konkurentskom tržištu. Novi turistički proizvod koji je u u izgradnji u vidu Akva i spa centra na Paliću, svakako treba da bude jedan od prioriteta naše destinacije i da bude nosilac kreiranja novog destinacijskog brenda.

Da bi se obezbedio planski rast turističke destinacije Subotica – Palić i njeno sve bolje pozicioniranje na turističkom tržištu, neophodno je pored gore proklamovanih ciljeva, definisati nekoliko parcijalnih ciljeva kojima se trebaju stvoriti preduslovi za dalji razvoj i unapređivanje turističke destinacije Subotica – Palić: promovisanje područja Subotice i Palića kao atraktivnih turističkih destinacija za jasno definisane, ciljane vidove turizma, težnja ka daljem marketinškom pozicioniranju Subotice i Palića kao privlačne turističke destinacije, koncipiranje jasnih investicionih strategija u one turističke oblasti koje doprinose razvoju turizma celokupne destinacije, ohrabrivanje razvoja i promocija posebnih događaja i manifestacija koje mogu da privuku turiste, a koje su namenjene svima koji posećuju Suboticu i Palić, težnja ka stalnom unapređenju kvaliteta u pružanju turističkih usluga u sklopu destinacije kroz ponudu konsultantskih usluga u funkciji postizanja zadovoljstva na relaciji potrošač –

turista, kao i zajednički rad sa svim zainteresovanim organima, organizacijama i subjektima čija aktivnost jasno omogućuje unapređenje i promociju turizma na teritoriji grada Subotice.

5. OSTVARENI TURISTIČKI REZULTATI TOKOM 2018. GODINE I NJIHOVA ANALIZA

5.1. Trendovi na tržištu Republike Srbije

Da bi smo pristupili analizi ostvarenih turističkih rezultata u turističkoj destinaciji Subotica neophodno je prvo izvršiti strategijsku analizu rezultata ostvarenih na republičkom nivou za 2018. godinu.

Na osnovu podataka Republičkog zavoda za statistiku Srbije tokom 2018.godine u Republici Srbiji ostvaren je kumulativni rast od 11,17% u dolascima turista i rast od 12,14% u ostvarenim noćenjima turista.

Domaći turisti su zabeležili rast u broju dolazaka od 8,27%, dok učešće stranih turista beleži rast od 14,25%. Ako posmatramo ostvarena noćenja turista situacija je gotovo ista, jer su domaći turisti ostvarili rast u broju noćenja od 10,26%, dok su strani turisti zabeležili rast broja noćenja za 15,2%.

Analizirajući prethodne konstatacije dajemo tabelarni prikaz broja noćenja stranih gostiju prema zemlji porekla u Republici Srbiji:

Tabela broj 5 Broj noćenja stranih turista prema zemlji porekla

Rb	Zemlja porekla	Broj noćenja
1.	Bosna i Hercegovina	262.640
2.	Crna Gora	209.947
3.	Kina	179.247

4.	Hrvatska	176.944
5.	Turska	174.675
6.	Rumunija	174.031
7.	Nemačka	171.080
8.	Bugarska	167.505
9.	Slovenija	157.408
10.	Ostale vanevropske zemlje	145.286
11.	Rusija	139.341
12.	Grčka	129.750
13.	Italija	118.369
14.	Izrael	98.833
15.	Ostale evropske zemlje	96.380

Analizirajući prethodnu tabelu uočavamo da tri zemlje čiji turisti imaju najveće učešće u noćenju stranih turista su Bosna i Hercegovina čije se učešće kreće na nivou od 262.640noćenja, Crna Gora čije se učešće kreće na nivou od 209.947 noćenja i Kina koja učestvuje u ukupnom broju noćenja sa ostvarenih 179.247noćenja tokom 2018. godine. Novina u odnosu na 2017. godinu su svakako Kineski turisti koji su na lestvici ostvarenih noćenja u našoj zemlji došli na treće mesto.

5.2. Trendovi na destinaciji Subotica-Palić (analiza i izveštaj)

Fokusirajući se na analiziranje lokalnog turističkog prometa na teritoriji destinacije Subotica – Palić uočavamo pristupajući kompleksnoj analizi kretanja turističkog prometa tokom 2018. godine da zapravo najveći uticaj na kretanje turističkog prometa imaju zemlje iz našeg susedstva kao i najbliži strani emitivni centri.

Našu destinaciju, tokom 2018. godine posetilo 91.752 turista, koji su u datom periodu ostvarili 148.656 noćenja. Turističko mesto Suboticu posetilo je 61.530 turista sa ukupnim rastom od 7% uz ostvarenih 97.518 noćenja, takođe sa rastom od 2,8%

Turističko mesto Palić je u istom periodu posetilo 30.218 turista (pad od 5,2%) osoba koje su ostvarile 51.138 noćenja (pad od 2,1%). Palić je tokom prethodne godine imao blagi negativan trend i u dolascima i u noćenjima turista na destinaciji.

Tabela broj 6. Broj dolazaka po turističkim mestima:

Mesto	Dolasci	Udeo u %
Ukupno:	91.752	100%
Subotica:	61.534	67.07%
Palić:	30.218	32.93%

Kao što je uočljivo iz Tabele br. 6 Turističko naselje Subotica čini čak 67,07% od ukupnog turističkog prometa na teritoriji Grada Subotice, dok turističko naselje Palić ostvaruje 32,93% od ukupnog broja dolazaka turista na destinaciju u 2018. godini.

Analizirajući ove podatke dolazimo i do sličnih proporcija i odnosa kada su u pitanju podaci koji se tiču rasporeda noćenja na našoj destinaciji:

Tabela broj 7: Broj noćenja po turističkim mestima:

Mesto	Noćenja	Udeo u %
Ukupno:	148.656	100%
Subotica:	97.518	65.60%
Palić:	51.138	34.40%

Fokusirajući se na analiziranje lokalnog turističkog prometa na teritoriji destinacije Subotica (turistička mesta Subotica i Palić) dajemo pregled prvih 15 (petnaest) emitivnih zemalja na turističkom tržištu naše destinacije:

Tabela broj 8 Broj noćenja stranih turista u Subotici i na Paliću, prema zemlji porekla

R.br.	Zemlja porekla	Broj noćenja
1	Mađarska	12.052
2	Nemačka	7.430
3	Hrvatska	7.506
4	Kina	5.291

5	Poljska	4.485
6	Bosna i Hercegovina	4.345
7	Slovenija	4.037
8	Rumunija	3.083
9	Italija	2.526
10	Bugarska	2.628
11	Belgija	2.275
12	Severna Makedonija	2.149
13	Rusija	2.364
14	Slovačka	1.697
15	Crna Gora	1.687

Kao što se vidi iz tabelarnog prikaza, Mađarska je i dalje najveće emitivno tržište destinacije, uz značajan promet koje ostaruju, susedne zemlje kao što su Hrvatska i Bosna i Hercegovina, te najveća evropska emitivna tržišta kao što su Nemačka i Poljska. Značajno je pojavljivanje Kine među prvih 5 (pet) zemalja u 2018. godini kada govorimo o noćenjima .

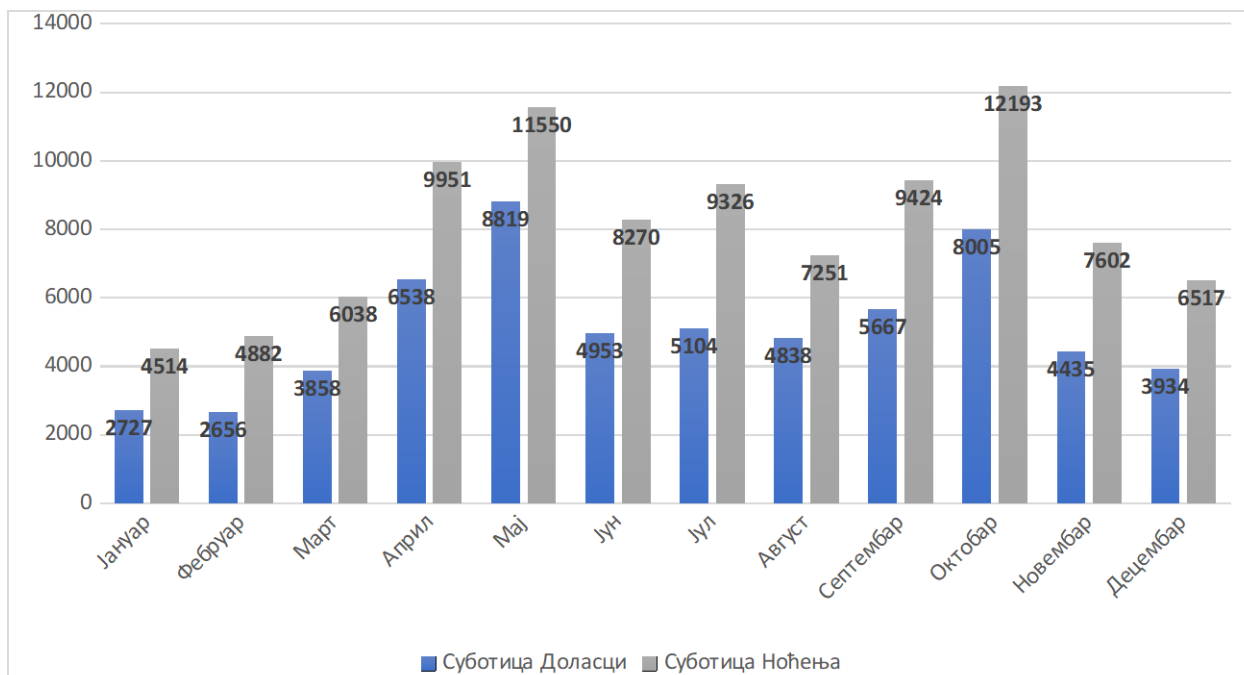
Radi lakšeg sagledavanja sezonalnih tendencija na turističkom tržištu Subotice, izvršićemo njihovo prikazivanje u formi tabelarnih pregleda:

Tabela broj 9 Dolasci i noćenja turista po mesecima za 2018. godinu u naselju Subotica.

Mesec	Dolasci	Noćenja
Januar	2727	4514
Februar	2656	4882
Mart	3858	6038
April	6538	9951
Maj	8819	11550
Jun	4953	8270
Jul	5104	9326
Avgust	4838	7251

Septembar	5667	9424
Oktoбар	8005	12193
Novembar	4435	7602
Decembar	3934	6517

Grafikon br. 1 Dolasci i noćenja turista po mesecima za 2018. godinu u naselju Subotica



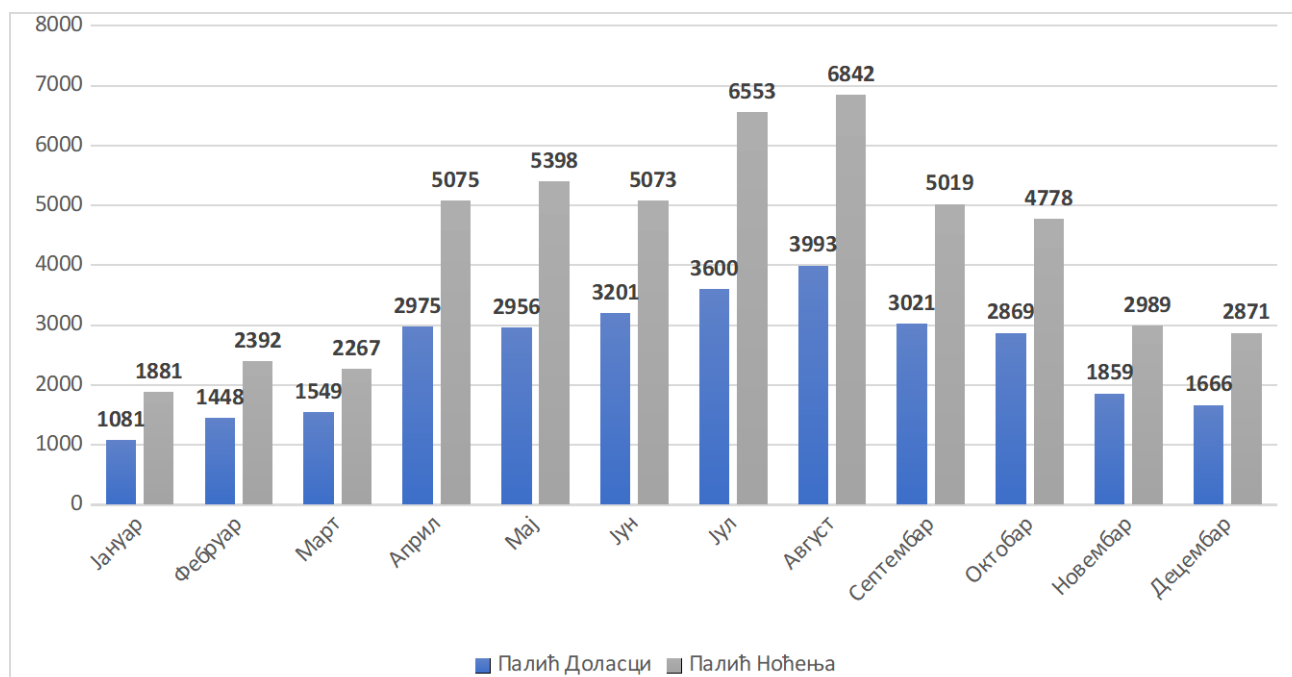
Analizirajući date tabele uočavamo da je najveći broj poseta i noćenja turista tokom 2018. godine ostvaren u maju mesecu i oktobru mesecu, dok je najmanja poseta turista bila u januaru. Značajno je pomenuti i mesece april i septembar koji takođe spadaju u mesece koji imaju veliku posetu na destinaciji.

Sastavni deo turističkog prometa destinacije Subotica predstavljaju i dolasci i noćenja turista u turističkom mestu Palić, koji će biti prikazani u tabeli koja sledi:

Tabela broj 10. Dolasci i noćenja turista po mesecima za 2018. godinu u naselju Palić.

Mesec	Dolasci	Noćenja
Januar	1081	1881
Februar	1448	2392
Mart	1549	2267
April	2975	5075
Maj	2956	5398
Jun	3201	5073
Jul	3600	6553
Avgust	3993	6842
Septembar	3021	5019
Oktober	2869	4778
Novembar	1859	2989
Decembar	1666	2871

Grafikon br. 2 Dolasci i noćenja turista po mesecima za 2018. godinu u naselju Palić.

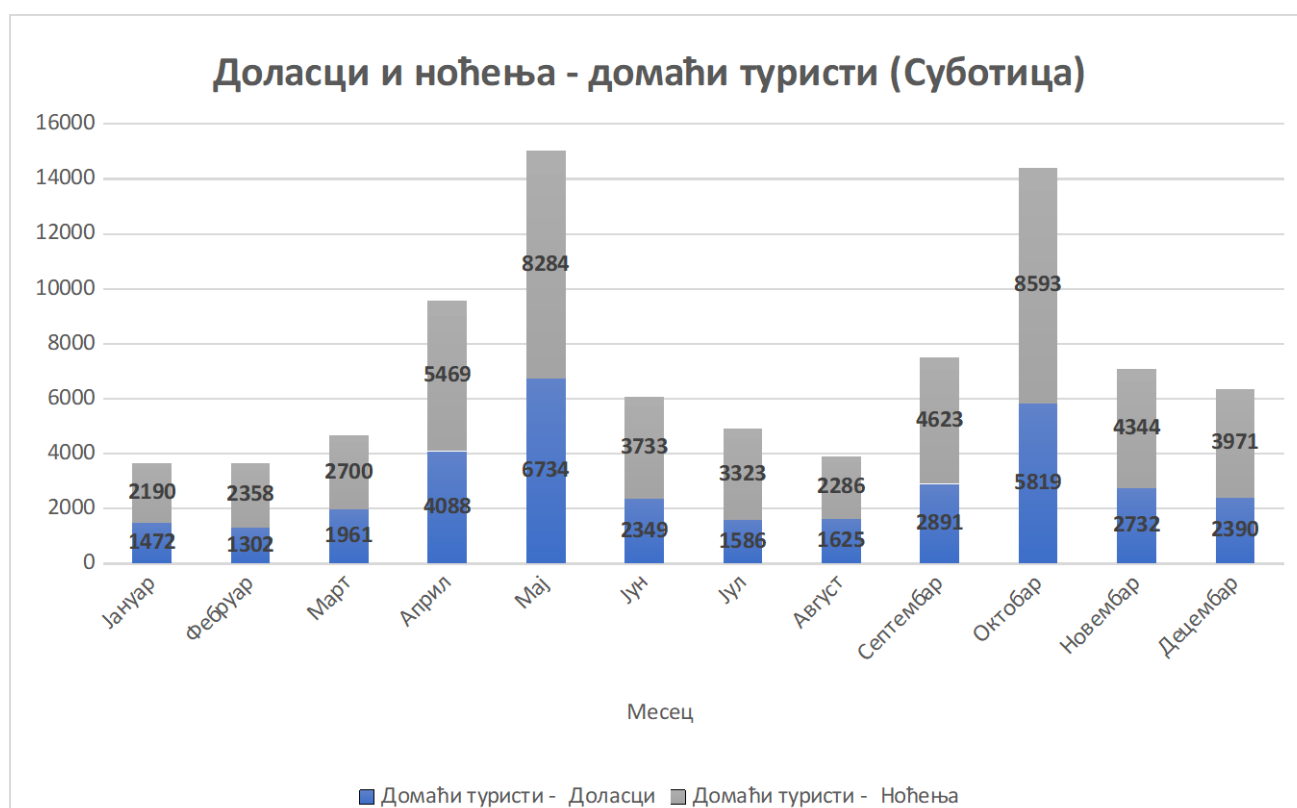


Podaci iz tabele 10. pokazuju da se najveći broj dolazaka i noćenja na Paliću ostvaruje u julu i avgustu a najmanji u januaru.

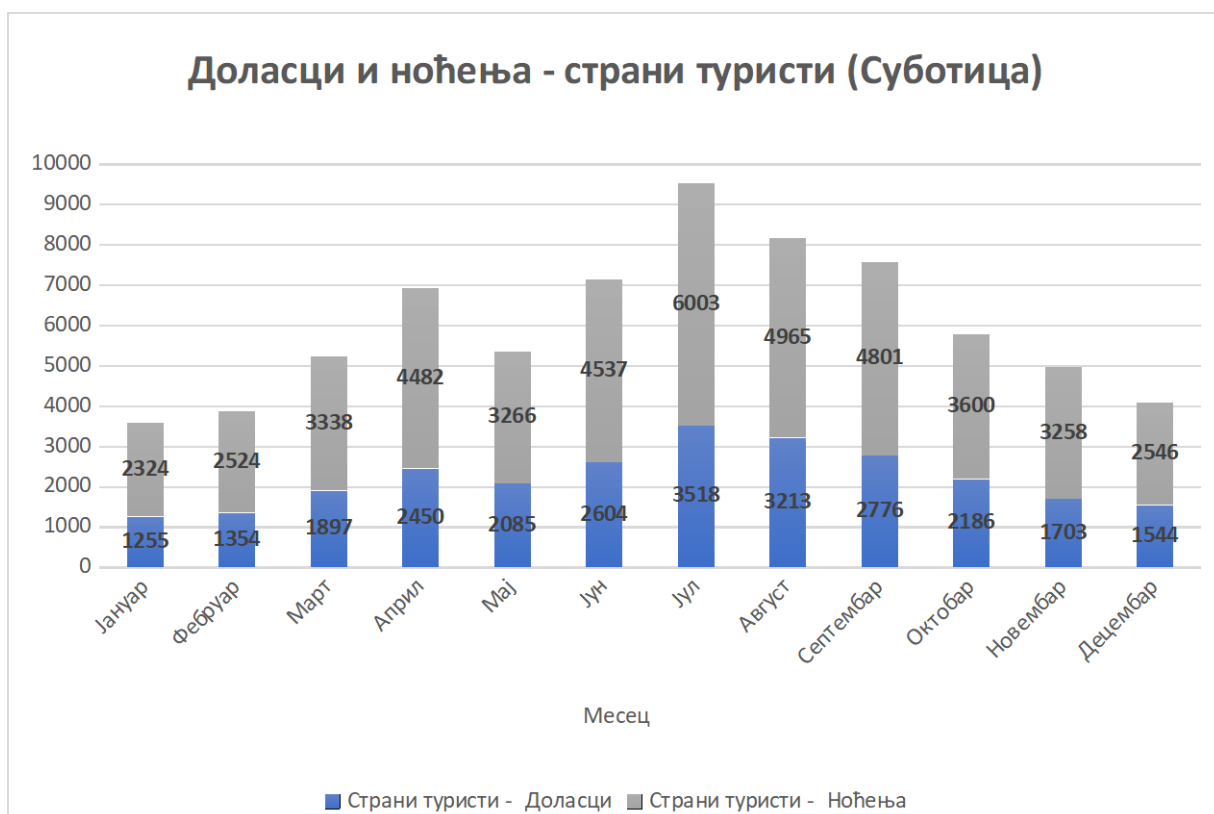
Kako bi smo dobili potpuniju sliku o tendencijama turističkog prometa tokom 2018. godine destinacije Subotica – Palić prikazaćemo prosečan broj dana boravka turista u Subotici i na Paliću.

U nastavku teksta sledi grafička strukturna analiza stranih i domaćih turista , i broja noćenja i dolazaka po mesecima koje ostvaruju na našoj destinaciji po mesecima (grad Subotica i turističko mesto Palić):

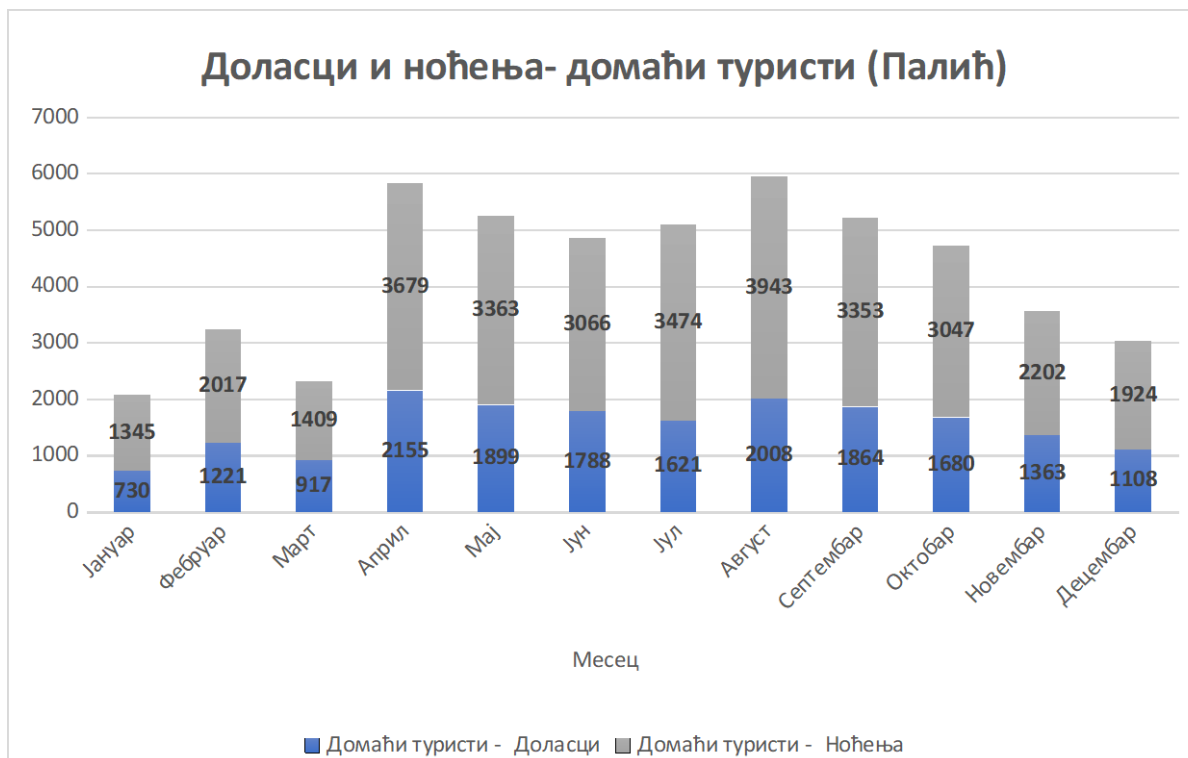
Grafikon 3. Dolasci i noćenja – domaći turisti (Subotica)



Grafikon 4. Dolasci i noćenja – strani turisti (Subotica)



Grafikon 5. Dolasci i noćenja- домаћи туристи (Палић)



Grafikon 6. – Dolasci i noćenja – strani turisti (Plaić)

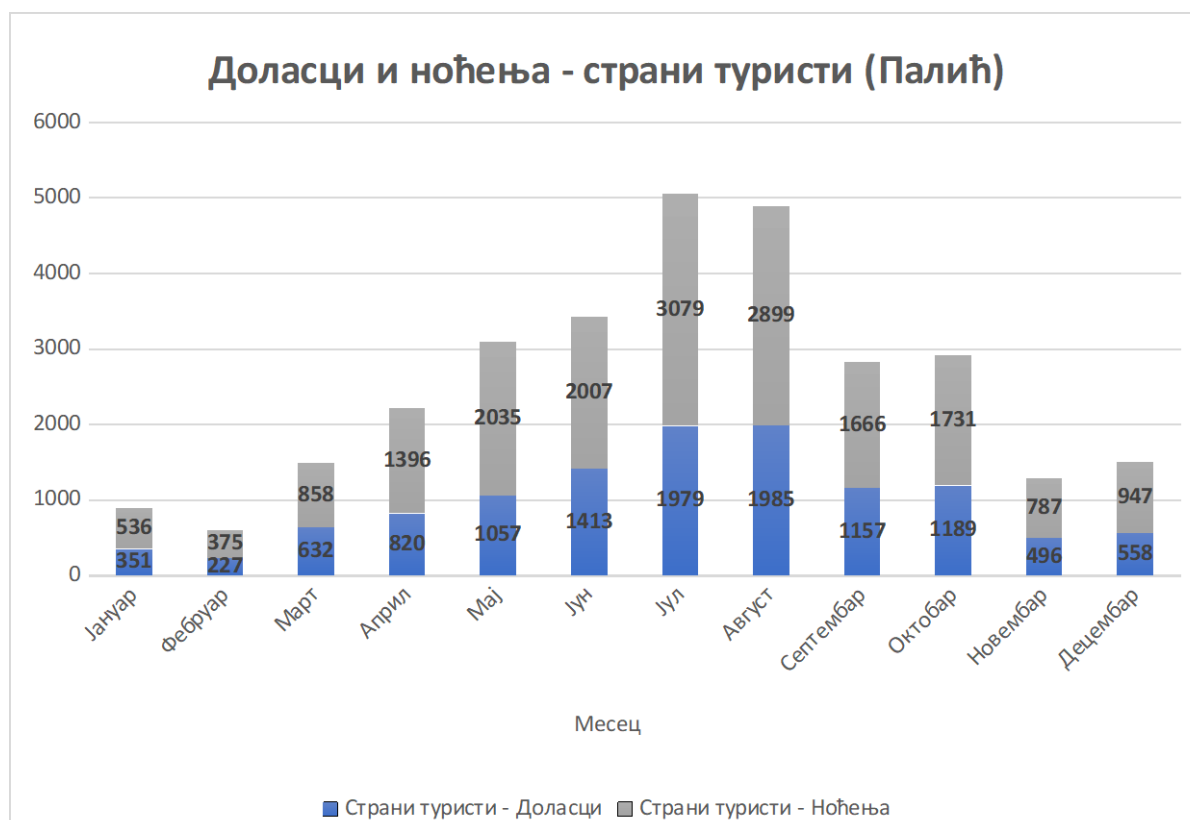


Tabela broj 10. Prosečan broj dana boravka turista u Subotici i na Paliću

PROSEČAN BROJ DANA BORAVKA TURISTA U SUBOTICI	
<i>Prosečan broj dana boravka turista</i>	1,58 dana
<i>Prosečan broj dana boravka domaćih turista</i>	1,48 dana
<i>Prosečan broj dana boravka inostranih turista</i>	1,72 dana
PROSEČAN BROJ DANA BORAVKA TURISTA NA PALIĆU	
<i>Prosečan broj dana boravka turista</i>	1,69 dana
<i>Prosečan broj dana boravka domaćih turista</i>	1,79 dana
<i>Prosečan broj dana boravka inostranih turista</i>	1,54 dana

Analizirajući tabelu broj 10 uočavamo da je prosečan broj dana boravka turista na Paliću veći od prosečnog broja dana boravka turista u Subotici i iznosi 1,69 dana, u odnosu na 1,58 dana. Ukoliko posmatramo Suboticu uočićemo da su veći prosečan broj dana boravka ostvarili inostrani turisti i da on iznosi 1,72 dana, dok je na Paliću drugačija situacija i ovde su veći

prosečan broj dana boravka ostvarili domaći turisti u iznosu od 1,79 dana u odnosu na inostrane turiste čiji je prosečan broj dana boravka iznosio 1,54 dana.

5.3. Turističko – informativni centar na Paliću kao uslužni centar za privatna lica koja se bave pružanjem usluga smeštaja u domaćoj radinosti

Koristeći zakonske mogućnosti koje pruža Zakon o turizmu, Turistička organizacija grada Subotice bavi se registrovanom delatnošću, posredovanjem u uslugama smeštaja u domaćoj radinosti. Na kraju 2018. godine Turistička organizacija grada Subotice imala sklopljenih 112 Ugovora o posredovanju u domaćoj radinosti sa fizičkim licima.

Na osnovu pomenutih Ugovora, Turistička organizacija je u periodu januar-decembar 2018. godine ostvarila:

- 1. Ukupan promet: 21.609.466,46 dinara,**
- 2. Boravišna taksa: 1.700.890,50 dinara,**
- 3. Porez na promet od nepokretnosti: 1.885.027,25 dinara i**
- 4. Provizija za pružene usluge u posredovanju: 942.513,60 dinara.**

6. PROGRAM RADA TURISTIČKE ORGANIZACIJE GRADA SUBOTICE ZA 2019. GODINU

Program rada Turističke organizacije grada Subotice za 2019. godinu urađen je u skladu sa izmenama i dopunama Zakona o turizmu i Strategijom razvoja turizma Republike Srbije, kao i Marketing strategijom Vojvodine. Važno je napomenuti da će se Zakon o Turizmu i Zakon o Ugostiteljstvu menjati tokom 2019. godine. Shodno ovim promenama u značajnoj meri menjaće se i sam rad lokalnih turističkih organizacija. Implementacija sa svim podzakonskim aktima, pravilnicima i odredbama zakona odvićaće se kroz celu tekuću 2019. godinu.

Kada je reč o strateškim dokumentima, Turistička organizacija grada Subotice pokrenuće inicijativu za Kategorizaciju turističkog mesta od strane Ministarstva trgovine, turizma i telekomunikacija, kao jednom od najvažnijih dokumenata. Pružiće svu logističku i operativnu podršku po pitanju kvalitativnih i kvantitativnih kriterijuma koji su sastavni deo same aplikacione forme i zahteva za Kategorizaciju turističkog mesta.

Turistička organizacija grada Subotice će u 2019. godini pored novog programa rada, novih ideja, planova i aktivnosti, savesno i ažurno raditi započete poslove i projekte iz prethodnog perioda. Obzirom da će se novi poziv za IPA projekte raspisati tokom 2019. godine, Turistička organizacija grada Subotice radiće na kreiranju novih ideja i projekata. Mnoge

planirane aktivnosti razviјаće se prema odobrenim projektima i i usvojenom budžetu za 2019. godinu.

Nakon sprovedene racionalizacije krajem, Turistička organizacija je smanjila broj sistematizovanih radnih mesta. Turistička organizacija grada Subotice započela je 2019. godinu sa sistematizovana tri radna mesta na neodređeno vreme i jednog na određeno (direktor). Ovaj broj je na žalost daleko manji od potrebnog broja za efikasno funkcionisanje Turističke organizacije grada Subotice. Treba imati u vidu da se obim poslova Turističke organizacije grada Subotice u svim segmentima povećao u odnosu na prethodne godine te je shodno tome potrebno raditi na povećanju broja zaposlenih.

6.1 Turističko – informativni centar na Paliću kao uslužni centar za fizička lica koja se bave pružanjem usluga smeštaja u domaćoj radinosti

U toku 2018. godine Turistička organizacija grada Subotice imala je sklopljeno 112 u Subotici i na Paliću Ugovora o posredovanju u domaćoj radinosti sa fizičkim licima.

Na osnovu ovih Ugovora, Turistička organizacija je u toku 2018. godine ostvarila sledeće parametre:

5. Ukupan promet: 21.609.466,46 dinara,
6. Boravišna taksa: 1.700.890,50 dinara,
7. Porez na promet od nepokretnosti: 1.885.027,25 dinara i
8. Provizija za pružene usluge u posredovanju: 942.513,60 dinara.

U prva četiri meseca 2019. godine ukupan broj sklopljenih ugovora je dostigao brojku od čak 138, a ukupan promet iznosi : 5.774.778,54 dinara, što je povećanje od 28% u odnosu na isti period 2018. godine. Bitna činjenica je da su se kroz ovaj vid usluge stvorili realni parametri ovog tipa objekata na našoj destinaciji.

Plan je da do kraja 2019. godine ostvarimo po ovom osnovu promet od 22.000.000,00 dinara prema dosadašnjim parametrima.

6.2. Sanacija i adaptacija bivše gradske Suvenirnice u novi Turistički vizitorsko-informativni centar

Na osnovu analiza svih činilaca koji kreiraju turističku ponudu destinacije i poseta turista u Turistički informativni centar u Subotici, došlo se do zaključka da je trenutni objekat neadekvatan sa stanovišta vidljivosti za turiste koji posećuju naš grad kao i samog koncepta i organizacije istog. Shodno tome inicirano je rešavanje ovog problema kroz molbu da se pomenuti prostor zameni adekvatnim po uzoru na sve veće turističke centre u zemlji i okruženju. TOGS će u 2019. godini aktivno raditi na rešavanju pomenute teme kroz, izradu projektno-tehničke dokumentacije za sanaciju i adaptaciju bivše gradske suvenirnice u novi Vizitorsko-informativni turistički centar. U okviru projekta predviđeno je i funkcionalno uređenje i opremanje enterijera. Od revitalizacije objekta pozitivne efekte imaće celokupna lokalna zajednica kao i svi domaći i strani turisti koji će svakako dobiti kvalitetniju i reprezentativniju uslugu kroz sam doživljaj destinacije koji će biti bogatiji ovakvim jednim novim objektom. Funkcija novog objekta ogledala bi se u modernijem i kvalitetnijem pružanju svih vidova informacija, prodaji suvenira, biletarnici, kao i stavljanje objekta u funkciju grupisanja turista za posete Gradske kuće, čime ćemo doprineti atraktivnosti destinacije i daljem razvoju turizma na našoj destinaciji.

6.3. IPA-S.O.S (projekat)

S obzirom na potpisan IPA projekat sa Hrvatskom 01.09.2017. godine na koji smo aplicirali u 2016. godini, Turistička organizacija grada Subotice je sa još četiri partnera krajem 2017. godine počela sa realizacijom dvogodišnjeg projekta «Secesijska turistička ruta Subotica-Osijek» (akronim SOS) koji će biti sufinansiran od strane Evropske unije, a u okviru «Interreg programa prekogranične saradnje Srbija - Hrvatska 2014-2020», prioritetna mera „Doprinos razvoju turizma i očuvanju prirodnog i kulturnog nasleđa“.

Promocijom novog tematskog puta kulturne baštine, odnosno secesijske rute koja spaja gradove Osijek i Suboticu, edukacijom zaposlenih u turizmu i kulturi, te promocijom novog prekograničnog turističkog proizvoda na lokalnim, nacionalnim i regionalnim tržištima – očekuje se povećanje broja turista na obe destinacije.

Ostali partneri u projektu su: Grad Subotica, Grad Osijek, Regionalna razvojna agencija Slavonije i Baranje d.o.o., a vodeći partner je Turistička zajednica grada Osijeka.

Ukupna vrednost projekta je 1.115.640 €. Budžet koji Turistička organizacija grada Subotice treba da obezbedi u toku 24 meseca radi predfinansiranja projekta iznosi 80.467,75€.

Od toga, 85% treba da bude refundirano (68.395,03 €), dok sopstveno učešće iznosi 15% (12.069,50 €)

Projekat traje 24 meseca, a aktivnosti vezane za isti otpočele su u oktobru 2017. godine. Aktivnosti Turističke organizacije grada Subotice kao partnera u projektu su da, kroz zajedničke sastanke sa Turističkom zajednicom Osijeka, kreiranje i umrežavanje baze podataka na temu secesijske baštine dva grada i definisanje tematskog puta na prekograničnom i lokalnom nivou radi stvaranja prekograničnog i lokalnog tematskog puta secesije i zajedničku promociju takve kulturno - turističke ponude.

Do kraja maja meseca u Subotici se planira organizacija edukacije zaposlenih u kulturi i turizmu. U istom periodu planiraju se sledeće aktivnosti:

- priprema, dizajniranje i štampanje lifleta (20.000 komada)
- priprema, dizajniranje i štampanje brošura (60.000 komada u tri jezičke varijante srpski, hrvatski i engleski koje će biti distribuirane u Turističkim informativnim centrima u Subotici i Osijeku).
- kupovina i montiranje dva info-izloga u dva lokalna Turističko informativna centra (Subotica i Palić) čime će sve relevantne informacije na više jezika biti dostupne turistima 24 sata.
- organizacija karavana u sklopu kojeg se planira obilazak 8 gradova u martu i aprilu 2019. godine u Srbiji, Hrvatskoj i Mađarskoj (Beograd, Novi Sad, Subotica, Osijek, Zagreb, Pečuj, Segedin, Budimpešta) radi promocije projekta. Promocija je planirana na gradskim trgovima, ili, u slučaju da vremenski uslovi to onemogućavaju, u velikim tržnim centrima.

6.4. IPA- „Our Borderless Art Nouveau Culture“ (projekat)

U aprilu 2018. potpisan je i IPA projekat sa Mađarskom, gde je Turistička organizacija grada Subotice sa Turističkom organizacijom Segedina kao vodećim partnerom otpočela projekat pod nazivom „Our Borderless Art Nouveau Culture“ u trajanju od 18 meseci, a vezan je naše zajedničko kulturno nasleđe, pre svega secesiju. Projekat je ukupne vrednosti 190.332 €, a budžet Turističke organizacije grada Subotice je 88.740 €. Sopstveno učešće iznosi 15%.

U sklopu navedenog projekta planiran su sledeće aktivnosti :

- Kreiranje zajedničkog dizajna za promociju
- Instalacija 30 info tabli za po 15 najznačajnijih objekata u Subotici i Segedinu na srpskom, mađarskom i engleskom jeziku, kao i Brajevoj azbuci
- Razvoj aplikacije za virtuelne ture za po 15 najznačajnijih secesijskih objekata u Subotici i Segedinu
- Izrada studije o evropskim rutama secesije sa izrađenim akcionim planovima za Suboticu i Segedin
- Elaborat o zajedničkim akcionim planovima sa razvijenim turističkim paketima i strategijom za novu prezentaciju na tržištu u periodu 2018 – 2022.
- Štampa zajedničkih brošura i ostalog propagandnog materijala na 9 jezika : srpski, mađarski, engleski, ruski, nemački, poljski, rumunski, italijanski i francuski.

6.5. Garantovane turističke ture

Prema prikupljenim informacijama i istraživanju tržišta Turistička organizacija grada Subotice kreirala je novi turistički proizvod u vidu garantovanih turističkih tura. U cilju što boljeg predstavljanja turističke destinacije, Turistička organizacija grada Subotice uvodi promotivnu uslugu turističkog vođenja stranih i domaćih turista sa licenciranim turističkim vodičima. Turistima i svim posetiocima biće omogućen bolje upoznavanje naše destinacije kroz kvalitetniju uslugu i novi turistički proizvod. Proizvod je osmišljen tako da njegova realizacija krene u prolećnim mesecima, kada našu destinaciju posećuje najveći broj turista i kontinuirano da se nastavi u do kraja 2019. godine.

6.6 Uspostavljanje wireless hot spot lokacija na teritoriji Grada Subotice

Uspostavljanje hotspot lokacija podstiče privredni rast kroz stvaranje novih usluga, omogućava i olakšava privlačenje ulaganja, uvođenja rada na daljinu, zdravstvene pomoći, boljeg obrazovanja kao i kvalitetnijeg i savremenijeg života svih građana. Osnovni cilj uspostavljanja hotspot lokacija je zadovoljavanje potreba građana, lokalnog stanovništva, turista, posetilaca za internet vezom, zatim privlačenje novih posetilaca na lokaciju, stvaranje dodatnih prihoda, kreiranje odnosno obogaćivanje turističke ponude.

Postavljanje hotspot mreže na nekoj lokaciji trebalo bi da privuče nove posetioce, te da utiče na produženje boravka turista i kvalitetniji pristup turističkim lokacijama i događajima u gradu. Ono što je važno za privredni i turistički potencijal lokalne samouprave jeste činjenica da poslovni ljudi i turisti sve češće očekuju bežični internet kao normu i „podrazumevanu ponudu“ u gradovima, na tranzitnim tačkama, turističkim odredištima, restoranima i kafićima. Grad Subotica, i Turistička organizacija grada Subotice, kao turistička destinacija žele da upotpune turističku ponudu i poboljšaju kvalitet destinacije.

Turistička organizacija grada Subotice prema izrađenom projektu planira da postavi Hot Spot uređaje na teritoriji grada Subotice na sledećim lokacijama: Trg Republike, Trg Slobode, Plato Zelene fontane, Plato ispred Turističkog informativnog centra, Park Rajhl Ferenca.

6.7. Dalje unapređenje WEB prezentacije Turističke organizacije grada Subotice

Turistička organizacija grada Subotice trenutno ima 4 aktivne web prezentacije. Dve su nasleđene od JP “Palić Ludaš” i to su:

1. www.visitsubotica.rs i
2. www.palic.rs.

Tokom 2011. godine su urađene još dve prezentacije koje promovišu specijalizovane servise u okviru Turističke organizacije grada Subotice:

1. Greeter Servis www.greeters.visitsubotica.rs — sajt koji je urađen u sklopu projekta pridruživanja destinacije međunarodnoj organizaciji Global Greeter Network i

2. Pre www.meetinsubotica.rs prezentacija Kongresnog sektora koja promoviše grad kao kongresnu destinaciju.

U toku 2012. godine, redizajniran je web sajt Subotice kao destinacije, www.visitsubotica.rs, koji je korisnicima postao dostupan od februara meseca 2013. godine. Sajt je u toku 2013. godine bio aktivan na 3 jezika: srpskom, engleskom i mađarskom, a u toku 2014. godine preveden je i na nemački, ruski, poljski i španski jezik zbog sve većeg broja gostiju iz ovog govornog područja koji posećuju naš grad.

U toku 2016. godine je redizajnirana web prezentacije www.visitsubotica.rs u skladu sa novim vizuelnim identitetom destinacije i sprovedeno je njeno osvežavanje novim sadržajima i podacima.

Prema programu u 2019. godini Turistička organizacija grada Subotice planira prikupljanje svih potrebnih baza podataka za izradu novog sajta i kreiranje samog koncepta istog. Planirano je integrisanje pomenuta četiri domena u dva funkcionalnija i preglednija: www.visitsubotica.rs i www.palic.rs. Tražiće se moderan vizuelan koncept po uzoru na turističke organizacije i destinacije koje su vodeće u ovoj oblasti, kako bi približili svim zainteresovanim stranama bolju informisanost i vidljivost. Takođe radiće se i na ostalim kanalima marketinga i boljoj vidljivosti profila na društvenim mrežama („Facebook i „Instagram“) kroz razne vidove kanpanja i prezentacije naše destinacije.

6.8. Nastavak razvijanja mobilne aplikacije Visit Subotica

Prateći svetske trendove u modernim komunikacijama, Turistička organizacija grada Subotice je realizovala projekat “Subotica goes on - line”, odnosno pustila je u rad mobilnu aplikaciju za “pametne telefone” na android platformi. U svetu je ovaj vid upoznavanja turista sa sadržajima destinacija uveliko prepoznat kao jedan od najboljih načina za animiranje gostiju koji se nalaze u destinaciji.

Mobilna aplikacija je urađena tako da je potpuno funkcionalna bez povezivanja na internet, odnosno posetilac može da je preuzme sa interneta i da nakon toga nema nikakve dodatne troškove kada je koristi (ovo je veoma značajno za turiste iz inostranstva, jer se podaci u romingu tarifiraju po izuzetno visokim cenama), integrisan je sistem navigacije i urađen je na 4 jezika (srpski, mađarski, engleski i nemački jezik).

U januaru 2017. godine postavljena je nova verzija aplikacije sa interfejsom redizajniranim u skladu sa novim vizuelnim identitetom destinacije i osvežen novim podacima kako bi posetiocima pružala relevantne informacije o objektima, dešavanjima, mogućnostima za zabavu i rekreaciju.

U tom smislu, osveženi su sledeći podaci:

- Prekontrolisani kontakt podaci svih učesnika u turističkoj privredi Subotice i Palića;
- Navedeni novootvoreni objekti kako smeštajni, tako i ugostiteljski;
- Osvežena mapa grada kao i okolnih područja.

U toku 2019. godine TOGS će raditi na ažuriranju postojeće aplikacije u svim postojećim sadržajima kao i dodavanja novih.

6.9. Afirmacija Subotice kao kongresne destinacije

Turistička organizacija grada Subotice je u saradnji sa Kongresnim biroom Srbije, uvrstila grad Suboticu i okolinu u jednu od najznačajnijih kongresnih destinacija u Srbiji zajedno sa Beogradom, Novim Sadom, Kopaonikom i Zlatiborom. Prepoznavanje potencijala naše destinacije od strane Kongresnog biroa Srbije kao destinacije koja ima ogroman, neiskorišćen kapacitet za razvoj kongresnog turizma je u 2011. godini rezultirala osnivanjem Kongresnog sektora u okviru Turističke organizacije grada Subotice.

U toku 2015. godine, Subotica je u kongresnoj industriji Srbije zauzela treće mesto po broju održanih skupova i broja delegata, jer je bila domaćin velikog broja domaćih i međunarodnih skupova. Takođe, broj delegata koji je učestvovao na skupovima u Subotici i Paliću je povećan za preko 20%.

Prednost naše destinacije u odnosu na konkurentske u regionu je svakako na vreme postavljena pravilna organizaciona struktura kongresnog sektora i donekle izvršena standardizacija u pogledu neophodnog kvaliteta usluge kod lokalnih partnera.

Zadaci Kongresnog sektora za sada su obezbeđivanje informacija o kongresnim kapacitetima, davanje informacija o smeštajnim kapacitetima, štampanje vodiča za organizaciju skupova i sastanaka, štampanje vodiča za planiranje korporativnih putovanja, davanje informacija za medije, davanje saveta o destinaciji, davanje informacija o banket prostorima, štampanje mapa grada i davanje informacija za posetioce, pružanje informacija o mogućnostima za zabavu, kao i o pružaocima usluga na destinaciji. Dalji razvoj Kongresnog sektora u okviru Turističke organizacije, a samim tim i ove vrste turizma, uslovljen je pre svega jačanjem kadrovskih potencijala.

U januaru 2015. godine, Turistička organizacija grada Subotice drugi put je učestvovala na Conventi u Ljubljani - najvećoj B2B manifestaciji na području jugoistočne Evrope koja je posvećena isključivo kongresnoj industriji što je rezultiralo sa 6 „site inspections“, gde su predstavnici zainteresovanih organizatora skupova obišli našu destinaciju i na licu mesta se uverili u kvalitet kapaciteta i sadržaja. Ovim se povećava mogućnost za organizovanje još većeg broja događaja kongresnog tipa u našoj destinaciji.

Na osnovu svega navedenog potrebno je nastaviti sa promotivnim aktivnostima kroz sve vrste medija, ali i raditi na daljem obrazovanju zaposlenih u Turističkoj organizaciji grada Subotice kroz posete usko specijalizovanim sajmovima kongresnog turizma u Evropi. Planirane aktivnosti Turističke organizacije grada Subotice odvićać se u smeru kreiranja novog turističkog proizvoda u vidu kompletne ponude naše destinacije i targetiranu komunikaciju sa zainteresovanim stranama.

6.10. Promocija grada kroz manifestacije i festivale

Turistička organizacija grada Subotice je od 2017. godine od strane Grada određena za organizatora manifestacija Dana Grada i Dočeka Nove godine na Trgu.

Pored navedenih manifestacija, a u sklopu svojih redovnih aktivnosti svake godine priprema se Kalendar manifestacija radi promocije turističke ponude kao i u svrhu informisanja turista. U Kalendaru su navedena dešavanja koja su turistički valorizovana ili imaju potencijala da to postanu i to kako zabavna i gastronomska, tako i etno, kulturna, sportska i privredna dešavanja. Mnoge od navedenih manifestacija dobijale su i preporuku od strane Turističke organizacije grada Subotice, za učestvovanje na konkursima za unapređenje turizma i destinacije.

Integralna verzija Kalendara dešavanja za celu 2019. godinu za Suboticu, Palić i okolinu, dostupna je na srpskom, a izbor turistički najznačajnijih dešavanja na mađarskom i engleskom jeziku na sajtu www.visitsubotica.rs tokom godine, Kalendar dešavanja se konstantno dopunjava i ažurira, a sve manifestacije blagovremeno se najavljuju na sajtu Turističke organizacije.

Trojezična štampana verzija Kalendara dešavanja za 2019. godinu u saradnji sa preduzećem „Park Palić“ D.O.O sa izborom od 44 najznačajnije i najatraktivnije manifestacije, štampana je početkom februara meseca u tiražu od 3000 primeraka za promociju na Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu.

Turistička organizacija grada Subotice izbor turistički najznačajnijih dešavanja redovno dostavlja i Turističkoj organizaciji Srbije, Turističkoj organizaciji Vojvodine i drugim zainteresovanim subjektima.

U 2019. godini, akcenat je stavljen na promociju sledećih dešavanja:

Tabela broj 16 Kalendar dešavanja na području destinacije tokom 2019. godine

Januar		
<i>Subotica, SKC Sveti Sava</i>	Svetosavska nedelja	www.skcsvetisava.rs
	Kulturna manifestacija	
Februar		
<i>Subotica, Gradska kuća</i>	18. Festival ljubavi i vina	
<i>Subotica – na više</i>	19. FEMUS 2019 Internacionalni festival umetničke	<u>www.femus.info</u>

lokacija

muzike

Mart

Kelebija, ergela Kelebija

Karneval sa konjima

www.lipicaner.com

April

Subotica, centar grada

11. Butkicijada i Uskršnji vašar

*Palić, Velika terasa i
veliki park*

Uskrs na Paliću
Obeležavanje uskršnjih praznika

www.hotelprezident.com

Maj

Palić

Prvomajski uranak
Višednevni zabavni program

www.park-palic.rs

Palić, Jedriličarski klub

SEEEOC 2019
Međunarodna jedriličarska regata

Palić, Velika terasa

FUNCHESTIC!
Međunarodni šahovski festival

www.aragoniaibeatrice.com

*Subotica i Palić, na više
lokacija*

Noć Muzeja
Kulturni spektakl

Palić, Velika terasa

Urbanovi dani
Palićke vinske svečanosti

www.park-palic.rs

Palić

Zlatni kotlić Palića
Takmičenje u kuvanju riblje čorbe

www.facebook.com/konoba.kujundzic

*Subotica, Stadion malih
sportova*

Festival Omladina
Takmičenje neafirmisanih bendova i
revijalni nastupi

www.kzm.subotica.rs

Subotica, Hala sportova

**13. Međunarodni i regionalni
sajam privrede "SuSajam"**
Sajam, poslovni susreti i programi
edukacije

www.suboticasajam.rs

Jun

Palić

IAU Palić 2018.
Međunarodni ultramaraton

www.usspalic.org

Subotica, Palić i Đurđin

**Međunarodni susret oldtimer i reli
vozila**

www.oldtimerclub-vozila

	Izložba starovremenih automobila i motocikala	subotica.com
<i>Subotica</i>	Svetski dan secesije Višednevni kulturni programi	www.facebook.com/SecesijaUSuboticiSzecesszioSzabadkan
<i>Subotica i Palić, na više lokacija</i>	16. Etnofest World music festival	www.etnofest.org
<i>Palić, obala Lajoša Vermeša</i>	Državno prvenstvo Srbije u veslanju Državno takmičenje	www.veslanje-palic.org.rs
<i>Subotica, centar grada (Bajmok, Pačir i Palić)</i>	Međunarodni susret Oldtimer vozila Izložba vozila	www.oldtimer.rs
<i>Jul</i>		
<i>Đurđin, kraj đurđinske crkve</i>	Ris Takmičenje žetelaca u ručnom košenju žita	FB-Dužijanica
<i>Palić i Subotica</i>	Festival evropskog filma „Palić 2019“ Selekcije evropskih filmova	www.palicfilmfestival.com
<i>Palić</i>	Summer3p festival Festival elektronske muzike	www.summer3p.org
<i>Avgust</i>		
<i>Subotica, na više lokacija</i>	Dužijanica Završni deo žetvenih svečanosti	FB-Dužijanica
<i>Subotica, na više lokacija</i>	Dan Dužijance Nacionalni praznik Bunjevaca	www.bunjevci.net
<i>Palić, obala Lajoša Vermeša</i>	Sv. Ištvan Nacionalni praznik Mađara	www.vmsz.org.rs
<i>Subotica, centar grada</i>	Interetno festival Međunarodni festival folklor	www.interetno.net
<i>Palić, obala Lajoša Vermeša</i>	57. Vojvodina Open Međunarodna veslačka regata	www.veslanje-palic.org.rs
<i>Septembar</i>		

<i>Subotica, više lokacija</i>	Dan Grada Višednevni kulturni i zabavni programi	www.subotica.rs
<i>Subotica</i>	Subotički polumaraton Lokalni polumaraton	www.subotickipolumaraton.rs
<i>Subotica</i>	Zavičajni dani Višednevni kulturni i zabavni programi	
<i>Palić</i>	Berbanski dani Proslava povodom završetka berbe u voćnjacima i vinogradima	www.park-palic.rs
<i>Palić</i>	5. Dead lake horror & wine festival <u>Degustacija i prodaja vina</u>	www.deadlake.rs
<i>Palić</i>	Vinski maraton Sportsko-rekreativna <u>manifestacija</u> <u>karnevalskog duha</u>	www.park-palic.rs
<i>Subotica</i>	Međunarodni festival pozorišta za decu Festival pozorišta za decu i pozorišta lutaka	www.lutfestsubotica.net
<i>Subotica</i>	Jesenji festival jevrejske kulture Predstavljanje jevrejskog kulturnog stvaralaštva	www.josu.rs
<i>Oktobar</i>		
<i>Subotica</i>	8. Festival Hrizantema Festival filmova fantastike i horor filmova	www.alifka.org
<i>Subotica i Palić, više lokacija</i>	10. Jubilarni JAZZIK festival Internacionalni festival džez muzike	www.jazzikfestival.com
<i>Novembar</i>		
<i>Ljutovo</i>	Festival mlade rakije Festival spaja proizvođače i ljubitelje kvalitetnih lokalnih voćnih rakija	<u>FB-</u> ljubiteljirakije.subotickapes <u>cara</u>
<i>Subotica, centar grada</i>	MEAT&EAT GASTROFESTIVAL Sajam mesnih prerađevina, vina i rukotvorina	
<i>Subotica i Palić</i>	Desire Central Station festival Festival savremene pozorišne i	www.desirefestival.eu

plesne umetnosti

<i>Decembar</i>		
<i>Subotica</i>	Winter Fest Praznični vašar u centru grada	www.supijace.co.rs
<i>Subotica</i>	Trka Deda Mrazeva Sportsko-rekreativna manifestacija za sve usrase	www.usspalic.org
<i>Subotica, Trg slobode</i>	Doček Nove godine 2019.	www.subotica.rs

6.11. Informativno propagandna delatnost

Turistička organizacija grada Subotice će tokom 2019. godine preduzimati značajne aktivnosti u pogledu promocije turističke ponude destinacije Subotica – Palić.

Definisan spisak aktivnosti:

- ✓ *Izrada stalaka za promotivni materijal destinaciju, u zaiteresovanim objektima smeštaja na našoj destinaciji*
- ✓ *Organizovanje manifestacija*
- ✓ *Projektne aktivnosti usmerene na promociju destinacije*
- ✓ *Organizovanje rada turističko - informativnih centara.*
- ✓ *Održavanje i unapređenje internet prezentacija.*
- ✓ *Realizacija medijske kampanje u elektronskim medijima.*
- ✓ *Realizacija medijske kampanje u štampanim medijima.*
- ✓ *Realizacija kampanje na internet pretraživačima.*
- ✓ *Organizovanje i koordinacija promotivnih nastupa i sajмова turizma u zemlji i regionu.*
- ✓ *Organizovanje poseta studijskih grupa novinara i turističkih agencija iz zemlje*

✓ *Informativna delatnost.*

. Poseban akcenat u tekućoj 2019. godini biće nam svakako targetiran na studentske posete internacionalnih novinara i delegacija. Značajno je napomenuti da smo uvršteni u kalendare poseta kod Turističke organizacije Srbije, prepoznati kao atraktivna destinacija za ovu vrstu promocije.

6.12. Izrada informativno- propagandnog materijala

Turistička organizacija grada Subotice u 2019. godini predviđene su sledeće aktivnosti u pogledu izrade informativno – propagandnog materijala:

1. *Izrada fotodokumentacije* - otkup najboljih fotografija koje mogu biti upotrebljene za potrebe svih vrsta prezentacija destinacije (brošure, lifleti, web prezentacije, Press materijali...).
2. *Plasman zvaničnih suvenira Subotice*
3. *Izrada opštih kataloga destinacije* – svakako je jedna od najvažnijih delatnosti Turističke organizacije grada Subotice, te će se nastaviti sa ovom praksom, a najnoviji katalozi (brošure) će biti predstavljene na Međunarodnom sajmu turizma u Beogradu.

6.13. Praćenje turističkog prometa i istraživanje tržišta

Obzirom da u okviru Turističke organizacije grada Subotice postoji poseban sektor – Sektor za istraživanje tržišta i razvoj – ovo je svakako deo poslova kome će se Turistička organizacija grada Subotice posvetiti i u 2019. godini. Takođe, u ovoj godini planirano je i angažovanje stručnih lica za pomoć u istraživanju i anketiranju turista koji dolaze na našu destinaciju, radi kreiranja novih turističkih proizvoda.

Sprovodiće se sledeće aktivnosti:

- *Praćenje broja gostiju* – uz podršku Republičkog zavoda za statistiku svakog meseca će biti rađena analiza podataka koji nam budu dostavljeni tako da svi zainteresovani u svakom momentu mogu dobiti relevantne podatke za prethodni mesec.
- *Analiza mišljenja turista i posetilaca Subotice* kroz podatke koji se prikupe u Turističkom informativnom centru kako u Subotici, tako i na Paliću.

6.14. Planirani obim štampanja promotivnih materijal i štampanih medija

U toku 2019. godine planirano je štampanje sledećih materijala:

Nova izdanja:

Kalendar manifestacija u Subotici, na Paliću i Kelbiji za 2019. godinu .u saradnji sa preduzećem „Park Palić D.O.O“ Trojezično, srpsko – englesko - mađarsko izdanje, Tiraž: 3.000 komada

Katalog Smeštaja (Subotica-Palić) – Srpsko-englesko-mađarsko izdanje, Tiraž: 1500 komada

Doštapavanje ažuriranih brošura:

Turistički vodič – Subotica, srpsko – englesko izdanje, Tiraž: 10.000 komada

Turistički vodič – Subotica, nemačko – mađarsko izdanje, Tiraž: 5.000 komada

Turistički vodič – Palića, srpsko – englesko izdanje, Tiraž: 5.000 komada

Mapa Subotice- Tiraž 10.000 komada

6.15. Prikupljanje i objavljivanje informacija vezanih za razvoj turizma

U okviru rada Turističko - informativnih centara u Subotici i na Paliću prikupljaju se svi podaci značajni za turističku privredu destinacije. TOGS će sve svoje izveštaje bazirati na mesečnim i kvartalnim izveštavanjima na osnovu podataka iz neposrednog kontakta sa turistima i privredom, kao i relevantnim državnim institucijama iz svere turizma. Iz ovog fonda se dobijaju informacije pogodne za formiranje:

1. Kalendara događaja,
2. Saopštenja i drugih informacija za medije i druge interesente,
3. Cenovnici za sajamske nastupe i druge potrebe,
4. Flajeri i drugi propagandni materijali.
5. Sačinjavaju izveštaji,
6. Daju tekuće turističke informacije.
7. Kreiraju destinacijske analize

Ove informacije redovno, kao i do sada, prosleđuju se partnerima u turističkoj privredi grada Subotice kao vid podrške za sprovođenje njihovog poslovanja. Planirano je da se obaveštenja i preporuke šalju putem newsletter-a namenjenih lokalnoj turističkoj privredi.

Turistička organizacija grada Subotice će sarađivati sa svim javnim subjektima koji učestvuju u turističkoj privredi Subotice i okoline, Srbije i regiona u cilju što boljeg sistematizovanog prikupljanja podataka o stanju i kretanjima na turističkom tržištu kao i kretanjima u trendovima stvaranja novih turističkih proizvoda i novim načinom njihovog plasiranja.

6.16 Razvijanje saradnje sa WEB portalima koji su specijalizovani za turizam, kao i sa časopisima u zemlji i regionu

Neophodno je i u narednom periodu redovno osvežavati novim informacijama sve internet portale koji su posvećeni turizmu i turistički - relevantnim temama, a sa kojima Turistička organizacija grada Subotice sarađuje unazad nekoliko godina.

Zaposleni u Turističkoj organizaciji grada Subotice će i u 2019. godini pomagati, podržavati i neposredno učestvovati u pisanju stručnih i kvalitetnih članaka na pojedine teme iz oblasti turizma i plasirati ih u štampi, stručnim časopisima, revijama i drugim štampanim i elektronskim izdanjima. TOGS će u 2019. godini raditi prevashodno na edukaciji zaposlenih iz ove oblasti kako bi se destinacijska promocija u ovom vidu komunikacije podigla na viši nivo po ugledu na uspešne turističke destinacije iz ove oblasti.

6.17. Planirane sajamske aktivnosti u 2019. godini

U 2019. godini. Turistička organizacija grada Subotice planira da nastupi na sledećim sajmovima:

Tabela broj 17. Nastupi na sajmovima i manifestacijama u 2018. godini

SAJAMSKI NASTUPI U INOSTRANSTVU

1. „IMTM“, Tel Aviv, Izrael, februar 2019, u saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije,
2. „ITB“, Berlin, Nemačka, mart 2019. godine, u saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije,
3. „Places2Go“, Zagreb, Hrvatska, mart 2019. godine u saradnji sa Turističkom organizacijom Vojvodine,
4. Banja Luka, Bosna i Hercegovina, Sajam turizma, april 2019.godine. u saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije,
5. Pula, Hrvatska, „Dani Vojvodine“. maj 2019. u saradnji sa Turističko organizacijom Vojvodine
6. Temišvar, Rumunija „Dani Vojvodine“, septembar 2019. godine, u saradnji sa Turističkom organizacijom Vojvodine,
7. Trebinje, Bosna i Hercegovina, "Dani Vojvodine" , oktobar 2019. godine, u saradnji sa Turističkom oranizacijom Vojvodine
8. „Leisure“, Moskva, Rusija, septembar 2018. godine, u saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije
9. „WTM“, London, novembar 2019. godine, u saradnji sa Turističkom organizacijom Srbije

SAJAMSKI NASTUPI U ZEMLJI

1. Beograd,"Međunarodni sajam turizma",. februar 2019. godine, samostalan nastup,
2. Beograd, "Beogradski manifest",. maj 2019. godine, samostalan nastup,
3. Subotica, „Međunarodni i regionalni sajam privrede“, 2019. godine, samostalan nastup
4. Novi Sad, "Međunarodni sajam turizma", oktobar 2019. godine, u saradnji sa Pokrajinskim sekretarijatom za privredu i Turističkom organizacijom Vojvodine
5. Kragujevac, "Sajam turizma i seoskog turizma", novembar 2019. godine u saradnji sa Turističkom organizacijom Vojvodine
6. Niš, Međunarodni sajam turizma i aktivnog odmora, april 2019. godine, u saradnji sa Turističkom organizacijom Vojvodine

7. ZAKLJUČNA RAZMATRANJA I PORUKE ZA BUDUĆNOST

Plan i program rada Turističke organizacije grada Subotice usklađen je sa trenutnim trendovima na domaćem, regionalnom i međunarodnom tržištu i predstavlja sredstvo za sprovođenje razvojne politike, praćenje i merenje razvoja i napretka naše destinacije.

Dokument daje viziju za Suboticu i Palić kao veoma značajne destinacije Republike Srbije, idealne za poslovni turizam, kratke gradske odmore i savršenu bazu, tj. polaznu tačku za istraživanje znamenitosti Srbije i okolnih evropskih zemalja. Subotica kao jedan od vodećih privrednih centara države Srbije i brzo rastuća turistička destinacija ima dobre šanse da dodatno poveća količinu i kvalitet usluga u turizmu, da poboljša svoje priznanje i konkurentnost, te da time postigne ciljeve iznete u ovom planu rada.

Ovde svakako treba istaći da su trendovi turističke tražnje poslednjih nekoliko godina, kao i trenutni i aktuelni trendovi u regionalnom, evropskom i globalnom turizmu veoma povoljni za našu destinaciju. Obzirom da se želje i interesovanja turista menjaju veoma brzo, izuzetno je važno osluškivati i pratiti tržište svim raspoloživim sredstvima što će Turistička organizacija grada Subotice svakako činiti i u budućnosti, kako bi se povećanje broja dolazaka i noćenja turista, kao i njihovo zadovoljstvo uslugama i dalje nastavilo tempom kojim raste poslednjih godina.

Iz gore navedenih podataka izvlači se zaključak da u 2019. godinu treba ući sa optimizmom da će se pozitivan trend održati i da će teritorija grada Subotice i okoline nastaviti da prati pozitivan trend u ukupnom broju dolazaka i noćenja turista.

Svakako kreiranje novih turističkih proizvoda i ulaganje u infrastrukturu je nešto što će našoj destinaciji doneti nove vidove turističkih proizvoda u budućnosti, koji će proširiti destinacijsku ponudu.

Turistička organizacija grada Subotice će pratiti nove trendove na svetskom, evropskom i regionalnom turističkom tržištu i u 2019. godini, sa namerom da utiče na povećanje kvaliteta usluge kod svih privrednih subjekata iz oblasti turizma istovremeno se trudeći da dodatno edukuje i pospeši znanje svih svojih zaposlenih kako bi Suboticu i Palić kao destinacije jače učvrstila i bolje pozicionirala nego u prethodnom periodu.