

На основу члана 56. Статута Града Ниша ("Службени лист Града Ниша", број 88/2008), члана 72. Пословника о раду Градског већа Града Ниша ("Службени лист Града Ниша" број 1/2013, 95/2016 и 98/2016) и члана 12. Правилника о поступку припреме, израде и доставе материјала ("Службени лист Града Ниша", број 125/2008)

Градско веће Града Ниша, на седници од 28.09.2016. године, доноси

РЕШЕЊЕ

I Утврђује се Предлог решења о усвајању Извештаја о раду Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015.-31.12.2015. године са Финансијским извештајем о оствареним приходима и расходима Туристичке организације Ниш од 01.01.2015. до 31.12.2015. године.

II Предлог решења о усвајању Извештаја о раду Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015.-31.12.2015. године са Финансијским извештајем о оствареним приходима и расходима Туристичке организације Ниш од 01.01.2015. до 31.12.2015. године доставља се председнику Скупштине Града Ниша ради увршћивања у дневни ред седнице Скупштине Града

III За представнике предлагача по овом предлогу на седници Скупштине Града Ниша, одређују се Драган Карличић, начелник Управе за привреду, одрживи развој и заштиту животне средине и Урош Парлић, директор Туристичке организације Ниш.

Број: 1366-46/2016-03
У Нишу, 28.09.2016. године

ГРАДСКО ВЕЋЕ ГРАДА НИША

**ПРЕДСЕДАВАЈУЋИ
ЗАМЕНИК ГРАДОНАЧЕЛНИКА**

Проф. др Милош Банђур

На основу члана 16. и 37. тачка 24 Статута Града Ниша ("Службени лист Града Ниша, број 88/2008),

Скупштина Града Ниша на седници одржаној _____2016. године доноси

Р Е Ш Е Њ Е

I УСВАЈА СЕ Извештај о раду Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015.-31.12.2015.године, број 792/2016 од 31.08.2016. године, који је усвојио Управни одбор ове организације Одлуком број 791/2016 од 31.08.2016. године, са Финансијским извештајем о оствареним приходима и расходима Туристичке организације Ниш од 01.01.2015. до 31.12.2015. године, број 139-1 од 23.02.2016.године, који је усвојио Управни одбор ове организације Одлуком број 140 од 23.02.2016.године.

II Решење доставити: Туристичкој организацији Ниш, Управи за привреду, одрживи развој и заштиту животне средине и Управи за финансије, изворне приходе локалне самоуправе и јавне набавке.

Број:
У Нишу,

СКУПШТИНА ГРАДА НИША

Председник

Мр Раде Рајковић

Образложење

Статутом Града Ниша („Сл.лист Града Ниша“, број 88/2008) је у члану 37.став 1. тачка 24. предвиђено да Скупштина Града Ниша разматра и усваја годишње извештаје о раду јавних предузећа, установа и других служби чији је оснивач или већински власник Град.

Управни одбор је на седници одржаној 31.8.2016.године, Одлуком број 791/2016.године, усвојио Извештај о раду Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015. до 31.12.2015. године, а Одлуком, број 140 од 23.02.2016. године, усвојио је Финансијски извештај о оствареним приходима и расходима Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015.-31.12.2015.годину. Извештај о раду са пратећом документацијом, достављени су Управи за привреду, одрживи развој и заштиту животне средине, дописом број 793 од 31.8.2016.године.

Током 2015. године, Туристичка организација Ниша је спроводила низ активности у складу са планираним Програмом рада за 2015. годину.

Послови које је Туристичка организација Ниш обављала у претходној години, могу се поделити у неколико сегмената:

1. Маркетинг и истраживања:

-презентација Града Ниша,

-информације о броју гостију који посећују Град Ниш.

2. Сарадња на пројектима и самостално учешће у изради пројеката од значаја за развој туристичких потенцијала и постојеће туристичке понуде у граду:

-учешће у изради и реализацији пројеката и студија (студија о стању у Тврђави и пројекат одрживог управљања Тврђавом),

-израда студије о могућностима развоја "low cost" на аеродрому Константин Велики,

-истраживање задовољства потрошача у хотелима Србије.

3. Промоција и организација догађаја од значаја за бољу туристичку презентацију:

-организација Међународног сајма туризма у Нишу, организација трке "Соколов пут", "Месец туризма", "Отисни свој утисак", "Ризница Ниша", Улични фестивал "Позитив НИ", Бициклическа трка, Такмичење у спортском риболову, "Укуси Ниша", "Трг старих заната", Караван "Моја Србија" и др.

-остале манифестације ТОН-а као суорганизатора: Светосавски сајам књига, Светска изложба ротвајлера, Тесла и Ниш с почетка XX века, Нишвил цез фестивал, Сајам вина и гастрономије, "Дани бурека 2015", "Изађи ми на теглу" и др.

4. Промоција на сајмовима и другим тематским манифестацијама:

-Међународни сајам туризма Бугарска, Међународни сајам туризма Београд, Међународни сајам туризма и здравља Бањалука, Међународни сајам туризма Москва, Међународни фестивал туристичких публикација Крушевац, Изложба сувенира и туристичких публикација Лесковац, Сајам туризма и сеоског туризма Крагујевац и др.

5. Издавачка делатност:

-Туристичко пропагандни материјал (Информатор о Граду Нишу, Календар догађаја, Најава летова Wizz Air-а, Најава 16. Међународног сајма туризма и активног одмора Ниш, Nis Adventure, Туристичка мапа Града, Мапа околине са локацијама за екстремне спортове и активни одмор, Општа брошура о Нишкој Бањи, Општа брошура о Нишу, Књига о Нишу 2015., Монографија Ниша "Ниш и Нишлије", Брошура Културно-историјско наслеђе Ниша, Брошура о Нишкој тврђави, као и плакати, флајери за манифестације, фасцикле, рекламне кесе и др.

6. Набавка пригодних сувенира за даљу продају и за презентацију Ниша:

-У инфо центрима ТОН-а врши се продаја сувенира који представљају Град Ниш и његова обележја.

7. Оглашавање и рекламирање на интернету, телевизији и развијање вредности дестинацијског брэнда:

-рекламирање на интернету у новинама и специјализованим часописима као и емитовање промотивних спотова на телевизији (управљање интернет страницом, оглашавање на интернет порталима, присутност на друштвеним мрежама, више конференција за новинаре.

8. Брендирање Ниша-изградња дестинацијског идентитета и развијање вредности дестинацијског брэнда:

У 2015. у односу на 2014. годину забележено је повећање броја туриста за 10,6%, тј. са 68 688 туриста у 2014. на 75 969 туриста у 2015. години. При томе, број долазака домаћих туриста повећан је за 11,6%, односно са 31 297 туриста у 2014. години на 34 924 у 2015. години. Број долазака страних туриста повећан је за 9,8% (са 37 391 у 2014. години на 41 045 у 2015. години).

Број остварених ноћења у 2015. у односу на 2014. годину бележи раст за 13,8%, односно са 130 246 ноћења у 2014. на 148 193 ноћења у 2015. години. Упоређењем остварених ноћења домаћих и страних туриста уочава се да је број ноћења домаћих туриста имао већи раст (15,8%) од оствареног раста броја ноћења страних туриста (11,3%).

У 2015. години домаћи туристи су у Граду Нишу остварили 83 053 ноћења (2014.- 71 714) и у Граду се просечно задржавали 2,4 ноћења, док су страни туристи остварили 65 140 ноћења (2014. – 58 532) и просечно се задржавали 1,6 ноћења.

9. Унапређење информисаности туриста током боравка у Нишу:

-рад туристичких инфо центара од којих се три налазе у Нишу и један у Нишкој Бањи.

10. Позивање и организација посета страних оператера и блогера.

Туристичка организација Ниш има 16 запошљених радника, од којих су 15 на неодређено и 1 запослени на одређено радно време.

На основу финансијског извештаја Туристичке организације Ниш за 2015. годину, о оствареним приходима и расходима, укупни приходи и примања остварени су у износу 32.514.000,00 динара. Расходи и издаци остварени су у износу од 32.550.000,00 динара.

Буџетски дефицит износи 36.000,00 динара.

Буџетски дефицит је коригован покрићем извршених издатака из текућих прихода из наменски опредељених средстава која су пренета по завршном рачуну у 2014.години, тако да коначни износ оствареног суфицита износи 114.000,00 динара.

Имајући у виду да су Извештај о раду Туристичке организације Ниш за 2015. годину и Финансијски извештај о оствареним приходима и расходима Туристичке организације Ниш од 01.01.2015.–31.12.2015. године, сачињени у складу са законом и прописима Града, предлаже се доношење Решења као у диспозитиву.

У права за привреду, одрживи
развој и заштиту животне средине

НАЧЕЛНИК

Драган Карличић

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА НИШ

Управни одбор

Бр: _____

31.08.2016. године

Н и ш

На основу члана 10. став 1. тачка 2. Одлуке о Туристичкој организацији Ниш („Сл. лист града Ниша“ бр. 1/2002, 32/2002 и 9/2013) и члана 20. став 1. тачка 2. Статута Туристичке организације Ниш, Управни одбор Туристичке организације Ниш, на седници одржаној дана 31.08.2016. године донео је

О Д Л У К У

1. Усваја се Извештај о раду Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015. - 31.12.2015. године.
2. Извештај о раду из тачке 1. ове одлуке и одлуку Управног одбора Туристичке организације Ниш, доставити оснивачу, преко Управе за привреду, одрживи развој и заштиту животне средине, као ресорној управи за праћење пословања Туристичке организације Ниш.

Образложење

Одлуком о Туристичкој организацији Ниш, предвиђено је да оснивач, град Ниш, преко надлежног органа града, даје сагласност на Извештај о раду Туристичке организације Ниш. Такође је и Статутом Туристичке организације Ниш предвиђено да се извештај о раду доноси уз сагласност надлежног органа града.

Извештајем о раду Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015.-31.12.2015. године обухваћене су активности из делатности Туристичке организације Ниш за 2015.годину, а у оквиру расположивих средстава предвиђених Финансијским планом Туристичке организације Ниш за 2015. годину, те је донета одлука као у диспозитиву.

Управни одбор Туристичке организације Ниш
Невенка Аничкић, заменик председника



Туристичка
Организација
Ниш

ИЗВЕШТАЈ О РАДУ

за период 01.01.2015. - 31.12.2015.

Ниш, август 2016. године

С А Д Р Ж А Ј

1. ПРОФИЛ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ.....	3
- Регистрација.....	3
- Основни подаци.....	3
2. ИЗВЕШТАЈ О РАДУ (промотивне активности)	4
2.1. Маркетинг истраживања.....	5
2.2. Сарадња на пројектима.....	5
2.3. Подршка и организација догађаја у Нишу	9
2.4. Промоција на сајмовима и другим тематским манифестацијама.....	14
2.5. Издавачка делатност	15
2.6. Продаја сувенира.....	17
2.7. Оглашавање и рекламирање на интернету, телевизији, радио станицама, у новинама и часописима.....	18
2.8. Брендерање Ниша – Изградња дестинацијског идентитета и развијање вредности дестинацијског бренда.....	22
2.9. Унапређење информисаности туриста током боравка у Нишу	24
3. ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ О ОСТВАРЕНИМ ПРИХОДИМА И РАСХОДИМА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ од 01.01.2015. до 31.12.2015.године.....	24
- Приходи	25
- Расходи	25
- Резултат пословања.....	25
4. БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ У 2015.г.....	25
5. КРЕДИТНО ЗАДУЖЕЊЕ	25

1. ПРОФИЛ ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ

ОСНОВНИ ПОДАЦИ О «ТУРИСТИЧКОЈ ОРГАНИЗАЦИЈИ НИШ»

Оснивање:

Туристичка организација Ниш је правни следбеник Туристичког савеза Општине Ниш.

Одлуком Скупштине града Ниша (Сл. лист града Ниша бр 4/95 и 17/97) организовано је најпре Градско јавно предузеће “Туристичка организација Ниш”. Доношењем нове одлуке о «Туристичкој организацији Ниш» бр. 06-3/2002-13/01 од 15.01.2002.г. (Сл. лист града Ниша 1/2002 и 32/02), оснивач је променио правни облик организовања Туристичке организације Ниш, у складу са Законом о туризму.

Регистрација:

Туристичка организација Ниш (скраћени назив «ТОН») је уписана у регистар Трговинског суда у Нишу, решењем Фи. бр. 138/2002 од 06.02.2002. године.

Код Републичког завода за статистику Туристичка организација Ниш је по врсти облика организовања разврстана као: установа, шифра 85, а делатност по класификацији је: уређење пословања и допринос успешнијем пословању у области економије, шифра 8413.

Основни подаци:

Седиште: Ниш, ул. Војда Карађорђа 7.

Делатност: шифра 8413 – уређивање пословања и допринос успешнијем пословању у области економије.

Текући рачуни код Управе за трезор:

БУЏЕТСКИ: 840-1001668-87

СОПСТВЕНИ: 840-1106664-58

ТОН је у систему ПДВ-а.

2. ИЗВЕШТАЈ О РАДУ

Туристичка организација Ниш је у периоду од 1.1.2015. до 31.12.2015. године спроводила низ активности у складу са планираним Програмом рада за 2015. годину.

Послови које је Туристичка организација Ниш обављала у претходном периоду могу се поделити у неколико сегмената:

1. Маркетинг и истраживања
2. Сарадња на пројектима и самостално учешће у изради пројеката од значаја за развој туристичких потенцијала и постојеће туристичке понуде у граду
3. Промоција и Организација догађаја од значаја за бољу туристичку презентацију
4. Промоција на сајмовима и другим тематским манифестацијама
5. Издавачка делатност
6. Набавка пригодних сувенира за даљу продају и за презентацију Ниша
7. Оглашавање и рекламирање на интернету, телевизији, радио станицама, у новинама и часописима
8. Брендмирање Ниша – изградња дестинацијског идентитета и развијање вредности дестинацијског бренда
9. Унапређење информисаности туриста током боравка у Нишу
10. Позивање и организација посета страних тоур оператера новинара и блогера

2.1. МАРКЕТИНГ И ИСТРАЖИВАЊА

Успешна презентација Ниша као туристичке дестинације заснива се на информацијама о туристима који посећују наш град.

Током 2015.године Туристичка организација Ниша је у сарадњи са Републичким заводом за статистику пратила доласке и број гостију на територији града, и радила анализе везане за периоде боравка и земље порекла из којих туристи највише долазе, дужину њиховог боравка и сл.

2.2. САРАДЊА НА ПРОЈЕКТИМА И САМОСТАЛНО УЧЕШЋЕ У ИЗРАДИ ПРОЈЕКТА ОД ЗНАЧАЈА ЗА РАЗВОЈ ТУРИСТИЧКИХ ПОТЕНЦИЈАЛА И ПОСТОЈЕЋЕ ТУРИСТИЧКЕ ПОНУДЕ У ГРАДУ

Туристичка организација Ниш је и у току 2015. године наставила са учешћем у изради и реализацији пројеката са којима је самостално или као партнер конкурисала код ресорног министарства, као и код европских фондова за прекограничну сарадњу. Такође је радила на изради пројеката који ће имати за циљ боље управљање туристичким ресурсима у граду, што ће довести до унапређења туристичке понуде и повећања броја туриста.

2.2.1. Израда студије о постојећем стању у тврђави и могућност њене туристичке валоризације и израда Пројекта одрживог управљања Тврђавом

Туристичка организација Ниш предузимала је кораке за преузимање надлежности за руковођење Тврђавом, с обзиром да смо имали став да је за управљање и старање над Тврђавом неопходно поставити једну организацију – управљача корисника која би преузела одговорност за координацијом активности у њој.

Туристичка организација Ниш конципирала је израдила и образложила програм и све разлоге због којег би старање о тврђави требало да јој буде додељено, наравно уз координацију са надлежним установама Града и Републике.

У Програму одрживог развоја и управљања Тврђавом дефинисана су четири капитална домена за баштинарску и туристичко-комерцијалну експлоатацију Нишке тврђаве:

1. Развој и понуда нових тематских садржаја.

Под овим се подразумева промоција локалитета и грађевина у самој Тврђави на начин који до сада није примењиван. То се посебно односи на културно историјске споменике из античког периода и периода османске управе. Баштина из оба периода

била би допуњена нематеријалним сегментом, са циљем да се њихова туристичка промоција учини атрактивнијом.

2. Анимација и интеграција културно-историјског садржаја Тврђаве у образовни програм локалних школа.

У оквиру просветних активности били би конципирани посебни планови наставе преко којих би млади у Нишу стицали знања о друштвеним процесима на Балкану и Европи са аспекта локалних трагова одређених епоха. Циљ овога је развој локал-патриотизма код младих у Нишу, као и свест о вредности и значају очувања културно-историјске баштине града. У зависности од узраста, ТОН би овакву понуду реализовао преко стручних водича и аниматора-педагога. Анимација би била посебно значајна, не само за најмлађе домаће туристе, већ и за конгресни туризам; појединци не би више индивидуално долазили у Ниш на своје пословне боравке, већ би имали услове да поведу и своје породице.

3. Боља контрола експлоатације историјских здања у привредно-угоститељске сврхе и пружање логистике на манифестацијама велике посећености на територији Тврђаве.

Уколико би управљање Тврђавом било поверено Туристичкој организацији Ниш, стекло би се право да се садржаји које пружају различити угоститељски објекти у закупљеним нишама- локалима у Тврђави прилагоде (нарочито за време одржавања већих фестивала у тврђави као што су Нишвил и Филмски сусрети). Ово право би омогућило квалитетније и савесније чување Тврђаве као тематске целине, али и могућност да се превентивно делује код надлежних органа и брзо интервенише уколико дође до кршења услова под којима је одређени објекат дат на коришћење привредном лицу. Организаторима манифестација у Тврђави, сарадња са ТОН-ом би олакшала реализацију планираног пројекта, док би у исто време пружила ТОН-у увид у поштовање поступака који су за те прилике прописани (физичка заштита споменика културе у тврђави, поштовање безбедносних мера, поштовање санитарних прописа итд).

4. Примена баштинарског манифеста „Агенде 21 за културу“ и „Qualicities стандарда“

Нишка тврђава, као затворена целина представља идеално тло за примену стандарда за промоцију и експлоатацију културно-историјске баштине, који су данас у Европи широко прихваћени (унификација и стандардизација сигнализације, начин тематског уређења, доношење посебних мера о заштити споменика културе, зонирање културно-историјског простора итд). Старање над Тврђавом по наведеним стандардима учинило би њихову примену у другим деловима града (Казанцијско сокаче, споменици, паркови) јефтинијом и практичнијом, при чему би тврђава била пример добре праксе. Поред тога, с обзиром на знање и праксу које поседује, ТОН је једина организација у Нишу која може адекватно да промовише видљивост примене тих стандарда, не само пред градским становништвом већ и код наменски циљаних група туриста које би ове промене могле да привуку.

Стављање нишке Тврђаве под надлежност ТОН-а дало би позитивне резултате. Тврђава би постала место беле економије са могућношћу да остварује приход од тематског и визуелно складног уређења целог простора, са пуно разноврсних тематских садржаја. Такође рад ТОН-а постао би индикатор видљиве и практично спровођене баштинарске политике градских власти. Друго наведено би допринело да и локално становништво постане свесно значаја туризма као привредне гране, што је значајно за средину која је у претходним деценијама за главни извор својих прихода сматрала искључиво индустријску производњу.

Иако је економска студија одрживог управљања Тврђавом у сарадњи са Економским факултетом у Нишу израђена још у другом кварталу 2014. године, током те и 2015. године је и поред свих напора и иницијатива да се започне са процесом преузимања управљања Тврђавом, из разлога непрепознавања важности реализације овог процеса Тврђава још увек није дата на управљање Граду Нишу тј. ТОН-у.

2.2.2. Израда студије о могућностима развоја “low cost” саобраћаја на аеродрому „Константин Велики“ у Нишу

Туристичка организација Ниш, у сарадњи са РРА ЈУГ и Канцеларијом града Ниша у Бриселу, а по овлашћењу градоначелника Ниша, проф Др Зорана Перишића, наставила је са свим започетим активностима дефинисања и спровођења стратегије развоја и реструктурирања аеродрома и примењивањем процедура за испуњење техничких предуслова за оперативни рад аеродрома у режиму великог увећања броја путника са више од 200 ротација годишње, колико се очекује након потписивања уговора са „low cost“ авио-компанијом „Wizz Air“ и стварања услова за привлачење и долазак других „low cost“ компанија .

Након потписивања уговора и почетком рада редовних линија са „low cost“ авио-компанијом „Wizz Air“, аеродром „Константин Велики“ у Нишу, уведен је у листу од 95 градова који су у реду летења редовног саобраћаја ове компаније.

2.2.3. Реализација Пројекта ИМХОС (Интегрисана Мрежа Хотела Србије) – Истраживање задовољства потрошача у хотелима Србије

Пројекат ИМХОС (Интегрисана Мрежа Хотела Србије) реализује пословно удружење хотелско угоститељске привреде ХОРЕС, уз подршку Министарства трговине, туризма и телекомуникација, Туристичке организације Србије, као и Туристичке организације Ниш, на локалу.

Предмет пројекта ИМХОС је истраживање задовољства потрошача у односу на квалитет пружених услуга у хотелима Србије, а има за циљ повећање задовољства хотелских гостију континуираним праћењем њихове сатисфакције у хотелима широм Србије помоћу једноставних алата који менаџменту хотела омогућавају праћење задовољства гостију у њиховим објектима у циљу повећања квалитета пружања услуга.

Туристичка организација Ниш сматра да је пројекат од изузетне важности, како за смештајне објекте, тако и за саму дестинацију у којој се ради истраживање, јер поред питања о задовољству боравка у самом хотелу упитник садржи и питања о искуству у самој дестинацији.

Поред тога што смештајни објекти добијају потпуно бесплатно истраживање о свеукупним условима и раду хотела, као и квалитету услуге, па самим тим и реалну слику о стању хотела, ово истраживање пружиће и информације о самој дестинацији, тј. граду Нишу и задовољству туриста дестинацијом, што представља реалан основ за унапређење туристичке дестинације.

Из тог разлога ТОН је подржао реализацију пројекта, и пружио логистичку помоћ при одабиру хотела који задовољавају тражене критеријуме (одговарајући смештајни капацитет, попуњеност капацитета и фреквентност гостију) и асистенцију при повезивању хотела и удружења ХОРЕС.

ТОН је позвао све хотелијере да присуствују презентацији овог пројекта која је била одржана у склопу прес конференције у Медија центру у Нишу и на тај начин помогну развој Ниша као туристичке дестинације.

Пројекту су се прикључили Гранд хотел, хотел The Regent Club и хотел 018In.

2.3. ПОДРШКА И ОРГАНИЗАЦИЈА ДОГАЂАЈА У НИШУ

Активности ТОН-а усмерене су и на креирање нових, као и у тржишној валоризацији постојећих манифестација које могу да доведу посетиоце у град. Учешће у организацији или самом организацијом догађаја ТОН побољшава имиџ града Ниша као пожељне туристичке дестинације.

Поред финансијске подршке, ТОН према могућностима, пружа и нематеријалну подршку изабраним догађајима путем промоције на презентацијама, сајмовима, у туристичким публикацијама, на интернет сајту и сличним промотивним активностима

Организација Међународног сајма туризма и активног одмора и гастрономије у Нишу

Ове године Сајам туризма у Нишу, забележио је рекордан број од 140 излагача из земље и из региона, Републике Српске, Црне Горе, Бугарске, Мађарске и Грчке међу којима су биле туристичке агенције, туроператори, туристичке организације градова и општина, хотелијери, представници бањског и здравственог туризма, представници спортско – рекреативног туризма и активног одмора, организатори манифестација, као и удружења самосталних излагача сувенира.

Акцент Сајма је и ове године био на авантуристичком туризму, врло популарном виду туризма у свету, па је посебан део излагачког простора хале, био намењен презентацији клубова и удружења за екстремне спортове из целе Србије. Посетиоцима су презентовани програми активног одмора као што су регате, рафтинг, џип сафари, спелеологија, параглајдинг, роњење, док су многи искористили прилику да се бесплатно опробају на вештачкој стени, као и у paintball-у и јахању.

Током Сајма, своје програме пословања представили су многи учесници и то у виду презентација у сали за презентације као и у виду промоција на својим штандовима, које су додатно анимирале посетиоце.

Другог дана Сајма одржана је 2. Конференција о авантуристичком туризму и активном одмору у природи са темом – Развој и унапређење авантуризма у Србији и региону.

На Конференцији су представљени програми из области планинског трчања, планинарења, спелеологије, посматрања птица, а презентовани су и примери успешно реализованих пројеката, кампања Туристичке организације Србије о активном одмору у Србији, док је своје вишегодишње искуство из ове области учесницима конференције пренела - Гергана Николова из „Adventure Travel Trade Association“ и Jack Delf из организације USAID и „Western Balkans Geotourism Network“.

Туристичка организација Ниш је у организацију Сајма, као и сваке године, укључила и студенте-волонтере са Универзитета Сингидунум, Природно-математичког факултета из Ниша, и Високе пословне школе струковних студија из Блаца, као и ученике средње Угоститељско-туристичке школе из Ниша.

Разноврсном и богатом понудом све већег броја излагача, Међународни сајам туризма потврдио је свој значај, као манифестације која је идеална прилика за многобројне привредне субјекте, а првенствено учеснике из света туризма, на успостављању нових контаката у циљу јачања туристичке привреде и регионалног повезивања и као такав постао препознатљив у календару туристичких манифестација

ОРГАНИЗАЦИЈА ДОГАЂАЈА У НИШУ

Планинска трка „Соколов пут“, 01/02.05.2015. год, Нишка Бања – Сува планина

Манифестација која се од осталих издваја по свом карактеру, је планинска трка у категорији sky race “Соколов пут”-трка издржљивости .

Друга планинска трка „Соколов пут“ одржана је 1. маја 2015. на фантастичној стази Суве планине (од Нишке Бање, до Трема – 1810мнв), дугој 22 км са успоном од 2.200м. Учествовало је 220 такмичара у категорији планинских тркача и планинара, из девет земаља.

Као један од организатора трке, заједно са „Skyrunning асоцијацијом Србије“, општином Нишка Бања и Савезом за спорт града Ниша, Туристичка организација Ниш је радила на припремама за организацију трке, организацији смештаја учесника, промоцији трке на локалним и националним медијима, као и на самој реализацији трке.

Осим тога, Туристичка организација Ниш је у циљу промоције околине Ниша као пожељне дестинације за бављење активним одмором, 2. и 3. маја за све такмичаре организовала излете до Јелашничке клисуре, Сврљишких планина, као и промотивне тандем летове параглајдером. Од 2017. год. трка улази у међународни календар трка

„Месец туризма“, 1-30.06.2015.год, Ниш

Туристичка организација Ниш је други пут ове године организовала „Месец туризма у Нишу“, са циљем унапређења туристичке понуде града и околине.

Током целог месеца туристи су имали прилику да путем ваучера који су се дистрибуирали у инфо центрима Туристичке организације остваре попусте у великом броју хотела, ресторана, кафе барова, попусте на wellness програме у Нишкој Бањи, параглајдинг летове, као и попусте на авантуристичке програме у околини Ниша. Сваког викенда организоване су пешачке и аутобуске туре разгледања града по популарним ценама.

Централни део манифестације био је на Тргу краља Милана, на коме су током целог месеца били организовани бројни програми у којима су туристи могли и активно да учествују:

- „Отисни свој утисак“, 1/5.06.2015.год, Трг краља Милана, креативне радионице за децу (осликавање марама и отискивање на различитим материјалима). Израда сувенира и дечије импресије о Нишу на нов и креативан начин;

- **„Сајам туристичких публикација и књига“**, 1/10.06.2015.год, Трг краља Милана;
- **„Ризница Ниша“**, 1-21.06.2015.год, Трг краља Милана, изложба фотографија културно-историјског наслеђа Ниша, (Народни Музеј);
- **„Научимо старе занате“**, 5/7.06.2015.год., Трг Краља Милана, радионице старих заната (грнчари, опанчари, вез, дуборез...), Удружење „Наше руке“;
- **Улични фестивал „ПозитивНИ“** 6.6.2015.год., ул. Цара Душана, на простору од „Калинке“ до „Имица“, први пут је организован и улични фестивал у Душановој улици под називом „ПозитивНИ, као некад“. Душанова улица у Нишу је током 80-тих и 90-тих година обележила урбани живот већине младих Нишлија, тако да је тог дана поново постала центар препознатљиве градске атмосфере. Експерименти и дечији хорови, плесне групе, игре без граница, маскенбал, fashion corner, татоо студио, дегустације, а увече су одржани концерти студената Факултета уметности, Penthouse бенд и Кербер. Душанова улица је поново постала центар препознатљиве градске атмосфере;
- **Бицикличка трка МТБ**, 6.6.2015. год., Нишка Бања;
- **ПОЗИТИВНИ – затварање ул.Цара Душана** 06.06.2015 са програмима за децу и младе од научних до забаних програма и вечерњим концертом
- Такмичење у спортском риболову**, 11/13.06.2015.год Нишавски кеј, од Амфитеатра до моста Младости. Удружење спортских риболовца „Нишава“;
- „Укуси Ниша“**, 11/13.6.2015. год, Трг Краља Милана. Гастро фестивал (такмичење куvara у припремању националних и интернационалних специјалитета, јела са роштиља, рибљих чорби, пекарских производа, такмичење фламбера и бармена);
- „The Maze“**, 13.06.2015.год, Јелашничка клисура, Планинска трка са препрекама;
- „Чаробни свет гљива“**, 13/14.06.2015.год, Трг краља Милана. Презентација еко потенцијала околине Ниша;
- „Трг старих заната“**, 15/21.06.2015.год, Трг краља Милана, изложба сувенира и рукотворина;
- Параглајдинг**, 26/27.06.2015.год, Нишка Бања, државно првенство у дисциплини – прецизно слетање;
- „Nis Open 2015“**, 26/28.06.2015.год, Нишка Бања, параглајдинг куп;
- „Антички Ниш“** 21/30.06.2015. год, Трг Краља Милана, изложба фотографија из античке прошлости града, радионице за децу, пројекција 3D анимација античких локалитета, у сарадњи са Заводом за заштиту споменика Ниш и Електронским факултетом Ниш.

Манифестација „Месец туризма“ конципирана је тако да су бројни програми пружали могућност активног укључивања туриста, који су на тај начин били део манифестације.

Караван „Моја Србија“, 19.06.2015, Ниш

Град Ниш је био један од десет учесника летње туристичке кампање Туристичке организације Србије, Караван „Моја Србија“. Како је са осталим учесницима Каравана, обилазио њихове градске тргове, промовишући туристичку понуду града Ниша и околине, тако је 19. јуна био и домаћин Каравана када је на главном градском тргу – Тргу Краља Милана, угостио туристичке организације Ужица, Новог Пазара, Лесковца, Суботице, Новог Сада, Краљева, Чачка, Крагујевца и Београда.

Како би туристичка понуда регије југоисточне Србије, била адекватно представљена Туристичка организација Ниш је позвала туристичке организације региона да се придруже Каравану и за ту прилику промовишу своје туристичке потенцијале путем сувенира, туристичког – промо материјала, као и кроз презентацију и дегустацију локалних гастро специјалитета.

Целодневни програм био је разнолик, где су се туристичком промоцијом и дегустацијом представили Пролом бања – Луковска бања, Општина Сврљиг, Организација за туризам и културу Сокобања, ТО општина Бела Паланка, ТО Пирот, ТО Алексинац, ТО Куршумлија и ТО Књажевац, док је Туристичка организација Ниш у оквиру своје презентације туристичких потенцијала Ниша и околине, односно промоције Ниша као дестинације идеалне за доживљај активног одмора и богатог културно-историјског наслеђа, уврстила и дегустацију вина Подрума Малча, као и етно изложбу старе српске славске трпезе у организацији Удружења угоститељских и туристичких посленика Ниш. Популаран „нишки доручак“ – бурек са сиром и јогурт, подељен је свим учесницима Каравана за добар почетак дана.

Пешачка тура „Мистерије нишке Тврђаве“ окупила је све оне који су желели да поред званичног историјата, сазнају и мање познате чињенице и занимљивости које крије један од најстаријих и највреднијих споменика културе града Ниша, културно добро од великог значаја, симбол Града – Тврђава.

Промоцијом предстојећег међународног Nisville jazz фестивала, тј. наступом бенда The Jam Station завршена је промоција Града Ниша и уједно програм Каравана.

За тв екипе емисија „Жикина шареница“ и „Србија коју волим“, ТОН је обезбедио снимање археолошког локалитета Медијана и споменика Теле Кула који су уз пратњу локалних кустоса представљени као најзначајније културно-историјске атрактивности Ниша, које су и даље у центру пажње, како домаћих тако и иностраних туриста.

Остале манифестације у којима је ТОН учествовао као суорганизатор:

Туристичка организација Ниш је издвојила неколико кључних догађаја за које сматра да се издвајају својим квалитетом у смислу обогаћивања туристичке понуде, као и да доводе или имају потенцијала да доведу већи број туриста у град. Током 2015.године ТОН је логистички и финансијски подржала следеће манифестације:

- **11. Светосавски сајам књига** – Ниш, 24.02/04.03.2015.год
- **2. Светска изложба ротвајлера** – Ниш, Нишка Бања, 11/12.04.2015.год.
- **Тесла и Ниш с почетка XX века**, туристичка тура – Ниш и околина, 10.07.2015. год.
- **4. коло балкански КУП и ОП Србије – Тродневни испит спремности** – Евентинг – Горње Међурово (КК Нониус), 06/09.08.2015. год.
- **Nišville jazz festival**, 13/16.08.2015. год
- **5. Сајам вина и гастрономије**, Тврђава-Ниш, 14/16.08.2015. год.
- **Међународна манифестација „Дани бурека 2015“** – Ниш, 20/23.08.2015. год;
- **Гастро манифестација** – караван: „Изађи ми на теглу“, такмичење у спремању зимнице – Ниш, 13.09.2015. год;
- **Јесењи сајам књига Галерија Србија** – Ниш, 07/17.09.2015. год;
- **Гастро манифестација** – слатки караван „Изађи ми на торту“, такмичење у спремању торти и колача – Ниш, 11.12.2015. год
- **Новогодишњи Сајам сувенира и украса** – Ниш, 14/31.12.2015 год.

2.4. ПРОМОЦИЈА НА САЈМОВИМА И ДРУГИМ ТЕМАТСКИМ МАНИФЕСТАЦИЈАМА

Сајмови туризма и друге туристичке промоције у земљи и иностранству:

- 32. **Међународни сајам туризма**, Holiday and Spa Expo–Софија, **Бугарска**, 12/14.02.2015.год
- 37. **Међународни сајам туризма – Београд**, 19/22.02.2015.год.
- **“Зелени дани”** – Софија, **Бугарска**, 21/24.05.2015.год.
- Караван „Моја Србија“, летња туристичка кампања Туристичке организације Србије, распоред каравана:
 1. Ужице, Нови Пазар 12-13.06.2015.
 2. Ниш, Лесковац 19-20.06.2015.
 3. Суботица, Нови Сад 26-27.06.2015.
 4. Чачак, Краљево 3-4.07.2015.
 5. Крагујевац, Београд 10-11.07.2015.
- 4. Регионални сајам омладинског туризма, „Youth Fair 2015“ – **Нови Сад**, 07/08.07.2015.
- Међународни Сајам туризма и здравља, **Бања Лука, БиХ** – 24/26.09.2015. год.
- Међународни Сајам туризма „ОТДЫХ“ – **Москва, Русија**, 15/18.09.2015. год.
- Међународни фестивал туристичких публикација „Кофер Слова“ – **Крушевац**, 14/15.10.2015. год.

Поред изложбеног фестивал је имао и такмичарски карактер, где се ТОН такмичио у три категорије и освојио три награде, и то:
Прву награду у категорији за Најбољу туристичку мапу,
Другу награду у категорији Вишелисна туристичка публикација до 50 страница,
Другу награду у категорији Монографија градова и општина,
На изложби сувенира ТОН је освојио прву награду у категорији вишелисна туристичка публикација преко 50 страница.
- 8. Изложба сувенира и туристичких публикација - **Лесковац**, 12/13.11.2015. год.
- Сајам туризма и сеоског туризма – **Крагујевац**, 26/28.11.2015. год.

У оквиру Сајма додељене су и награде најуспешнијим излагачима, па је тако Туристичка организација Ниш освојила прву награду у категорији: Најбољи информативно пропагандни материјал, награду је ТОН добио за комплет од три комплексне информативне брошуре о Нишу, Нишкој бањи и Авантуристичком туризму у околини Ниша.

Учешће на форумима, конференцијама и другим пословним окупљањима:

- „Е-туризам“, Конференција о примени ИКТ у туризму – Београд, 09.05.2015.год.
- 5. Бизнис Конференција СЕЕТ 2015 год. „Како повећати конкурентност и приходе туристичког тржишта Југоисточне Европе“ – Београд, 30.09.2015. год.

2.5. ИЗДАВАЧКА ДЕЛАТНОСТ

2.5.1. Туристичко-пропагандни материјал

Ради што успешније презентације културно-историјских, природних и других туристичких ресурса града Ниша неопходан је савремен, редизајниран пропагандно-информативни материјал па ТОН из године у годину ради пуно пажње посећује овом виду промоције при чему су брошуре и остали пропагандни материјал актуелни и прате најновије трендове у издаваштву.

Због промоције Града и његовог туристичког садржаја на сајмовима у земљи и иностранству, као и ради доступности материјала у ТИЦ за потребе туриста, и осталих видова промоције у земљи и иностранству, ТОН је и током 2015 год, штампао промо материјал, и то:

- **Информатор о граду Нишу – најважније информације о Граду и његовим локалитетима, гастрономији (српски и бугарски јез.);**
- **Календар догађаја – најзначајније културне, музичке, спортске и друге манифестације у години (српски и бугарски јез.);**
- **Најава летова Wizz Air-а са нишког аеродрома;**
- **Најава 16. Међународног сајма туризма и активног одмора – Ниш (српски, бугарски и енглески јез.)**
- **Nis Adventure – понуда авантуристичког туризма Ниша и његове околине са обухватним представницима овог сектора. Сређивање и допуна прошлогдишњег издања, срп енгл и буг.**
- **Туристичка мапа града – двојезична / српски и енглески. Допуна и надоградња прошлогдишњег издања.**
- **Мапа околине са локацијама за екстремне спортове и активни одмор – двојезична / српски и енглески.**
- **Општа брошура о Нишкој Бањи - Садржи све важне информације потребне туристима за организацију свог боравка у овом здравствено-лечилишном центру – двојезична / српски и енглески.**
- **Општа брошура о Нишу - Ова брошура намењена је пружању основних информација о граду, уз нагласак на најзначајније културне и природне атракције и доживљаје које град Ниш може да пружи туристима. Писана на интересантан начин, са посебним акцентом на специфичан менталитет и дух гостопримљивих Нишлија, ова брошура је свакако пун погодак када је презентација и промоција града у питању. Поред издања на српском и енглеском, 2015. године рађена су и издања на руском и бугарском.)**

- **Књига о Нишу 2015.** – реиздање истоимене књиге из 2012. године. У њој су се нашли бројни нови, прерађени и допуњени текстови о бурној историји Ниша, културно-историјским споменицима, манастирима и црквама, старим урбаним целинама и грађевинама, Нишкој Бањи, природним лепотама и бројним узбудљивим активностима у Нишу и околини; о Нишу- граду догађаја, забаве, мерака и јединствених кулинарских специјалитета. Причу о Нишу употпунило је и мноштво нових и квалитетних фотографија града и околине.
- **Монографија Ниша – „Ниш и Нишлије“** – ТОН је урадио ову монографију у сарадњи са Народном библиотеком Ниш. Монографија представља Ниш и Нишлије кроз фотографије и разгледнице у периоду од 1887 – 1944.године.
- **Брошура Културно-историјско наслеђе Ниша** - Овај водич представља једно од најобимнијих издања коју је ТОН до сада посветио промоцији културно-историјског наслеђа Ниша. У њој се на интересантан начин описује историја града и пружају се детаљне информације о културно - историјском благу града и околине (музеји, споменици, значајни историјски локалитети и грађевине, цркве и манастири). Поред издања на српском и енглеском, 2015. године рађена су и издања на руском и бугарском.)
- **Брошура о Нишкој тврђави** – Јединствена брошура која обухвата опште информације о овом културном добру од високог значаја, историјске податке из различитих временских раздобља, као и оно што је Тврђава данас, све културно-историске споменике и објекте унутар Тврђаве, са мапом и занимљивостима од светског значаја - двојезина / српски и енглески.

Штампани материјал дистрибуиран је потенцијалним туристима на сајмовима туризма у земљи и иностранству, као и гостима који су већ у посети граду.

2.5.2. Промотивни материјали

Промотивни материјали намењени су промоцији манифестација у граду, изради промотивних пакета града Ниша (фасцикле, рекламне кесе), као и уређењу излагачког простора на сајмовима којима учествује ТОН.

- Плакати
- Флајери за манифестације
- Фасцикле
- Рекламне кесе (папирне , пластичне)
- Захвалнице, позивнице, визит карте
- Штампана на ПВЦ фолији (билборди), израда церада на специјалним материјалма
- Каталог учесника 16.Међународног сајма туризма у Нишу

2.6. ПРОДАЈА СУВЕНИРА

У својим туристичким инфо центрима ТОН продаје сувенире који представљају Град Ниш и тиме доприноси препознатљивости његових обележја.

Током 2015. године ТОН је остварио сарадњу са предузећима која се баве ручном израдом сувенира и малих предмета, како би оплеменио асортиман у својим инфо центрима и вршио промоцију аутентичног Ниша на свим нивоима.

Сарађујући са малим породичним фирмама Туристичка организација Ниш пружа подршку друштвено одговорном пословању чији је циљ неговање традиције и очување заната и домаће радиности.

Сувенири који су у понуди у Туристичким – инфоцентрима, поред редовне продаје, често нађу пут до разних званичних делегација.

Желећи да подржи сваки догађај који на директан или индиректан начин промовише Град, ТОН је и током 2015. год. пружао подршку бројним манифестацијама и догађајима обезбеђујући поклон пакете сувенира и промо материјала (брошуре) за учеснике, а такође је обезбеђивао и поклон пакете званичним делегацијама које су посећивале Град, као и делегацијама које су из Ниша носиле обележја Града и тако га презентовале.

2.7. ОГЛАШАВАЊЕ И РЕКЛАМИРАЊЕ НА ИНТЕРНЕТУ, ТЕЛЕВИЗИЈИ, РАДИО СТАНИЦАМА, У НОВИНАМА И ЧАСОПИСИМА

Рекламирање на интернету, у новинама и специјализованим часописима, као и емитовање промотивних спотова на телевизији представља значајан облик промовисања једне туристичке дестинације.

Савремени трендови промоције у туризму стављају акценат на „online“ или интернет маркетинг што је Туристичкој организацији Ниш био фокус током 2015. када је у питању оглашавање и рекламирање. Оглашавање у промотивним кампањама вршило се самостално, али и у склопу кампања које спроводи Туристичка организација Србије.

2.7.1. Управљање интернет страницом

Службена интернет страница Туристичке организације Ниш намењена је свима који желе да сазнају нешто више о граду или начину на који могу стићи у град Ниш. Поред основних података о Нишу и околини, туристичке понуде и смештаја, страница обухвата и вести са актуелностима и тренутним дешавањима у граду, релевантним како туристима тако и свима који прате догађаје у Граду.

2.7.2. Оглашавање на интернет порталима

Промоција путем интернета саставни је део промовисања туристичких ресурса Ниша коју ради ТОН. Оглашавање се вршило на популарним web порталима у Србији и најважнијим емитивним тржиштима.

2.7.3. Присутност на друштвеним мрежама

Развојем дигиталних медија и све већим продором утицаја друштвених мрежа и блогера у све друштвене сфере, па тако и у сектор туризма, промоција дестинација путем објава путописних блогера (travel bloggers - интернет блогери који пишу о дестинацијама које посећују) су, поред маркетиншких кампања, постали једно од најпопуларнијих видова пласирања дестинација на новим тржиштима.

Тако су се путем интернета и тих мрежа, о чему су писали и нишки медији, делили постови појединих блогера који су били у граду, посетили нашу понуду и на такав начин пласирали Ниш, као дестинацију Балкана која се никако не сме заобићи.

- О Нишу су писали **backpacker Adriana Vassilkova** која у тексту „Шта видети у Нишу“ (www.adventureflair.com/things-to-see-in-nis-serbia) истиче Ниш као један од најстаријих градова у Србији и Европи.
- На блогу „**Yabbedoo**“, Ниш се нашао на трећем месту листе најлепших места југоисточне Европе (yabbedoo.wordpress.com/2012/01/21/discover-eastern-europe-and-its-veiled-marvels/)
- **Блогер David Hoffmann**, подробно описује Ниш, кроз чланак: „Шта видети и радити у Нишу“ (<http://davidsbeenhere.com/2015/01/14/travel-guide-nis-serbia-see/>). Осврће се на најпознатије културно-историјске споменике и њихов историјат, али и на места где се може попити кафа, добро јести, где одсести уз незаобилазне Дејвидове савете из личног искуста, као и опште али корисне информације неопходне сваком туристи када се нађе у новом граду.
- Поменути блогер направио је и видео „**Top things to see and do in Nis, Serbia**“ о коме су писали домаћи медији, па је често „share“-ован на друштвеним мрежама.
- Радови илустраторке **Ема Флик**, са којом је ТОН сарађивао у 2014. год, постали су доступни јавности почетком I квартала. Културолошке илустрације, „**Snippets of Serbia**“ (Исечци Србије) обухватају и слике обичаја нишког краја, али и нашу свакодневницу.
- **Зорица Лончар**, путописна блогерка, која води успешан блог „Euro tribe“, а истовремено је и блог новинарка Huffington post-а, посетивши Ниш написала је чланак „Nis: Travels in the Real Serbia“. Након што је чланак објавио Huffington post, многи домаћи медији пренели су текст у коме блогерка истиче Град Ниш, као један од „скривених драгуља Јужне Србије“ који морате посетити уколико желите да упознате „праву“ Србију.
- **Кампања #My Serbia** – Туристичка организација Србије: Значај путописних блогера и њихових препорука на друштвеним мрежама, свакако познаје и Туристичка организација Србије која је у летњим месецима организовала кампању на друштвеним мрежама „My Serbia“, својеврстан наставак туристичке кампање – каравана Моја Србија, а која се огледала у организованој посети четворо познатих туристичких блогера и светских путника, који су посетили Србију у периоду од 22. јула до 4. августа 2015. год. Њима су се придружити и четворо младих блогера из Србије који су бити њихови неформални домаћини током посете градовима. Сви они су, током својих путовања, користећи своје блогове и налоге на друштвеним мрежама, делили утиске, фотографије, видео записе и препоруке за путовања по Србији под хештегом #MySerbia и #МојаСрбија. Овој акцији прикључила се и Туристичка организација Ниш која је била домаћин популарним туристичким блогерима Малвин Бехеру из Немачке и Каш Батачарију из Португала. Батачарија је на Твитеру уз фотографију тврђавске Али-бегове џамије одмах по доласку у Ниш, поделио утисак да је Ниш град са богатом и интересантном историјом. Ова и остали утисци из Ниша и околине који су наредних дана дељењи на друштвеним мрежама, укључио је

Ниш у модерне токове туристичких промоција при чему су његови потенцијали лако доступни и видљиви.

Ова кампања је имала позитиван ефекат, велики број људи укључио се у поделу слика и доживљаја користећи задате хаштегове, с обзиром да је постојала и наградна игра за најзанимљивије фотографије и објаве уопште.

Овакви путни блогови, данашњим високо софистицираним туристима, попуњавају празнину између класичних путних књига-водича и туристичких водича.

Туристи се често ослањају на рецензије путних блогера, јер су они по правилу непристрасни, живописно говоре о својим искуствима и личним опсервацијама, па су због тога, добар – лако доступан извор информација при планирању путовања.

С обзиром да су се овакве активности показале као више него успешне, ТОН наставља сарадњу са путописним блогерима, као и да путем својих профила на друштвеним мрежама прати све трендове, при чему је град Ниш присутан и на овом пољу, у свим актуелностима.

2.7.4. Промоција на ТВ-у и штампаним часописима

Поред промоције на интернету, ТОН одржава и промоцију и на ТВ и у часописима. У сарадњи са екипом РТС-а - путописне емисије актуелно-документарног програма „Књига утисака“, специјализована за области: туризма, путовања и угоститељства, ТОН је организовао посету, која је поред Ниша обухватала и његову околину, а у оквиру које је посећена Нишка Бања и Институт „Нишка Бања“, Сићево, Сићевачка и Јелашничка клисура. Приликом посете Сићева обиђена су излетишта Плоче и Видиковац, као и Ликовна колонија Сићево, а у Јелашночкој клисури презентовани су и спортови планинарење и слободно пењање.

Поред редовних оглашавања, једно се посебно издвојило, а то је реклама која је представила Ниш као „нову“ дестинацију Балкана у „**Wizz Air inflight magazine**“, официјалном часопису авио компаније „Wizz Air“ која је највећа low cost компанија у источној и централној Европи. Овај часопис, који је једини облик медија на летовима ове компаније, доступан је свим путницима на свих 110 дестинација у 40 земаља, и око 580 рута, што је око 3 милиона читалаца сваког издања, којима ће Град Ниш бити представљен као једна од туристичких дестинација која нуди разноврсне могућности за обилазак својим туристима.

Оглашавање у овом часопису се вршило у периоду високе сезоне путовања, када се досеже највећи број путника – током летњих месеци, што се поклапа са периодом највећег броја дешавања у Нишу.

2.7.5. Медијска кампања и односи са јавношћу

Рекламирање и оглашавање у новинама и специјализованим часописима, као и емитовање промотивних спотова на телевизији представља значајан облик промовисања туристичке понуде једне туристичке дестинације. У циљу промоције разноликих туристичких атрактивности Ниша и осталих садржаја који привлаче пажњу туриста, Туристичка организација Ниш је наставила са интензивном медијском кампањом на телевизијским станицама и новинским кућама.

Током 2015. године Туристичка организација Ниш одржала је више **конференција за новинаре** ради промоције догађаја у граду или као најаву нових пројеката и новина у туристичкој понуди. Међу свим медијским активностима и наступима на локалним и националним тв и радио станицама по обиму и заступљености у медијима издвајају се два догађаја:

- Промоција и најаву 16. Међународног сајма туризма у Нишу обухватала је велику медијску кампању: гостовања на ТВ станицама (НТВ, Зона плус и ТВ Bellamie), рекламни спотови на радио станицама (City Radio, Radio 7, TDI – radio, Бум Радио), као и рекламирање на билбордима на свим фреквентним локацијама у граду. У склопу медијске кампање, ТОН је у центру града, у пешачкој зони, организовао промоцију Сајма намењену млађој популацији, уз музику коју је пуштао DJи поделу промотивних флајера. Неколико дана пре почетка сајма у „Медиа центру“ организована је и прес конференција.
- Као суорганизатор манифестације „Небеска трка“ – планински маратон „Соколов пут“, ТОН је заједно са партнерима организовао прес конференцију у Медија центру на којој је најављен и презентован овај интересантан догађај. Ради промоције догађаја и промоције Ниша и околине као дестинације идеалне за бављење екстремним спортовима и дестинације која пружа могућности за доживљај активног одмора, организована су и бројна гостовања и емитовани прилози на локалним и националним ТВ станицама (НТВ, Зона плус, ТВ Bellamie, ТВ Пинк, Прва ТВ).

2.8. БРЕНДИРАЊЕ НИША – ИЗГРАДЊА ДЕСТИНАЦИЈСКОГ ИДЕНТИТЕТА И РАЗВИЈАЊЕ ВРЕДНОСТИ ДЕСТИНАЦИЈСКОГ БРЕНДА

Туристичка организација Ниш је и у 2015. години наставила тренд модернизације промоције града у складу са светским трендовима и светском тражњом, истичући потенцијале Ниша и његове околине као дестинације која нуди бројне могућности и идеалне услове за бављење екстремним спортовима, као и дестинације која пружа разноврсне програме за доживљај активног одмора. Такође, у својим наступима ТОН истиче Ниш као један од најстаријих градова Европе и Балкана, који туристима може да понуди јединствен доживљај обиласка историјских споменика као што су Медијана, Тврђава, Теле Кула и аутентично сачуван фашистишки логор из Другог светског рата.

Да је Ниш дестинација великог туристичког потенцијала, на чијем идентитету и препознатљивости ТОН континуирано ради, потврђују подаци који показују да се тренд пораста укупних туристичких долазака и ноћења, започет 2014. године, наставио и током целе 2015. год.

Према подацима Републичког завода за статистику у Нишу је и 2015. године забележено повећање укупног број туриста у односу на исти период у 2014. год за 10,6 %, при чему је број долазака домаћих туриста порастао за 11,6 % а број иностраних повећао се за 9,8 %.

У Нишу је током 2015. године, од јануара до децембра остварено **13,8%** више ноћења него у периоду од јануара до децембра 2014. године, при чему је број ноћења домаћих туриста порастао за **15,8 %** а број ноћења иностраних туриста повећао се за **11,3 %**.

	ЈАН-ДЕЦ 2014	ЈАН-ДЕЦ 2015		ЈАН-ДЕЦ 2014	ЈАН-ДЕЦ 2015	
	Број туриста /Доласци/			Број ноћења		
Укупно	68.688	75.969	+ 10.6 %	130.246	148.193	+ 13.8 %
Домаћи	31.297	34.924	+ 11.6 %	71.714	83.053	+ 15.8 %
Страни	37.391	41.045	+ 9.8 %	58.532	65.140	+ 11.3 %

Пораст броја евидентираних долазака и остварен број ноћења који исказује одличан раст од +13,8% са просечном дужином боравка туриста од 1,95 дана овај резултат чини значајнијим и у погледу туристичке потрошње у граду због веће потрошачке моћи иностраних гостију, посебно имајући у виду да је у Републици Србији у 2015. године, у односу на 2014. године, број туриста био већи за 11,3%, а укупни број ноћења већи за 13,8%.

Овакви успешни резултати током 2015. године директна су последица свеукупних напора и активности који су од стране ТОН-а учињени на пољу афирмације града као добре туристичке дестинације као и свих промотивних активности које је ТОН спроводио последњих пар година на многобројним манифестацијама и фестивалима у Србији, домаћим и међународним сајмовима, комуникацијом са међународним промотерима, тоур операторима и новинарима из целог света.

2.8.1. Развијање дестинацијског брэнда

Почетком 2015. године ТОН је започео осмишљавање слогана који ће осликати дух Ниша и повезати савремене тенденције са старим епохама. Како су саме нишлије и „мерак“ најјачи утисак свих оних који посете град Ниш, ТОН је искористио нишку добро познату изреку „Мерак нема цену“ у сврхе брендирања Града и овај слоган ставио на билборде добродошлице. Слоган је коришћен и приликом наступа на сајмовима туризма, као и у оквиру манифестације „Месец туризма“.

Осврћући се на гостопримљивост нишлија и гастрономску понуду Града, о „Мераклијском Нишу“ писале су и „Туристичке новине“ и часопис “Belguest”.

ТОН ће наставити да, својим радом и кроз све, већ поменуте активности, манифестације и пројекте, обухватајући све сегменте Града, промовише Ниш и околину као дестинацију богатог садржаја која може задовољити потребе различитих туриста.

2.9. УНАПРЕЂЕЊЕ ИНФОРМИСАНОСТИ ТУРИСТА ТОКОМ БОРАВКА У НИШУ

2.9.1. Туристички-инфо центри

У складу са повећањем броја туриста, ТОН је протеклих година уредио простор унутар информативних центара и надање настоји да туристички инфо центри буду на одговарајућем нивоу и у складу са трендовима. Учињено је доста на осавремењавање продаје у Туристичким информативним центрима, док је опрема за Туристичке инфо центре – компјутери, штампачи, столови, столице, телефони, плакари и остала опрема мењана у складу са потребама.

2.9.2. Едукација кадрова

Ради што квалитетнијег и стручнијег обављања послова, праћења и примене нових трендова и иновација у туризму наглашена је потреба за константном едукацијом запослених у туризму. Едукацијски програми су садржајно различити и обухватају све сегменте усавршавања и размене идеја.

У 2015. години поред организације једне конференције која је одржана у склопу Сајма туризма, радници ТОН-а посећивали су и конференције и едукације и ван оних које се одржавају у оквиру многих манифестација на којима радници ТОНа присуствују као учесници, и то:

- „Е-туризам“, Конференција о примени ИКТ у туризму – Београд, 09.05.2015.год.
- 5. Бизнис Конференција СЕЕТ 2015 год. „Како повећати конкурентност и приходе туристичког тржишта Југоисточне Европе“ – Београд, 30.09.2015. год

3.ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ О ОСТВАРЕНИМ ПРИХОДИМА И РАСХОДИМА ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ ЗА 2015.ГОД.

Приходи и примања Туристичке организације Ниш за 2015.г. остварени су у износу од**32.514.000,00**
Расходи и издаци Туристичке организације Ниш за 2015.г.остварени су у износу од**32.550.000,00**
Буџетски дефицит.....36.000,00

Буџетски дефицит је коригован покрићем извршених издатака из текућих прихода, из наменски опредељених средстава која су пренета по завршном рачуну у 2014.г. тако да коначни износ оствареног укупног суфицита износи..... **114.000,00 динара.**

Приказ прихода и трошкова по врсти и економској класификацији дат је у табеларном приказу у оквиру финансијског извештаја и извештаја о извршењу буџета за 2015 годину.

Резултат пословања

Туристичка организација Ниш је позитивно пословала у 2015 години и остварила суфицит у износу од 114.000,00 динара.

4. БРОЈ ЗАПОСЛЕНИХ У 2015. ГОД.

Туристичка организација Ниш има 15 запослених радника и директора који је именован одлуком Скупштине Града Ниша.

5. КРЕДИТНО ЗАДУЖЕЊЕ

Туристичка организација Ниш нема кредитних задужења.

Туристичка организација Ниш
Директор
Урош Парлић

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА НИШ

Управни одбор

Бр: 140

23.02.2016. године

Н и ш

На основу члана 10. став 1. тачка 2. Одлуке о Туристичкој организацији Ниш („Сл. лист града Ниша“ бр. 1/2002, 32/2002 и 9/2013) и члана 20. став 1. тачка 3. Статута Туристичке организације Ниш, Управни одбор Туристичке организације Ниш, на седници одржаној дана 23.02.2015.године донео је

О Д Л У К У

1. Усваја се Финансијски извештај о оствареним приходима и расходима Туристичке организације Ниш за период 01.01.2015. - 31.12.2015. године.
2. Финансијски извештај из тачке 1. ове одлуке и одлуку Управног одбора Туристичке организације Ниш, доставити оснивачу, преко Управе за привреду, одрживи развој и заштиту животне средине, као ресорној управи за праћење пословања Туристичке организације Ниш.

Образложење

Одлуком о Туристичкој организацији Ниш, предвиђено је да оснивач, град Ниш, преко надлежног органа града, даје сагласност на Финансијски извештај о оствареним приходима и расходима Туристичке организације Ниш. Такође је и Статутом Туристичке организације Ниш предвиђено да се Финансијски извештај доноси уз сагласност надлежног органа града.

Финансијски извештај о оствареним приходима и расходима приказан је у складу са Законом о буџету и у складу са чланом 5. Уредбе о буџетском рачуноводству („Сл. гласник РС“, бр. 125/2003 и 12/2006), те је донета одлука као у диспозитиву.

Управни одбор Туристичке организације Ниш
Невенка Аничих, заменик председника

**Финансијски извештај о оствареним приходима и расходима
Туристичке организације Ниш
за период 01.01.- 31.12.2015.г.**

Туристичка организација Ниш је позитивно пословала у 2015 години и остварила суфицит у износу од 114.000,00 динара.

Приходи и примања Туристичке организације Ниш за 2015.г. остварени су у износу од **32.514.000,00**
Расходи и издаци Туристичке организације Ниш за 2015.г. остварени су у износу од **32.550.000,00**
Буџетски дефицит..... **36.000,00**

Буџетски дефицит је коригован покрићем извршених издатака из текућих прихода, из наменски одређених средстава која су пренета по завршном рачуну у 2014.г. тако да коначни износ оствареног укупног суфицита износи..... **114.000,00 динара.**

Приказ прихода и трошкова по врсти и економској класификацији дат је у табели у прилогу у укупном износу и по изворима финансирања.

Биланс стања

Укупна актива - имовина Туристичке организације Ниш исказана у билансу стања у опреми, нефинансијској имовини залихама, новчаним средствима и потраживањима износи **18.242.000,00**

Нефинансијска имовина и нематеријална имовина у стални средствима износи **3.698.000,00**
011221- некретнине и опрема 1.289.000,00
015121-саобраћајна опрема у припреми 1.221.000,00
016111- нематеријална имовина..... 1.188.000,00
Нефинансијска имовина у залихама **1.722.000,00**

Финансијска имовина **12.822.000,00**
122111- жиро и текући рачуни..... 153.000,00
121410- девизни рачун..... 2.000,00
11221- потраживања од купаца 803.000,00
122144-потраживања од радника по основу мањкова..... 10.000,00
122192-потраживања од фондова 48.000,00
123211-аванси за набавку материјала 22.000,00
123231- аванси за набавку услуга..... 1.000,00

131211- обрачунати неплаћени расходи.....	5.887.000,00
131312- обавезе за лизинг.....	982.000,00
1313127- потраживања за зараде	543.000,00
1313128- потраж по основу обрачунатог ПДВ-а.....	85.000,00
1312129- потраживања из односа буџета и буџетских корисника	4.286.000,00

УКУПНА ПАСИВА - извори средстава18.242.000,00

Укупне обавезе износе:.....12.667.000,00

У укупним обавезама највеће учешће имају следеће обавезе:

211912 дугорочне обавезе за финансијске лизинге	982.000,00
231111 обавезе за нето плате.....	266.000,00
231211 обавезе за порез на плате.....	29.000,00
231311 обавезе за допринос пио	51.000,00
231411 обавезе за допринос за здрвство	19.000,00
231511 обавезе за допринос за незапослене	3.000,00
234111-234311 обавезе за доприносе на терет послодавца	66.000,00
245249- обавезе за ПДВ.....	85.000,00
245211 обавезе према добављачима.....	5.887.000,00
254111-обавезе према буџету за умањење нето плата по закону.....	109.000,00

254111- обавезе за преузете обавезе из односа буџета и буџ.корисника.....	4.286.000,00
291211-плаћени аванси за набавку материјала	22.000,00
291213- плаћени аванси за набавку услуга	1.000,00
291911- обрачунати ненаплаћени приходи	803.000,00
291911- обрачунати ненаплаћени приходи.....	10.000,00
291911- обавезе фондова за испл.обавезе	48.000,00

Капитал- нефинансијска имовина у сталним средствима и залихама и нематеријална имовина

.....	5.420.000,00
321121- вишак прихода –суфицит.....	114.000,00
321311-нераспоређени вишак прихода из ранијих година	41.000,00

ВАНБИЛАНСНА АКТИВА

351122-примњена роба у комисион.....	666.000,00
--------------------------------------	------------

ВАНБИЛАНСНА ПАСИВА

352122- обавезе за примњену робу у комисион	666.000,00
---	------------

Извештај о извршењу буџета за 2015.г.

Извор финансирања 01

У оквиру програма 4 Развој туризма планиране су програмске активности и програми (сајмови и манифестације).

Функција 473

1502-0001 Управљање развојем туризма

Планирана средства.....21.770.000,00

Утрошена средства 16.885.000,00

Средства су мање утрошена у односу на планирана. Један радник је на породилском боловању, па није исплаћивана зарада за тог радника. Нису исплаћене услуге по уговору које су планиране за обавезе по уговорима са Студентском задугом за период од шест месеци. Планирана су средства за отпремнине и помоћи у складу са упутством о изради програма рада, које нису исплаћене. Планирана су средства за исплату закупа имовине и опреме на годишњем нивоу а исплата је извршена за три месеца.

1502-0002 Туристичка промоција

Планирана средства.....10.499.000,00

Утрошена средства6.058.000,00

Средства су мање утрошена у односу на планирана. Мање су утрошена средства на позицији услуге по уговору, услуге штампања, спроведена је јавна набавка и услуга извршена али нису пренета средства из буџета Града до 31.12.2015.године. Ребалансом су крајем новембра одобрена средства за потребе промоције за рекламу у штампаним медијима, али је рок за спровођење и извршење јавне набавке био кратак.

Смањени су трошкови путовања у односу на планирана средства.

1502-П-1 Међународни сајам туризма у Београду

Планирана средства.....880.000,00

Утрошена средства522.000,00

Средства су мање утрошена, трошкови смештаја и дневница су извршени у мањем обиму од планираних као и услуге по уговору.

1502-П-2 Међународни сајам туризма у Нишу

Планирана средства.....2.003.000,00

Утрошена средства1.674.000,00.

Средства су мање утрошена у односу на планирана, нису исплаћене услуге смештаја у хотелима за време трајања манифестације.

1502-П-3 Соколов пут

Планирана средства.....687.000,00

Утрошена средства397.000,00

Средства су мање утрошена у односу на планирана, нису исплаћене услуге смештаја у хотелима за време трајања манифестације и услуге по уговору.

ЦИЉ: адекватна промоција туристичке понуде града / општине на циљним тржиштима.

За програмску активност 1502-0002 и све програме предвиђене програмским буџетом за 2015.годину циљ је био адекватна промоција туристичке понуде града / општине на циљним тржиштима.

ИНДИКАТОР: повећан број ноћења у смештајним капацитетима.

Повећање броја ноћења је планирано за 5% а остварено 13,8%.

ТУРИСТИЧКИ ПРОМЕТ /БРОЈ ТУРИСТА И БРОЈ НОЋЕЊА/ У НИШУ ТОКОМ 2015. године

Након драматичног пада броја туриста у Нишу током деведесетих, економски тешких

	ЈАН-ДЕЦ 2014	ЈАН- ДЕЦ 2015		ЈАН-ДЕЦ 2014	ЈАН-ДЕЦ 2015	
	Број туриста /Доласци/			Број остварених ноћења		
Укупно	68.688	75.969	+ 10.6 %	130.246	148.193	+ 13.8 %
Домаћи	31.297	34.924	+ 11.6 %	71.714	83.053	+ 15.8 %
Страни	37.391	41.045	+ 9.8 %	58.532	65.140	+ 11.3 %

година узрокованих великим ратним дешавањима у окружењу и у Србији у граду је наступио период вишегодишње стагнације туристичког промета, обележен приватизацијом највећег хотелског предузећа Србијатурист у Нишу и затварањем њихових великих хотелских капацитета.

Почевши од 2013.год у Нишу је забележен сада већ, вишегодишњи стабилан тренд пораста туристичког промета који је у 2014 био увећан за **+10%** броја туриста од чега **+24,4%** више страних туриста у односу на 2013.год а **снажни тренд раста туристичког промета настављен је и током 2015. год** када је према најновијем **САОПШТЕЊУ Број 18** - од 29.01.2016.год Републичког завода за статистику током 2015. год у Нишу забележено **повећање укупног број туриста** у односу на исти период у 2014. год за **+10,6%**, при чему је број долазака домаћих туриста **поростао** за **+11,6%** а број иностраних гостију **повећао** се за **+9,8%**.

У Нишу је током 2015. Године остварено и **+13,8%** укупно **више ноћења** него у истом периоду 2014. године, при чему је број ноћења домаћих туриста **поростао** за **+15,8%** а број ноћења иностраних туриста **је повећан** за **+11,3%**.

Пораст броја евидентираних долазака и остварен број ноћења који исказује одличан раст од **+13,8%** са просечном дужином боравка туриста од **1,95 дана** овај резултат чини значајнијим и у погледу туристичке потрошње у граду због веће потрошачке моћи иностраних гостију, посебно имајући у виду да је у Републици Србији у 2015. године, у односу на 2014. године, број туриста био већи за **11,2%**, а укупни број ноћења већи за **9,3%**.

Овакви успешни резултати током 2015 године директна су последица свеукупних напора и активности који су од стране ТОН-а учињени на пољу афирмације града као добре туристичке дестинације као и свих промотивних активности које је ТОН спроводио последњих пар година на многобројним манифестацијама и фестивалима у Србији, домаћим и међународним сајмовима, комуникацијом са међународним промотерима, тоур операторима и новинарима из целог света.

Извештај о извршењу буџета за 2015.г.

Извор финансирања 04

Туристичка организација Ниш остварује средства из других извора вршењем услуга и продајом робе(сувенира), из којих измирује расходе чије измирење није планирано из буџета.

Укупно планирана средства за 2015.годину из осталих (сопствених)извора износе20.240.000,00 динара
Укупно утрошена средства за 2015.годину из осталих извора износе7.014.000,00 динара

Средства из осталих извора планирана су у већем износу, због обавеза које Туристичка организација има према Буџету града Ниша, за предфинансирање пројекта „ Менаџмент туристичких дестинација Софија –Ниш“ МОТОДЕСТИН, као и неизмирених обавеза из пословања која су пренете из предходне године.

У 2015.години буџет је извршен у износу од 71.25% .

Туристичка организација Ниш
самостални стручни сарадник
на пословима финансија и рачуноводства
Невенка Аничих

**ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ О ОСТВАРЕНИМ ПРИХОДИМА И Р,
ТУРИСТИЧКЕ ОРГАНИЗАЦИЈЕ НИШ
од 01.01.2015 до 31.12.2015.г.**

I - ПРИХОДИ

Конто	Опис	Износ остварених пр	
		Укупно	Приходи
			Ребулике
715400	Добит по основу разлике између куповног и продајног девизног курса	1	
742100	Приходи од продаје добара и услуга или закупа од стране тржишних организација	5.810	
791100	Приходи из буџета	25.536	
	Укупни приходи	31.347	
823100	Примања од продаје робе за даљу продају	1.167	
	Укупни приходи и примања	32.514	

АСХОДИМА

Прихода и примања	
из буџета	Из осталих извора
Општине града	
	1
	5.810
25.536	
25.536	5.811
	1.167
25.536	6.978