



СТРАТЕШКИ ПЛАН ЗА 2023 ГОДИНА

**Taste
Macedonian
wine.**



**Taste
Macedonian
adventure.**



**Taste
Macedonian
food.**



**Taste
Macedonian
nature.**





Содржина

ВОВЕД _____	6
АНАЛИЗА НА СОСТОЈБА И SWOT АНАЛИЗА НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ _____	16
Визија _____	20
Мисија _____	20
Стратешки цели и приоритети _____	21
Оптимизирана внатрешна организација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот _____	23
Организациска култура _____	23
Реализација на програмските активности _____	23
Нови форми на промоција _____	24
Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство _____	24
Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор _____	24
ПРЕГЛЕД НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ ВО 2019,2020 и 2021 ГОДИНА _____	26
ПЛАНИРАНО УЧЕСТВО НА ТУРИСТИЧКИ САЕМИ ЗА 2023 _____	41
ТАБЕЛАРЕН ПРИКАЗ НА СТРАТЕШКИ ПЛАН 2023 _____	50
ДЕТАЛНИ НАОДИ ДОБИЕНИ ОД ИЗВЕШТАЈ ОД СПРОВЕДЕНА ФУНКЦИОНАЛНА АНАЛИЗА ВО АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ _____	70
ОСВРТ И ПРЕДВИДУВАЊА _____	76



Почитувани,

Моето обраќање ќе го започнам со една мисла која ме води изминатиов период кој во многу нешта е предизвик, а тоа е “Ако создадеме иднина за државата тогаш ќе создадеме иднина и за секој сектор во економијата, вклучително и туризмот”. Визијата каков туризам треба да градиме е вткаена преку поставените цели на тимот од Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот визијата, мисијата и целта за 2023 година преточена во поставените цели, а тоа се:

- Надминување на 3,2 милиони ноќевања, повеќе од 430 милиони долари од туристичката индустрија, создавање на нов концепт на туризмот со прераснување на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во Национална туристичка организација – НТО и услови за третирање на туризмот како земјите од “Отворениот Балкан” и Европа на ниво од министерство.*

Реорганизацијата ќе овозможи да креираме законски подобрувања, инплементирање на истите и доволно конкуренти со земјите од “Отворен Балкан” кој сам по себе создава пазар од 11 милиони домашни туристи. Отпочнување на национална кампања на youtube и google, туристичко брендирање на дестинацијата, патно означување на туристичките атракции, брендирање на граничните премини, дигитализација, градење на платформата Е-туризам и проекти со кои јасно ќе започнеме со развој на руралниот туризам, а многу брзо ќе ги видиме и придобивките од истиот.

Сега е нашето време! Времето на македонскиот туризам и неговата одржливост! Кога сите застапаа и го прогласија туризмот за економски мртов ние сите заедно преку кординативното тело работевме за да се вратиме посилни, помудри согледувајќи ги своите грешки од минатото и создавајќи точки за подобрување кои треба што побрзо да



се инплементираат. Веќе на сите ни стана јасно дека во туристичката индустрија започнуваме од еден поразличен почеток до нова реалност која што побргу треба да биде приспособена и инплементирања преку потребите на новите туристи. Треба сите да ги ставиме ситните индивидуални интереси на страна, работиме за иднината во туристичката индустрија, да ја зајакнеме македонската економија бидејќи индивидуалниот пристап понекогаш дава само индивидуални блесоци кои брзо згаснуваат без долгорочни планирања и стратешки одлуки. Многу региони во државата прераснуваат во препознатливи туристички дестинации преку целата година, но катадневно треба да се работи на зголемување на понудата, сместувачките капацитети, фискалната дисциплина за да можеме да мериме и подобруваме.

И најголемите скептици молчат пред фактите и резултатите во 2022 година кои се ретките од кои гордо ја креваме главата. Само треба да се прилагодиме и да почнеме да применуваме регионални практики во туризмот. Потенцијал за развој на алтернативни дестинации има! Дали треба да ги развиваме? Без двоумење, треба! Дали знаеме? Ќе научиме. Дали треба да вложуваме? Континуирано!. Се ова треба да биде вткаено во државната стратегијата за туризам која треба да ја создадеме со успешни применети практики бидејќи таа ќе ни ги покаже правците, но успешноста е плод на континуирана работа.

Туризмот како област и неговото делување холистички влијае директно или индиректно во повеќе од 21 економски гранки, а секое петто до седмо вработување во македонската економија е во туристичкиот-угостителски сектор. Ако гледаме сеопфатно 52- 55% проценти од вкупната услуга во нашата земја се создава во секторот, влијае врз нови работни места, поттикнува женско претприемаштво и создава услови за намалување на миграцијата со јако инплементирање на алтернативните форми на туристичка понуда во склоп на руралниот туризам. Формула која дала успеси во повеќе европски земји и доколку континуирано се развива за една деценија ќе имаме повеќе ноќевања во руралните средини и туристички места одколку во бизнис центрите и градските средини.



Туризмот не познава територијални граници туку само дестинации, а тие се протегаат до каде што туристите имаат интерес да патуваат и истражуваат. Во 2018 година со потпишувањето на трilaterалниот меморандум за соработка помеѓу Националните туристички организации на Црна Гора, Србија и Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот од наша страна се обврзавме за заеднички настап на трети пазари кој го реализиравме во 2019 година на престижниот саем во Сингапур каде настапивме под слоганот “Портата на Балканот”, односно една дестинација. Тоа е концептот на “Отворен Балкан” со отворени можности на сите држави кои ја споделуваат оваа економска визија која ќе создаде конкурентна дестинација во многу аспекти од туристичката индустрија. Градејќи ги мостовите со регионот за брзо патување преку “Зелените зони” треба да размислуваме за нови инвестиции, технологии и дигитализација, промотивни активности на “Отворен Балкан” и намалување на сезоналноста. Овој процес ве повикувам да го започнеме заедно бидејќи само така ќе се избориме во се повеќе комплицираната состојба и надвиснатата економска и енергетска криза.

Многу пати свесно тимот на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот - АППТ ги надмина своите овластувања и докажа дека може повеќе. Затоа е време за позитивни промени и тоа што требаше да се инплементира во 2013 година веќе е созреано, Националната туристичка организација е практика во други земји и одредени модели на нејзино функционирање треба да овозможат дополнителни елементи како што се “Destination Management Organizations (DMOs)”. Треба да имаме неколку Destination Management Organizations (DMOs), формирање на туристичка инспекција и туристичка полиција која што дополнително ќе го регулира пазарот и се тоа во интерес на туристичкиот сектор и намалување на нелојалната конкуренција. Во текот на годините ние треба да растеме, бидејќи туристичкиот сектор според мене ќе биде еден од алатките за брзо закрепнување на македонската економија. Сепак да не заборавиме на една од работите на која сме давале многупати значење и сме потенцираме, тоа се човечките ресурси коишто секоја година се повеќе ќе треба да се негуваат.



Потребна е уште продлабочена соработка и вложувања со стручните училишта и факултетите од каде треба да ги изградиме идните шефови на ресторани, гастрономски концепти, хотелски менаџери, визионери кои со ентузијазам ќе применат се она што нас ни недостасува. Така ќе изградиме туристички сектор кој учи и применува заслужувајќи ја почитта со можност за кариерно напредување и градење иднина дома. Според мене сега е моментот и можноста за туризмот кај нас, а каков туристички сектор ќе изградиме во таков ќе работиме и функционираме“. Подготвени сме за предизвиците кои ги носи 2023 година и целта која е мотив сите заедно неуморно да работиме до нејзиното остварување..

Агенција за промоција и поддршка на туризмот
на Република Северна Македонија

Директор,
д-р Љупчо Јаневски



ВОВЕД

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот (АППТ) будно следејќи ги тековните настани од 2019, 2020 и 2021 година, вклучена во трендовите што ги наметна новата реалност во 2022 година, изработи Стратешки план со јасна насока за реализација на програмските активности, паралелно со идеите, движењата и предвидувањата во туризмот за 2023 година.

Точно и јасно определената едногодишната рамка има за цел да ги прецизира и насочи активностите на АППТ кон остварување на нејзините стратешки цели и приоритети, во согласност со мисијата и визијата, и превземање на конкретни чекори за спроведување на годишната програма и реализација на предвидениот буџет.

За да имаме подетален увид на големата слика во контекст на туризмот и да овозможиме аналитичен пристап кон туристичките текови, на самиот почеток на стратешкиот план е прикажана фактичката состојба во светот, Европа и регионот, како и промените кои се иницирани од пандемијата со Ковид 19 и инвазијата на Украина од страна на Руската Федерација. Овие параметри се ставени во контекст на мисијата, визијата и програмата на АППТ со цел изнаоѓање на начини за закрепнување на туристичката индустрија во време на пандемија, затворање на граници, економска криза и неизвесност.

Во контекст на сето ова, при читање на стратешкиот план, треба да се има предвид високиот степен на неизвесност и надворешните фактори од кои зависи развојот и реализацијата на поставените цели и приоритети на АППТ. Сите проектирања кои се дел од овој документ се направени врз основа на моменталната ситуација во 2022 година, со оптимистички старт и закрепнување на меѓународниот туризам, регистриран во текот на цела 2022 година.

Земајќи ја предвид фактичката ситуација во земјава, регионот и светот и големиот процент на неизвесност во поглед на достапен буџет за реализација на зацртаните стратешки цели, активностите на АППТ за 2023 година се насочени кон оптимизација на внатрешната организација, брзо прилагодување на промените, креирање на нови форми на промоција, овозможување на поддршка на туристичкиот сектор, зајакната соработка со туристичките чинители од регионот преку активна вклученост кон иницијативата “Отворен Балкан” и



лансирање на нови, соодветни производи за “новото време”. Како дел од приоритетите на АППТ останува и поддршката во форма на субвенции.

Следствено, претставени се компаративни анализи на движењата на туризмот во Република Северна Македонија во изминатите години за да се добие појасна слика за тоа каде сакаме да бидеме и како до таму да стигнеме, односно да ги оствариме зацртаните предвидувања и очекувања за 2023 година.

Вториот дел од Стратешкиот план се фокусира на целите предвидени за 2023 година и начинот на кој ќе се постигнат истите. Во овој дел детално се претставени идеите и плановите за заздравување на туристичката индустрија, под услов сите параметри да останат непроменети, како во моментот на ова планирање. Но, и да се промени сликата, приложени се сценарија со кои би била возможна превенција и асистенција при поголема штета. Сето ова е во насока на реализација на стратешките приоритети кои се дел од Програмата на Агенција за промоција и поддршка на туризмот, Владата на Република Северна Македонија и Националната програма за усвојување на правото на Европската Унија (НПАА). За да ова биде релевантно, во овој дел се дадени и репери, односно начини на мерење за успешноста на реализацијата за секој проект засебно, што е неопходно за полесен увид и корелација со останатите активности на АППТ.

Меѓународниот туризам продолжува да закрепнува со силно темпо проследено со олеснување на патувањата и со укинување на ограничувањата. Но, не забораваме дека туризмот претрпе страшна пандемија, а лошата вест е дека 2022 година ќе донесе само делумно закрепнување. Границите повторно се отвораат, но меѓународното патување сè уште ќе биде тешко. Усогласеноста со прописите за климатските промени, како и повисоките цени на горивото и платите, исто така ќе ги зголемат трошоците за патување со авион во 2022 година. Ова на крајот ќе доведе до спојување на авиокомпаниии, затворање на аеродроми и повисоки цени на билетите.

Новите туристички трендови кои најверојатно ќе се појават во тековнава и следната 2023 година се:



- Меѓународни патувања со ограничувања кои сè уште ги одржуваат и дестинации и авиокомпаниите со цел да се понуди 100% сигурност на потрошувачот,
- Зајакнување на тестирањето COVID-19; две години по пандемијата, тестирањето за КОВИД сè уште ќе биде во функција како превентивна мерка,
- Ќе се промовира свесно патување. Патувајте до подалечни дестинации, но со продолжено времетраење на престојот, бидејќи потрошувачите сакаат да уживаат што повеќе во секое место што го посетуваат,
- Зелено патување. Климатските промени се проблем кој е присутен и расте. Потрошувачите сега се многу поодговорни и свесни за реалноста во која живеат секојдневно,
- Нов тренд се „ed-ventures“. Станува збор за комбинирање на образованието и празниците за најмладите членови на семејството. Додека возрасните можеби ќе треба да работат на далечина или да присуствуваат на состаноци, нивните деца можат да прават работилници и да учат на разигран начин.

Изгледи за закрепнување по невидениот пад од 2020 и 2021 година, меѓународниот туризам се очекува да продолжи со постепено закрепнување во 2022 година. Од март 2022 многу дестинации немаа ограничувања поврзани со КОВИД-19 и сè поголем број дестинации ги олеснуваат или ги укинуваат ограничувањата за патување. **Последното истражување на Светската туристичка организација (UNWTO)** укажува дека 81% од туристичките професионалци гледаат подобри изгледи за 2022 година и тоа поголем број на експерти (48%) сега гледаат потенцијално враќање на меѓународни пристигнувања на нивоата од 2019 година во 2023 година. На глобално ниво, дестинациите поздравиле речиси три пати повеќе меѓународни пристигнувања во првиот квартал од 2022 година отколку во истиот период од 2021 година, при што Европа предводи во закрепнувањето на секторот. Според најновиот светски туристички барометар на UNWTO, меѓународниот туризам забележа пораст од 182% на годишно ниво во периодот јануари-март 2022 година, при што дестинациите широм светот пречекаа околу 117 милиони меѓународни пристигнувања во споредба со 41 милион во првиот квартал на 2021 година. Од дополнителните 76 милиони меѓународни пристигнувања за првите три месеци, во март се забележани околу 47 милиони, што покажува дека



закрепнувањето се зголемува. Европа и Америка го предводат закрепнувањето. Податоците на UNWTO покажуваат дека во текот на првиот квартал од 2022 година, Европа поздрави речиси четири пати повеќе меѓународни пристигнувања (+280%) отколку во првиот квартал од 2021 година, при што резултатите беа поттикнати од силната интрарегионална побарувачка. Во Америка, пристигнувањата се зголемени повеќе од двојно (+117%) во истите три месеци. Сепак, пристигнувањата во Европа и Америка сè уште беа 43% и 46% под нивото од 2019 година. Блискиот Исток (+132%) и Африка (+96%), исто така, забележаа силен раст во К-1 2022 година во споредба со 2021 година, но пристигнувањата останаа 59% и 61% под нивото од 2019 година соодветно. Азија и Пацификот забележаа пораст од 64% во однос на 2021 година, но повторно, нивоата беа 93% под бројките во 2019 година, бидејќи неколку дестинации останаа затворени за несуштински патувања.

По подрегиони, Карибите и Јужниот Медитеран во Европа продолжуваат да покажуваат најбрзи стапки на закрепнување. И во двете, пристигнувањата закрепнаа на скоро 75% од нивоата во 2019 година, при што некои дестинации ги достигнаа или ги надминаа нивоата пред пандемијата. Дестинации се отвораат. Иако меѓународниот туризам останува 61% под нивото од 2019 година, постепено закрепнување се очекува да продолжи во текот на 2022 година, бидејќи повеќе дестинации ги олеснуваат или ги укинуваат ограничувањата за патување и се ослободува затворената побарувачка. Од 2 јуни, 45 дестинации (од кои 31 се во Европа) немаа ограничувања поврзани со COVID-19. Во Азија, зголемен број дестинации почнаа да ги олеснуваат тие ограничувања.

Согласно истражувањето на World Travel & Tourism Council (WTTC) објави дека придонесот на секторот за патувања и туризам во глобалната економија би можел да достигне 8,6 трилиони долари во тековнава 2022 година, само 6,4% зад нивото пред пандемијата. Во 2019 година, пред пандемијата, секторот за патувања и туризам генерирал скоро 9,2 трилиони долари за глобалната економија. Сепак, во 2020 година, пандемијата го доведе секторот во речиси целосен застој, предизвикувајќи огромен пад од 49,1%, што претставува сериозна загуба од речиси 4,5 трилиони долари. Најновото истражување на (WTTC) покажува дека кога светот конечно почнува да се опоравува од пандемијата, придонесот на секторот и за



глобалната економија и за вработувањето може да достигне речиси нивоа пред пандемијата, за 2022 година. Истражувањето на глобалното тело за туризам покажува дека ако вакцините и ограничувањата за меѓународно патување се олеснат низ целиот свет во текот на годината - секторот може да создаде 58 милиони работни места во 2022 година, за да достигне повеќе од 330 милиони, само 1% под нивото пред пандемијата и зголемено за 21,5% во 2020 година. Џулија Симпсон, претседател и извршен директор на WTTC, ќе изјави: „Во текот на изминатите две години, глобалниот сектор за патувања и туризам претрпе огромни загуби. „2022 година е подготвена за силно закрепнување доколку владите продолжат да се отвораат и да ги отстранат ограничувањата за патување. Нашиот сектор би можел да опорави повеќе од 58 милиони работни места и да генерира 8,6 трилиони долари, што би го поттикнало економското закрепнување ширум светот. „Додека луѓето почнуваат повторно да патуваат, владите мора да имплементираат поедноставени правила, вклучително и употреба на дигитални решенија. Патувањето во иднината треба да биде бесконтактно и истовремено да гарантира безбедност. “ Во 2019 година, Патувањето и туризмот генерираа 10,4% од глобалниот БДП и повеќе од 330 милиони работни места. Се очекува секторот за патување и туризам да создаде речиси 126 милиони нови работни места во следната деценија, објави (WTTC).

Според најновиот Извештај на Economic Impact Report (EIR), претставен на 21-от глобален самит на WTTC на Филипините, туристичкиот сектор ќе биде движечка сила на глобалното економско закрепнување. „секое трето ново отворено работно место ќе биде поврзано со секторот туризам“, рече претседателката и извршен директор на (WTTC), Џулија Симпсон. (EIR), исто така, откри дека глобалниот БДП за патувања и туризам би можел да достигне нивоа пред пандемијата до 2023 година - само 0,1 отсто под нивото од 2019 година.

И покрај овие позитивни изгледи, предизвикувачкото економско опкружување заедно со воената офанзива на Руската Федерација во Украина претставува негативен ризик за тековното закрепнување на меѓународниот туризам. Се чини дека руската офанзива врз Украина имаше ограничено директно влијание врз вкупните резултати досега, иако го нарушува патувањето во Источна Европа. Сепак, конфликтот има големи економски



последници на глобално ниво, влошувајќи ги и онака високите цени на нафтата и целокупната инфлација и нарушувајќи ги меѓународните синџири на снабдување, што резултира со повисоки транспортни и сместувачки трошоци за туристичкиот сектор. Приходите од извозот ќе закрепнат побрзо како што се зголемуваат трошоците. За прв пат од почетокот на пандемијата, индексот се врати на нивоата од 2019 година, како одраз на зголемениот оптимизам кај туристичките експерти ширум светот, надоградувајќи се на силната затворена побарувачка, особено интраевропските патувања и американските патувања во Европа. Според најновото истражување на Панелот на експерти на UNWTO, огромно мнозинство туристички професионалци (83%) гледаат подобри изгледи за 2022 година во споредба со 2021 година, се додека вирусот е контролиран и дестинациите продолжат да ги олеснуваат или укинуваат ограничувањата за патување. Сепак, тековното затворање на некои големи излезни пазари, главно во Азија и Пацификот, како и неизвесноста што произлегува од конфликтот Русија-Украина, може да го одложи ефективно закрепнување на меѓународниот туризам. Поголем број експерти (48%) сега гледаат потенцијално враќање на меѓународните пристигнувања на нивоата во 2019 година во 2023 година (од 32% во јануарското истражување), додека процентот што укажува дека тоа би можело да се случи во 2024 година или подоцна (44%) е намален во споредба до јануарската анкета (64%). Во меѓувреме, до крајот на април, меѓународниот воздушен капацитет низ Америка, Африка, Европа, Северен Атлантискиот Исток достигна или е блиску до 80% од нивото пред кризата.

Организацијата за економска соработка и развој (ОЕЦД) проценува дека глобалниот економски раст може да биде за повеќе од 1% помал оваа година од претходно проектираниот, додека инфлацијата, веќе висока на почетокот на годината, би можела да биде уште најмалку 2,5% повисока. Неодамнешниот скок на цените на нафтата, зголемената инфлација ги поскапи сместувањето и транспортните услуги, додавајќи дополнителен притисок врз бизнисите, куповната моќ на потрошувачите и заштедите, забележува UNWTO. Оваа прогноза е во согласност со анализата за потенцијалните последици од конфликтот врз глобалното економско закрепнување и раст на Конференцијата на Обединетите нации за трговија и развој (UNCTAD), која исто така ја намали својата проекција за светскиот економски



раст во 2022 година од 3,6% на 2,6% и предупреди дека земјите во развој ќе бидат најранливи на закрепнување.

UNWTO е признаен за потврдување на вредностите на туризмот и промовирање на секторот како столб на мирот и закрепнувањето. На неформалниот состанок на министрите за туризам на ЕУ, француското претседателство со Европскиот совет го поздравил раководството на UNWTO и го истакнал силното единство на секторот пред историскиот предизвик. Обраќајќи им се на делегатите, генералниот секретар на UNWTO, Зураб Пололикашвили, предупреди на „тројната закана“ од тековната пандемија COVID-19, климатската вонредна состојба и војната во Европа. Туризмот како светилник на мирот и надежта, Генералниот секретар Пололикашвили истакнал дека, соочени со вакви предизвици, „туризмот има активна улога во повторното потврдување на нашите заеднички вредности и промовирање на мирот“, додавајќи дека тоа е улога што секторот ја исполнува. „Исто како што направивме за време на пандемијата, го гледаме најдоброто од туризмот и оваа поддршка ќе расте во големина, опсег и моќ во текот на деновите што следат“, додаде тој. Бидејќи министрите за туризам на 27-те земји на ЕУ се сретнаа лично за прв пат од почетокот на пандемијата, UNWTO исто така се заложил за зајакната соработка и солидарност. „Заедно сме посилни“, рече генералниот секретар Пололикашвили на конференцијата, на која учествуваше и европскиот комесар за внатрешен пазар, Тиери Бретон. Сите делегати беа повикани да ја препознаат клучната улога што ќе ја одигра рестартирањето на туризмот во промовирањето на меѓународната солидарност и во обезбедувањето надеж за милиони луѓе во секој глобален регион.

Во тек е рестартирање на туризмот UNWTO го поздравил постојаното укинување и олеснување на ограничувањата за патување воведени одговор на пандемијата. Од 15 март, седум земји ширум целиот свет ги укина своите ограничени поврзани со COVID-19, целосно во согласност со препораките на UNWTO и Светската здравствена организација на предизвиците кои сè уште стојат на патот на закрепнувањето на секторот. Генералниот секретар на UNWTO ги повика владите на ЕУ да нудат на туризмот, треба да се поддржи за да се направи разлика, а одговорот ги пофали плановите за закрепнување на многу земји-членки на ЕУ. „Целирана помош за секторот ќе има корист од секое ниво на секторот, особено малите и средните



бизниси и другите работници“, кои содржат 80 заштитни од туристичкиот сектор, рече тој. Исто така, јасно стави до знаење дека сега е време туризмот да ги засили своите заложби за климатски активности, при што соработката повторно се наведува како суштинска основа за градење поодржлив и поотпорен сектор.

Седмото издание на Глобалната конференција на Светската туристичка организација (UNWTO) за вински туризам ќе се одржи во Ла Риоха во 2023 година. Конференцијата стана водечки меѓународен форум за трендови, алатки и можности за унапредување на винскиот туризам. Обезбедува можност експертите и професионалците, како и консолидираните и новите дестинации во овој туристички сегмент да разменат знаења и искуства. За време на официјалната презентација, која беше домаќин во објектите на Виванко во Брионес, Поликашвили им се заблагодари на Шпанија и Ла Риоха за домаќините на изданието на Конференцијата во 2023 година и го истакна потенцијалот на винскиот туризам како двигател на растот на локалните економии и како мотор за општествени промени: „Ова е сектор кој може да доведе до позитивна промена, особено во многу рурални заедници, создавајќи работни места и можности во најнаселените области, поттикнувајќи го економскиот раст и зачувување на природната и културната средина“. Ова е сектор кој може да доведе до позитивна промена, особено во многу рурални заедници, создавајќи работни места и можности во најнаселените области, поттикнувајќи го економскиот раст и зачувување на природната и културната средина Министерот истакна дека винскиот туризам „придонесува за економска, социјална, еколошка одржливост, додава вредност, ги десезонализира понудите на производи и ни овозможува да ја посетиме руралната средина“.

Стратешкото планирање за 2023 година ги разработува сите активности со акциски планови кои ги вклучуваат сите неопходни параметри за да се добие јасна слика за временската рамка, неопходните човечки ресурси, финансии и целокупна можност за реализација.

Во фокусот на работењето на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот остануваат принципите кои се засноваат на стручност, професионалност, транспарентност, одржливост и одговорност, но пред се координираност и соработка со други институции и чинители во туристичката индустрија.



Слика1—Органограм на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија

Вредности:

- **Посветеност** - грижа и дејствување за испорака на најдобра услуга;
- **Транспарентност** - постапките и резултатите од работењето достапни до јавноста, посебно до засегнатите страни;
- **Квалитет** - почитување и афирмирање на пишаните стандарди и професионални правилници и прописи во испораката на секоја услуга;
- **Кооперативност** - излегуваме во пресрет на секое барање за учество во активностите на партнерските организации и прифаќање сугестии и соработка во испораката на нашите услуги;
- **Кредибилитет** - нашите индивидуални и институционални одлуки ги донесуваме независно, врз основа на нашата професионалност, расположливите факти и други сознанија;
- **Проактивност** - во рамките на нашите надлежности иницираме мерки и активности за посоодветно пресретнување на согледаните предизвици.



Видливи резултати се постигнати при имплементирање на веќе донесените стратегии и подстратегии на АППТ, како и усогласување со Националната стратегија за развој на туризмот 2017-2021 година, која во неколку аспекти е надмината.

АНАЛИЗА НА СОСТОЈБА И SWOT АНАЛИЗА НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ



Потребата од континуирано подобрување и надминување на резултатите во туризмот од претходните години ја наметнува потребата од анализа на работењето на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот. Процесот на стратешкото планирање претставува механизам кој ѝ овозможува на АППТ врз основа на претходно издржана SWOT анализа да ги утврди развојните приоритети, приоритетните цели и политиките во функција на нивно остварување во рамките на буџетскиот процес и следствено на тоа ефикасно и ефективно да лоцира соодветни ресурси за нивно спроведување. Со интегрирањето на процесот на стратешко планирање и буџетскиот процес се зголемуваат капацитетите и ефикасноста за спроведување на стратешките приоритети и приоритетни цели на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот.

SWOT анализата која ја направи АППТ покажа дека на институционално ниво и во рамките на секторот, а во делот на јаки страни, АППТ се карактеризира со континуирано транспарентно и отчетно работење, додека пак воведувањето на светски дигитални практики во промовирањето на туристичките дестинации, иницирање, реализација и имплементација на безбедносен печат и почитување на сите протоколи, преставувајќи ја Република Северна Македонија како безбедна дестинација, како и отпочнување меѓугранична соработка преку ИПА проекти заедничка соработка со земјите членки од иницијативата “Отворен Балкан”, резултираат со успех во работењето.



<p><u>СЛАБИ СТРАНИ</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Недоволно обезбеден буџет за реализација на програмата на АППТ;2. Недоволна дигитализација на АППТ (недоволно технички средства);3. Недоволно зајакнети човечки ресурси (до екипирање);4. Недостаток на брендирана туристичка понуда (туристичко брендирање на државата);5. Немање ISO 9001 стандард за квалитет во АППТ;6. Недостаток на национална кампања во Македонија;7. Недоволна интерактивност на туристичкиот сектор (плански региони, невладин сектор за проектни активности);8. Недостаток на специјализирани обуки за вработените во АППТ и туристичкиот сектор;9. Неможност за трансформирање во НТО од 2013 година;10. Недопрецизиран закон за авто кампови;11. Неможност за искористување од сите странски фондови;12. Недоволна координација со планските региони;13. Стар модел за субвенционирање (неажурност во носење на нови законски решенија и практики во туристичкиот сектор и измени на постојаните);14. Немање туристичка полиција и инспекција;	<p><u>ЈАКИ СТРАНИ</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Нови туристички производи;2. Изработен професионален промотивен материјал;3. Континуирана поддршка на туристичкиот сектор;4. Транспарентност и отчетност во работењето на АППТ;5. Успешна регионална и меѓународна соработка;6. Придонес во зајакнување на бизнис климата;7. Континуирано планирање и анализирање на туристичките сектори;8. Интензивирање на соработка со странски донатори;9. Успешни презентации и трибини пред домашниот и странскиот туристички сектор;10. Интензивна и континуирана соработка со локалната самоуправа;11. Меѓугранична соработка преку ИПА проект;12. Склучување на меморандуми на соработка;13. Долгогодишно работно искуство на вработените на АППТ во туризмот;14. Организација на работни процеси.15. “Отворен Балкан” – заедничка соработка помеѓу државите членки;16. 100% online промоција;17. Ребрендирање на национална туристичка организација https://www.macedonia-timeless.com/eng.
<p><u>МОЖНОСТИ</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Прераснување во НТО;2. Зајакнување на човечките ресурси;	<p><u>ЗАКАНИ</u></p> <ol style="list-style-type: none">1. Нестабилна состојба предизвикана од пандемијата;2. Политичка, безбедносна и економска криза;



<ol style="list-style-type: none">3. Имплементирање на нови форми на туристичка промоција;4. Зајакнување на постоечките кадри преку обуки и работилници обезбедени од страна на различни фондови и донации;5. “Отворен Балкан” – заедничка соработка помеѓу државите членки;6. Зголемена електронска промоција преку YOUTUBE и GOOGLE;7. Создавање на повеќе виртуелни мултимедијални туристички информации;8. Обезбедување средства од ЕУ фондови;9. Едукација на туристичкиот сектор и негово јакнење со странски донатори;10. Учество и партнерство на меѓугранични и европски проекти – ИПА проекти;11. Нови типови на презентации со организирање на македонски вечери и B2B средби со странски донори;12. Дигитализација на туристичкиот сектор со платформа ЕУ и можности;13. Организирање на информативни патувања – генерација инфлуенсери и влијателни патувачи;14. Изработка на државна апликација за слободни патувачи во туристичката индустрија;15. Создавање на регионални производи (вински рути, културни рути, ЕКО рути и др.);16. Искористување на претпристапните фондови на ЕУ за создавање на нови туристички производи;17. Развивање на руралниот туризам преку државен проект со нов ивестициски циклус и начин за субвенционирање.	<ol style="list-style-type: none">3. Несоодветна реорганизација на туристичката државна администрација;4. Континуирано намалување на буџет (2021 година и 2022 година);5. Флуктација на човечки ресурси.
--	--

Во делот на слаби страни може да се извојат недоволната дигитализација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, несоодветен буџет за реализација на Програмата, немањето на брендирана понуда како и недостаток на државна стратегија за туризам и



истечена стратегија за рурален туризам. Моќностите кои Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот би можела да ги искористи истата да прерасне во Национална Агенција за промоција и поддршка на туризмот во Република Северна Македонија.

Во рамките на сегашната поставеност воведувањето туристичка инспекција и туристичка полиција во рамките на АППТ би придонела за подобра контрола во однос на бројот на туристи, додека пак соодветен буџет согласно планираното стратешко планирање, зајакнување на човечките ресурси, зајакнување на туристичката понуда и туристичкиот сектор во соработка со странки донатори, едукација на туристичкиот сектор, нови типови на презентации и сл. би овозможиле значителен развој на туризмот во Република Северна Македонија.

Во делот закани, SWOT анализа се нотифицираше дека последиците од светската здравствена криза и понатаму се актуелни и се карактеризираат со штетни последици врз туристичкиот сектор. Најголемата закана од COVID 19 и натаму е предизвикана од опасноста од ширење на вирусот, па оттука и безбедноста и здравјето на секој поединец преставува приоритетна цел. Новонастанатата економска и безбедносна криза дополнително ги влошува турисичките светски текови. Преклопувањето на ингиренции, законската легислатива и намалувањето на буџетот со кој располага АППТ се исто така закани со кои може да се соочи Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот.

Во изработка на оваа анализа беа вклучени вработените во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот што придонесе да се изгради чувство на сопственост над решенијата што претставува важен потенцијал за посветеност кон нивното имплементирање. Она што преставува очекување е овој Стратешки план да придонесе во значителен развој и напредок и во тековното работење на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот.



Визија

Доколку ги гледаме генерално двете туристички сезони 2021 и 2022 година туристичкиот сектор работеше за што помал минус во туристичката индустрија, а дека успеа во тоа, говорат позитивните статистички резултати. РС Македонија како дестинација имаше многу помалку минус од Европа која имаше околу 70% пад на туризмот. Ние успеавме да стигнеме до 1,6 милиони ноќевања со регионални и домашни туристи и успеавме до некоја гледна точка да ја амортизираме кризата. Во 2021 година ја започнавме новата реалност во туризмот, постигнувајќи ја целта од 2,3 милиони ноќевања и раст од фантастични 139% на странски туристи, со што се вброивме во првите пет земји на светско ниво во раст на бројот на туристи, согласно статистиките на Светската Туристичка Организација. Со тоа цениме дека успешно ја амортизираме кризата и започнавме успешно да даваме резултати во туристичката индустрија во земјава и во регионот.

Визијата за тоа каде го гледаме туризмот на Република Северна Македонија за 2023 година, е во промена на перцепцијата на светските патувачи за земјава како безбедна и достапна дестинација, која што може да понуди диверзивни и атрактивни туристички концепти, а паралелно со тоа и зголемување на бројот на странски туристи и остварени ноќевања. Последователно, ова ќе придонесе до значителен раст на економските текови, преку се поголем прилив во БДП-то од ставка туризам.

Мисија

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во периодот пред нас ќе се фокусира на регионот и светскиот пазар, но без да ги забораваме и домашните туристи. Во континуитет се отвараат нови авионски линии со кои земјава се поврзува со повеќе европски и светски дестинации и очекуваме веќе во 2023г да се надминат бројките од одличната 2019 година.

Зошто говориме регионот? Иницијативата „Отворен Балкан“ од туристичка перспектива започна да се реализира, зближувајќи повеќе балкански земји и овозможувајќи на туризмот да создаде можности за дестинација која ќе биде доволно конкурентна во Европа и трети пазари. Ние ќе имаме поголема дестинација која ќе оперира со 12 милиони домашни туристи,



тоа е можноста РС Македонија да привлече поголем број на регионални и странски туристи, поголем број на кружни патувања, поголем број на просечни престои. Изминатата година покажа дека туристичкиот сектор може многу побрзо да закрепне од кризата отколку некои други индустрии. **Нашата мисија е во 2023 година да стигнеме до 3,2 милиони ноќевања и рекордни 430 милиони долари приход во македонската економија од ставка туризам.**

Односно, темпото на раст на туризмот треба да продолжи и очекуваме зголемување на бројот на странски туристи од 50 до 70% во нашите дестинации. Фокусот не е само Скопје и Охрид, се бараат еко и рурални дестинации, а нашата земја избилува со природни недопрени убавини.

Мисијата значи работа, а се работи на тоа да повеќе од 160 чартери да слетат во Охрид, континуирано да се зголемува портфолиото на дестинации од каде што очекуваме и имаме гости во РС Македонија и тие туристи се повеќе сакаат да ја окријат дестинацијата на поразличен начин, преку практикување на активни форми на туризам, вински тури и културни рути.

Стратешки цели и приоритети

Реално е да планираме, реално е да работиме, реално е да ја достигнеме целата. Уверени сме дека можеме да постигнеме рекорди и затоа целта за 2023 година е да ги надминеме бројките од 2019 година во туристичката индустрија.

Визијата каков туризам треба да градиме е отсликана преку **поставените цели за 2023 година, а тоа се:**

- 3,2 милиони ноќевања, повеќе од 430 милиони долари од туризмот, реструктурирање на туристичкиот сектор во РС Македонија, национална кампања на youtube и google, брендирање на дестинацијата, патно означување на туристичките атракции и брендирање на граничните премини.



Збогатување на туристичката понуда со атрактивни туристички производи е една од целите и заложбите на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот. Истото го реализира преку поддршка за развој на туристичкиот потенцијал во земјава. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот не се фокусира само на промоција на езерскиот туризам, РС Македонија е дестинација за 4 сезони, дестинација којашто покрај езерските убавини на нашиот бисер Охрид, има уште 42 други езера кои што треба да се посетат, четири Национални паркови, повеќе римски градови, 350 манастири, 1200 цркви, џамии и синагоги, мултикултурализам којшто треба да се почувствува, доживее и да се допре. РС Македонија можеби е и последната неоткриена дестинација во Европа, можеби секој турист ќе ја открие и доживее на свој начин и ќе најде причина повторно да не посети.

Со доаѓањето на дигиталната трансформација, практиките во туристичката индустрија направија иновација во тоа како луѓето ги перцепираат и прифаќаат информациите и услугите што ги обезбедуваат туристичките агенции. Со поддршка на процесот на дигитализација, туристичките агенции ги искористија и трансакциите и откривањето информации во секоја фаза од синџирот при организација на патување. Фразата „дигитална трансформација во патувањето“ постојано се споменуваа и неспорно е дека суштински го менува моделот и начинот на работење на организацијата врз основа на искористување на современите дигитални технологии за создавање нови можности и вредности. **Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот го следи трендот и фокусот е на подготовка на систем за Е-визиторс на кој се работи заедно со Министерство за економија, концепт кој ќе биде отсликан кај нас по примерот на хрватскиот интегрален модел за регистрација на туристи.**

Е-платформа, односно информациски систем за дигитализација интегрално ќе го поврзува целиот туристичко-гостинелски сектор, јавните и државни институции од Република Северна Македонија истата би претставувала централно место за евиденција на давателите на туристички услуги и туристи како и управување со податоци од истите.

За да се задоволат потребите на клиентите за наоѓање информации, искусување на дестинацијата пред патување Агенцијата за туризам направи дигиталната трансформација на



веб страната, во следниот период ќе се прават трансформации за користење на истата од страна на лицата со посебни потреби. Гостите можат подобро да го разберат местото што треба да го посетат и да ја стимулираат нивната инспирација за патување, овозможувајќи им темелно да истражуваат пред да се пакуваат за авантура.

Еден од приоритетите е се повеќе Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот да аплицира и работи на ИПА проекти за меѓугранична соработка, конкретно овој период се работи со Грција. Се надеваме дека во периодот којшто е пред нас ќе имаме можност истото да го направиме со други соседни земји и на таков начин да искористиме дополнителни финансиски средства, промотивни канали , заедничка соработка и делење на искуства со нашите соседи и партнери во туристичката индустрија. Туризмот не познава граници, познава дестинации, а дестинациите одат до тамо до каде што имаат интерес туристите да патуваат.

Оптимизирана внатрешна организација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот

Организациска култура

- Добро корпоративно и кооперативно управување
- Иновации и управување со знаење
- Воспоставен систем на организациско учење и развој
- Зголемување на капацитетот и компетентноста на човечките ресурси во секторите
- Да се постигне консензус помеѓу вработените и динамична организациска култура
- Да се создаде фокус кон важните цели со јасно дефинирање на клучните вредности на институцијата
- Да се намалат потенцијалните конфликти
- Да се намали флукуацијата на вработените



- Обезбеден буџет и дополнителни средства

Нови форми на промоција

- Е-платформа, односно информациски систем за дигитализација интегрално ќе го поврзува целиот туристичко-угостителски сектор
- Систем за Е-визиторс
- Промоција преку Google I YouTube
- 360и VR – туристички видеа
- Учество на меѓународни саеми за туризам
- Отворање на нови туристички пазари преку електронска промоција
- Зголемување на маркетинг активностите

Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство

- Стратешки партнерства и соработка
- Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор
- Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракции во соработка со локалната самоуправа
- Да се зајакне и да се обезбеди одржливост на тековните производи од туризмот, како и развој на нови
- Подобрување на квалитетот на туристичките капацитети
- Потпишување на Меморандуми на соработка со локални, регионални туристички асоцијации, здруженија, агенции

Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор

Туризмот претставува силен стопански сегмент за развој на економијата и главен двигател и основен столб на социо-економскиот напредок на развиените, но и на земјите во развој. Ефектите од туризмот се повеќекратни и пред сè се видливи преку порастот на девизниот прилив, подобрување на платниот биланс, креирање на нови работни места, но и пораст на инвестициите.



Вмрежување на планирањето е потребно од сите засегнати страни (туристичкото стопанство), со цел поедноставување на сложените односи, координација во заедничките активности и меѓуинституционална соработка. Ваквиот пристап во планирањето овозможува при реализација на Стратешкиот план да се вклучат импути од трите клучни субјекти за развој на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот: засегнатите страни од стопанството, експертите во областа и вработените во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот.

**ПРЕГЛЕД НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ ВО 2019,2020 и 2021 ГОДИНА**

Туристичка дестинација е географска област во која постојат сите елементи кои се релевантни за еден одмор (пејсаж, флора, фауна, климатски услови, атракции, објекти за сместување, објекти за забава). Поради оваа мешавина на различни елементи, патникот ја избира туристичката дестинација за својот одмор и во исто време дестинацијата е ставена на пазарот, туристичките агенции или туристички оператори. Генерално, организацијата за менаџирање со дестинации е одговорна за менаџирање и маркетинг на туристичката дестинација.

Графички приказ бр.1 Странски туристи и ноќевања 2017-2021



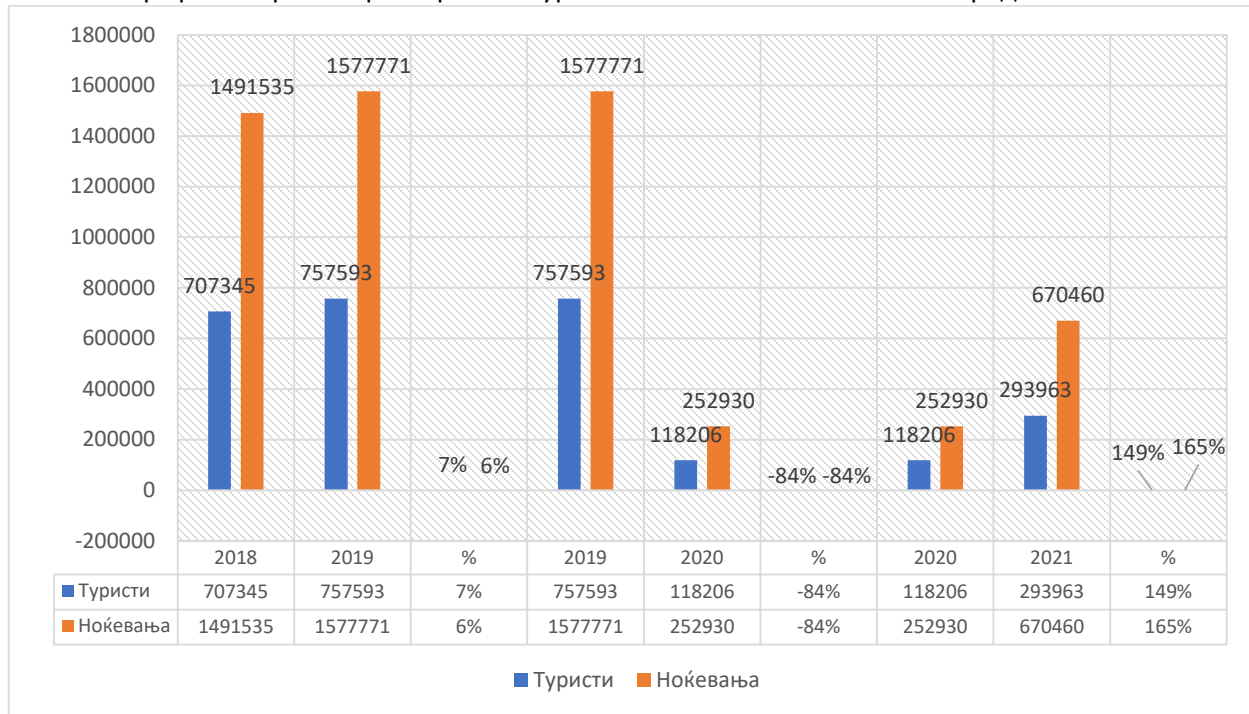
Извор: Државен завод за статистика

Во Република Северна Македонија имаме континуиран раст во туризмот од 2017 до 2019. Прикажано на кривата погоре забележано е континуирано покачување на странските туристи и ноќевања до 2019 во 2020 имаме драстичен пад на странските туристите и ноќевањата поради кризата со ковид 19 која резултираше со затварање на границите при што странски туристи во 2020 година кој ја престојувале РСМ 118206 кој оствариле 252930 ноќевања. Во



2021 споредбено со 2020 имаме раст на странските туристи кој ја посетиле РСМ е 293963 додека кај ноќевањата имаме остварено 670460 истото може да се види во графичкиот приказ бр.1.

Графички приказ бр.2 Странски туристи и ноќевања 2018- 2021 споредбеново %

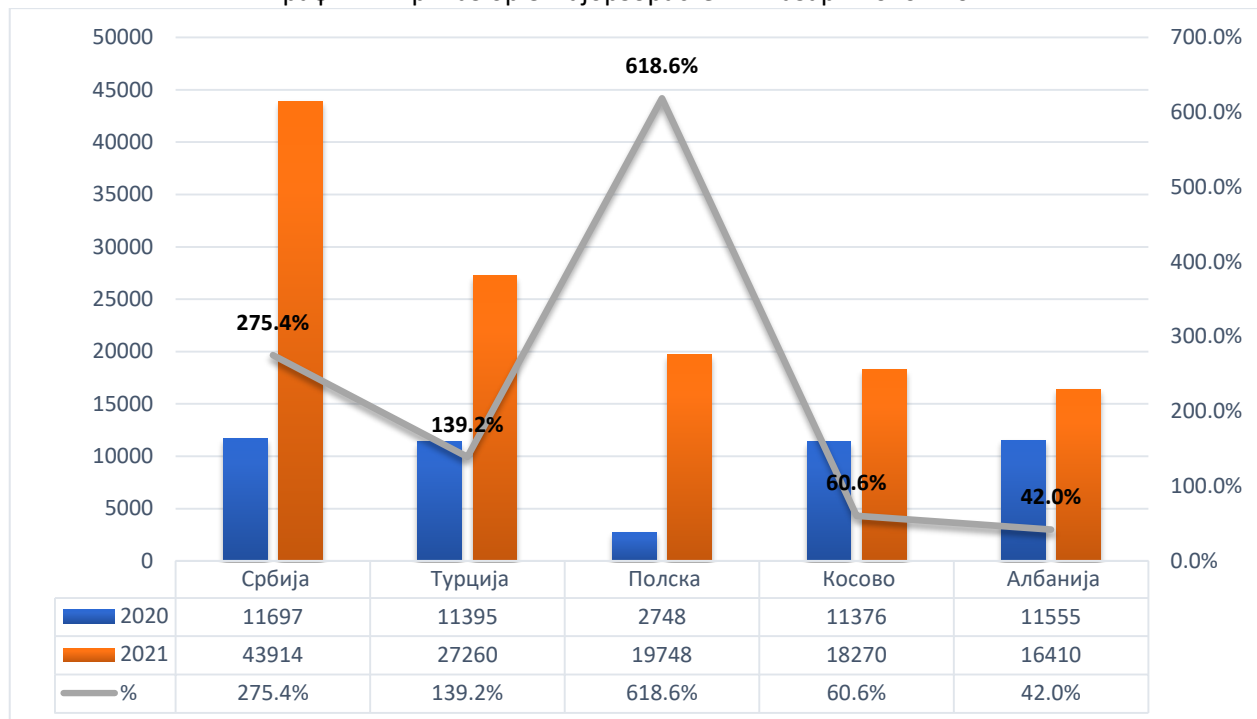


Извор: Државен завод за статистика

Во Република Северна Македонија има мерач во туризмот од 2018 до 2019 споредбено во проценти по години. Забележано е континуирано покачување на странските туристи и ноќевања и истото во проценти е прикажано во графичкиот приказ бр.2. Во 2020 година споредбено со 2019 можеме да забележиме драстичен пад на туристите и ноќевањата поради корона кризата и затворените граници. Од приказот погоре може да се забележи пад кај туристите од 84,4% додека кај ноќевањата имаме пад 84%исто така поради укинувањето на ковид мерките имаме драстичен раст на бројот на туристи и ноќевања во 2021 споредбено со 2020 кај туристите имаме раст од 149% додека кај ноќевањата имаме раст од 165%.



Графички приказ бр.3 Најбрзорастечки пазари 2020 - 2021



Извор: Државен завод за статистика

Графички приказ бр.4 Топ 5 земји посети 2021



Извор: Државен завод за статистика

На Графички приказ број4 може да се видат 5 топ земји за 2021. Посета на туристи по држави во Република Северна Македонија, прикажано со бројки и проценти. И покрај кризата со



COVID-19 и рестрикциите соседните земји се најголеми посетители во државата се Србија, Турција, Полска, Косово и Албанија. тоа може да се види во графичкиот приказ.

Графички приказ бр.5 Просечен престој на домашните и странските туристи 2021



Извор: Државен завод за статистика

Просечниот број на ноќевања на странските, домашните и вкупниот број на туристите е прикажан во Графичкиот приказ бр. 5, според кој се прикажува ситуација во 2021 година во која странските туристи останале 2,281 ноќи, домашните туристи 4.022 ноќи, додека вкупно просечен број на ноќевањана домашни и на странски туристи е 3.293 дена.

Табела бр.1: Домашни и странски туристи 2020 споредбено со 2021

	I-XII 2020	I-XII 2021	%
Број на туристи			
Вкупно	467 514	702 463	50,3%
Домашни	349 308	408 500	16,9%
Странски	118 206	293 963	148,7%
Број на ноќевања			
Вкупно	1 697 535	2 313 543	36,3%
Домашни	1 444 605	1 643 083	13,7%
Странски	252 930	670 460	165,1%

Извор: Државен завод за статистика



Во првите 12 месеци 2020 споредбено со првите 12 месеци 2021 година, бројот на вкупните домашни и странски туристи е зголемување за 50,3 %, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 16,9 %, а кај странските има зголемување за 148,7%. Во првите 12 месеци 2020 споредбено со првите 12 месеци 2021 година, бројот на вкупните ноќевањата кај домашните и странските туристи е зголемен за 36,3%, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 13,7%, а кај странските има зголемување за 165,1%. Ова може да се види во табела број 1.

Табела бр.2: Домашни и странски туристи први 6 месеци 2021 споредбено со 2022

	I-VI 2021	I-VI 2022	%
Бројна туристи			
Вкупно	181 422	317 539	75,0%
Домашни	96 394	120 906	25,4%
Странски	85 028	196 633	131,3%
Бројна ноќевања			
Вкупно	416 331	692 493	66,3%
Домашни	222 407	286 866	29,0%
Странски	193 924	405 627	109,2%

Во првите 6 месеци 2021 споредбено со првите 6 месеци 2022 година, бројот на вкупните домашни и странски туристи е зголемување за 75%, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 25,4 %, а кај странските има зголемување за 131,3%. Во првите 6 месеци 2021 споредбено со првите 6 месеци 2022 година, бројот на вкупните ноќевањата кај домашните и странските туристи е зголемен за 66,3%, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 29%, а кај странските има зголемување за 709,2%. Ова може да се види во табела број 2.



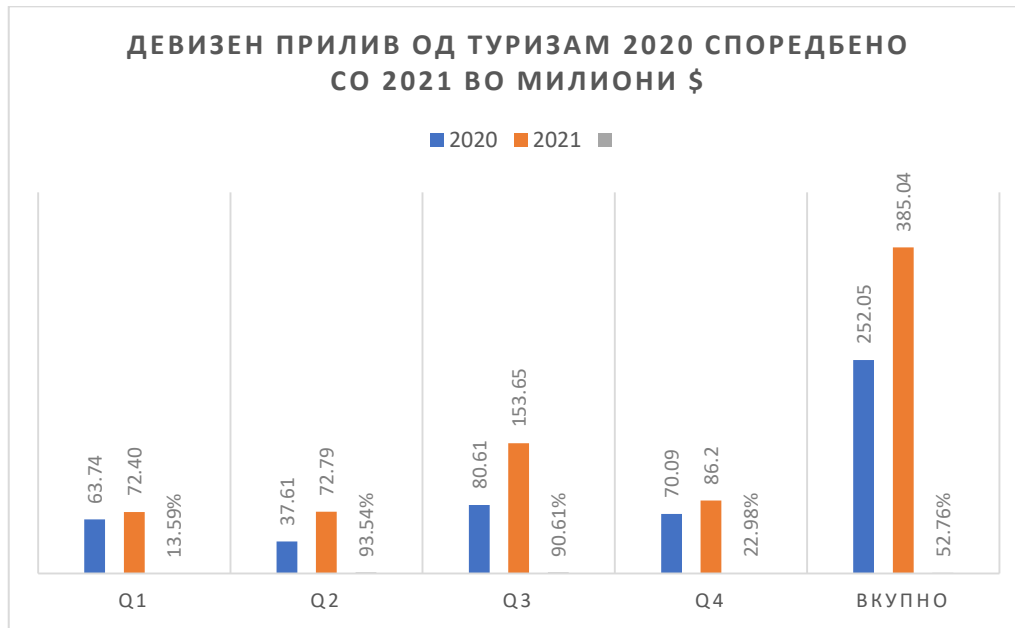
Графички приказ бр.6 Девизен прилив од туризам по години споредбено



Извор: НБРМ

На графичкиот приказ бр. 6 е прикажан девизниот прилив во 2020та година од ставката туризам, во првиот квартал 2020 девизниот прилив од туризам бележи раст од 0.74%, но по почетокот на ширењето на кризата со КОВИД 19 во РСМ следните три квартали во 2020 имаме пад на девизниот прилив од туризам споредбено со 2019. Вкупниот девизен прилив во 2020 изнесува 252.05% и споредбено со 2019 имаме пад од -36,34% поради КОВИД 19 кризата и затворените граници. Во 2020 споредбено со 2021 имаме драстичен раст на девизен прилив од туризам од 52% или од девизен прилив во 2021 имаме остварено 385,04 милиони долари.

Графички приказ бр. 7 Девизен прилив од туризам 2020 споредбено со 2021 по квартали



Извор: НБРМ

На графичкиот приказ број 7 може да се види вкупниот девизен прилив во 2020 година изнесува 252.05 милиони долари и споредбено со 2021 кај што имаме остварено 385.04 милиони долари имаме раст од 52,76%



Извор: Народна банка на Република Северна Македонија

Во графичкиот приказ број 8 е прикажан девизениот прилив од туризам во првиот квартал 2021 година, споредбено со 2022 година. Земајќи го предвид досегашниот тренд на пораст во првиот квартал 2022 година од 8,45%, во 2021 година изнесува 72.40 милиони долари, а во 2022 година изнесува 78.52 милиони долари. Очекувањата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2022 година се дека ќе има регистриран раст во поглед на бројот на туристи и ноќевања, како и раст на девизниот прилив по основ на туризам.



во вкупниот број на туристи и ноќевања во 2020 година



Извор: Државен завод за статистика



Графички приказ бр.10 Странски туристи по региони 2021



Извор: Државен завод за статистика

Странските туристи во текот на 2021 година најмногу го преферираат скопскиот регион, односно 49% од нив го посетиле, додека 27% југозападниот и 10% југоисточниот регион. Според Графичкиот приказ бр.10, најслабо посетен е североисточниот и вардарскиот регион, со 1% од вкупните посети на странски туристи.

Графички приказ бр. 11 Домашни туристи по региони 2021

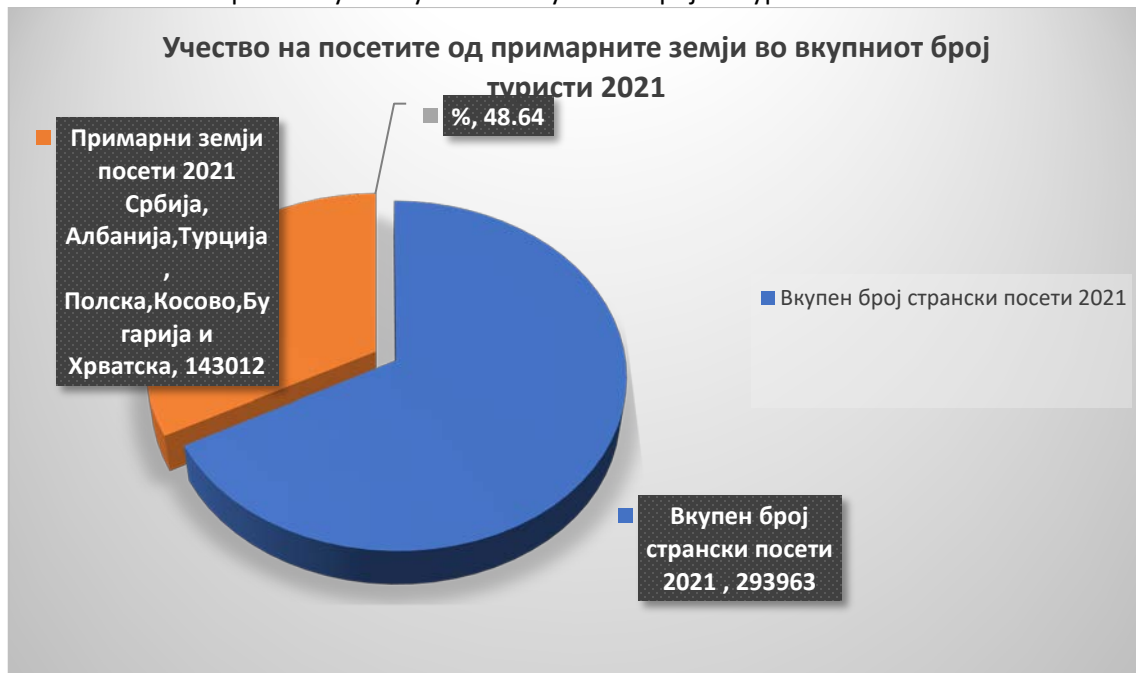


Извор: Државен завод за статистика



Домашните туристи од друга страна пак го преферираат југозападниот регион, а веднаш зад него е југоисточниот. Вардарскиот и североисточниот регион се најмалку посетени и од домашните туристи, што е прикажано во Графичкиот приказ бр. 11.

Графички приказ бр.12 Примарните земји: Албанија, Бугарија, Косово, Турција, Полска, Србија и Хрватска учествуваат во вкупниот број на туристи во 2021



Извор: Државен завод за статистика

Според ова, во Графичкиот приказ бр.12, претставени двата круга на таргет земји од каде најмногу пристигнувале туристи во текот на 2021 година. Примарните пазари оствариле 48.64% од вкупниот број на посети на странски туристи и тие се од Албанија, Бугарија, Грција, Косово, Турција, Полска, Србија и Хрватска, додека останатите проценти се посети на туристи од останатите пазари.



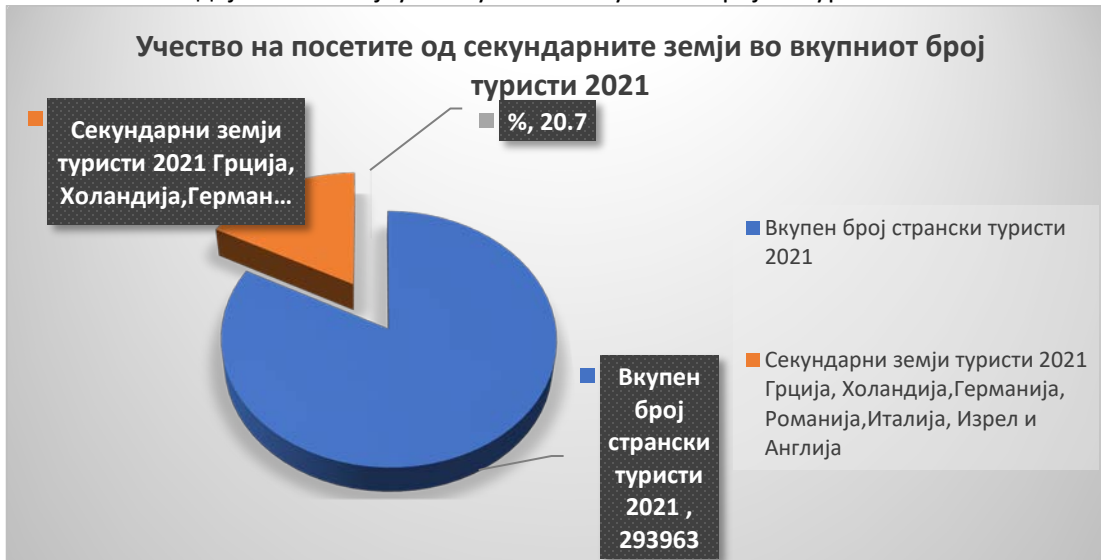
Графички приказ бр. 13 Примарните земји: Албанија, Бугарија, Грција, Косово, Турција, Полска, Србија и Хрватска учествуваат во вкупниот број на ноќевања во 2021



Извор: Државен завод за статистика

Дополнително, во 2021та година вкупно 45.9% припаѓаат на вкупниот број на ноќевања остварени од странски ноќевања, што е видливо во Графичкиот приказ бр. 13.

Графички приказ бр.14Секундарните земји: В.Британија, Германија,Италија, Изрел,Словенија, Холандија и Романијаучествуваат во вкупниот број на туристи во 2021

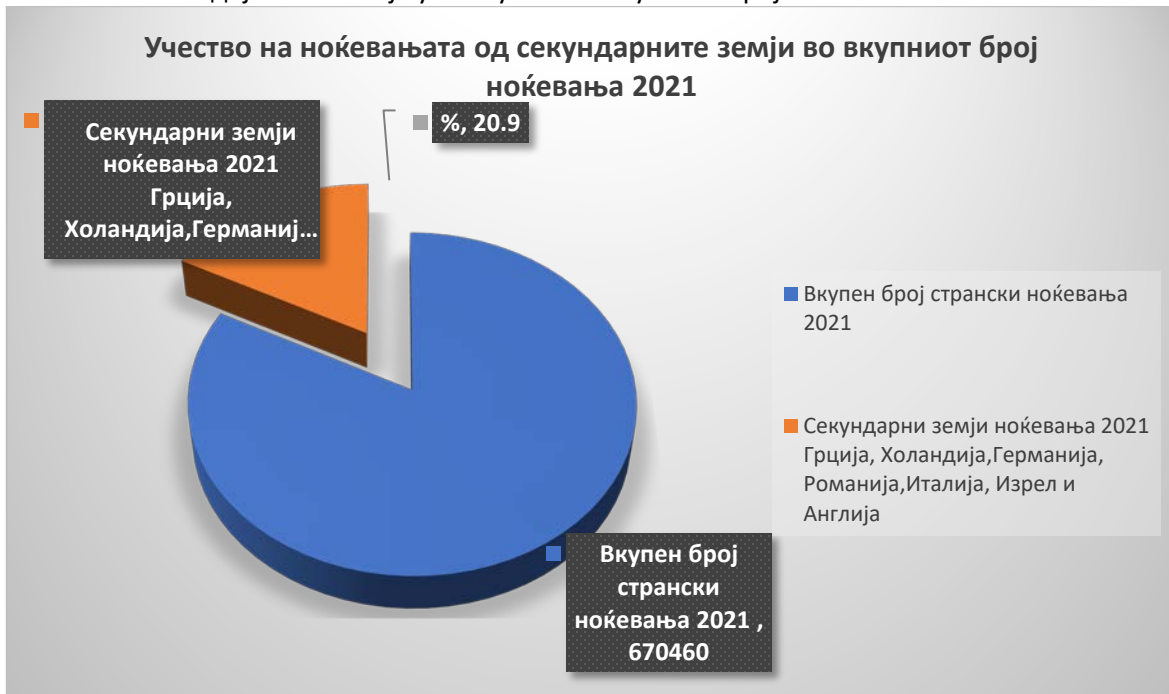


Извор: Државен завод за статистика



Во Графичкиот приказ бр 14 може да се забележи дека секундарните пазари се со учество од 20.7% од вкупниот број странски туристи 2021и во нив спаѓаат В.Британија, Германија, Италија, Изрел, Словенија, Холандија и Романија.

Графички приказ бр.15 Секундарните земји: В.Британија, Германија, Италија, Изрел, Словенија, Холандија и Романија учествуваат во вкупниот број на ноќевања во 2021

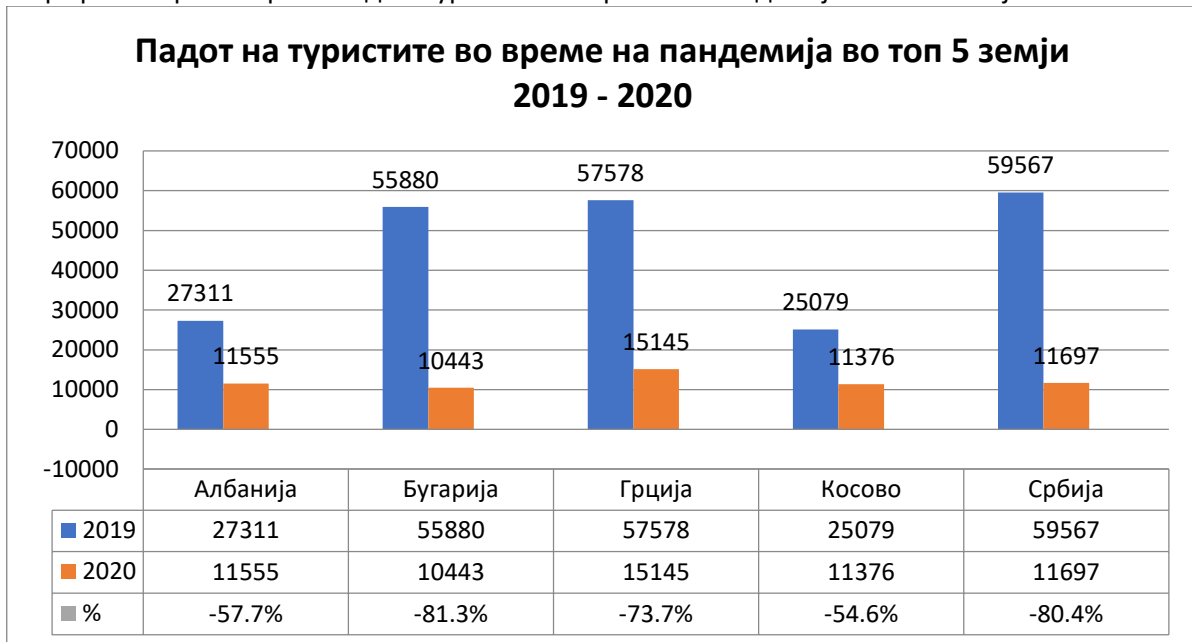


Извор: Државен завод за статистика

Дополнително, во 2021та година вкупно 20.9% припаѓаат на вкупниот број на ноќевања остварени од странски ноќевања, што е видливо во Графичкиот приказ бр. 15.



Графички приказ бр. 16 Пад на туристите во време на пандемија во топ 5 земји 2019 - 2020



Извор: Државен завод за статистика

На Графичкиот приказ бр.16 претставен е падот на туристите од топ 5-те пазари откако почна пандемијата со Ковид 19 (2019 година). Според статистиката подолу, падот е најголем кај туристите од Србија, а најмал кај туристите од Косово.

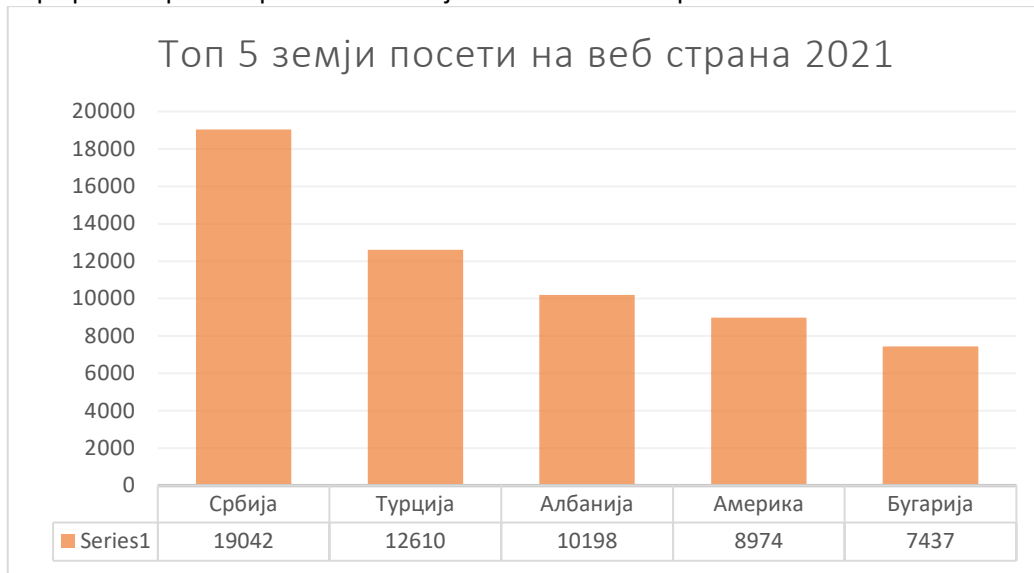
Графички приказ бр.17 Посети на Веб страна



Извор: Google analytics



Графички приказ бр. 18 Топ 5 земји посети на веб страна macedoniatimeless.com



Извор: Google analytics

Во првите топ 5 земји на посети на вебсајтот на Агенцијата за туризам се остварени од потенцијални туристи од Србија, додека најмал број на посети е од Бугарија

**ПЛАНИРАНО УЧЕСТВО НА ТУРИСТИЧКИ САЕМИ ЗА 2023**

	САЕМИ	ПЛАНИРАН БУЏЕТ 2023
1	FITUR MADRID	1.050.000,00 денари
2	EMITT ISTANBUL	2.700.000,00 денари
3	SAJAM TURIZMA BELGRAD	1.300.000,00 денари
4	ITB BERLIN 2022	2.600.000 денари
5	ITF TIRANA	500.000,00 денари
6	TTG RIMINI	2.400.000,00 денари
7	WTM LONDON	3.500.000,00 денари
8	TT WARSAW	1.300.000,00 денари
9	TRAVEL TURKEY IZMIR	1.200.000 денари
10	PHILOXENIA HELEXPO	600.000 денари
11	Заедничко учество на трети пазари со земјите од OPEN BALKAN	6.000.000,00 денари
	ВКУПНО	23.150.000,00 денари

1. FITUR MADRID е еден од најсеопфатните настани во кои одржливоста и технологијата се во првите редови, заедно со новите концепти, трендови и стратегии насочени кон консолидирање и подобрување на резултатите постигнати на минатогодишниот настан, со раст на учесници и посетители за 10.4%. Во 2022 година на FITUR земаа учество преку 8.000 изложбени компании од 165 земји/региони, 82.000 туристички работници/професионалци и 30.000 посетители од општата јавност. FITUR претставува водечки саем за туризам кој поврзува повеќе континенти и преку кој постои можност за вмрежување помеѓу македонскиот и не само шпанскиот туку и европскиот, и светскиот приватен сектор. Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на



туристи од Шпанија е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 199%.

Вкупен број туристи 2021	Шпанија 2021	Учество на туристи%
293963	2906	0,98%

На последниот настап на АППТ во FITUR 2020, учествуваа 4 коегзибитори: Балкан Приметур, Туринг Македонија, Бохемиа и МакСан Травел.

2. Саемот за туризам во Истанбул, Турција „East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition- EMITT“ е водечкиот туристички настан во Турција, кој го соединува туристичкиот сектор на национално и меѓународно ниво секоја година. На последното издание на „East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition- EMITT“ со свој простор беа присутни 461 изложувачи од 110 земји, повеќе од 33,000 посетители и 200 купувачи, и што е најважно 5,000 претходно организирани бизнис состаноци. Националниот штанд беше на простор од 40м², со 5 (пет) учесници на штандот:Бадемтур, Фибула,Радика Резорт, ДМЦ Балканс и Генералтурист.Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Турција е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 139%.

Учеството на туристите од Турција во вкупниот број странски туристи е 9,27 %.

Вкупен број туристи 2021	Турција 2021	Учество на туристи%
293963	27260	9,27%

3. Белградскиот саем за туризам е најголемиот туристички настан во земјата и Југоисточна Европа. Традиционално, повеќе од четири децении ги исполнува светските стандарди во туристичкиот бизнис, гради партнерски односи со изложувачите кои преку квалитетни понуди и разни настани го привлекуваат вниманието на туристичките ентитети. Меѓународниот



карактер на овој настан Секоја година се одржува на површина од 30.753m²е домаќин на 900 излагачи од 50 земји, 65.000 посетители и над 12.500 професионалци од туристичката индустрија – учесници, посетители и гости, од кои 650 се домашни излагачи во рамките на програмата „Србија на едно место“ и 250 странски излагачи, како и 1.000 новинари од Србија и регионот.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот заедно со приватниот туристички сектор 11 години континуирано и активно ги промовираат туристичките можности и дестинации на Македонија, на интернационалниот саем за туризам во Белград, Србија.

43-то издание на интернационалниот белградски саем за туризам (UFI), се одржа од 24-ти до 27-ми март. Белградскиот саем за туризам е најголемиот туристички настан во земјата и Југоисточна Европа. Традиционално, 43-на години ги исполнува светските стандарди во туристичкиот бизнис, гради партнерски односи со изложувачите кои преку квалитетни понуди и разни настани го привлекуваат вниманието на туристичките ентитети.

Интересот за Македонија на саемскиот настап во Белград беше пренесен преку српските медиумите кои присуствуваа на прес конференцијата и исто така имаше организирано презентација на ко-егзибиторите од РСМ, организирана од Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот учествува на 43-от меѓународен саем за туризам "SAJAM TURIZMA 2020" во Белград, заедно со општините Дојран, Гевгелија, Демир Капија и Охрид како и туроператорите Савана и ХФР Турс, коморите СКТМ и ХОТАМ и ресторан Острово. Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Србија е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 275%.Учеството на туристите од Србија во вкупниот број странски туристи е 14,93%.

Вкупен број туристи 2021	Србија 2021	Учество на туристи%
293963	43914	14,93%



4. “ITB Berlin” е најголемиот туристички настан и саем за туризам во светот. Како интернационален бренд и приказна која разви светски успех, нуди единствена можност на едно место да се запознаете со различни земји и региони низ целиот свет. Од првите почетоци во 1966 година сè до денес, “ITB Berlin” поздравува околу 10.000 изложувачи од повеќе од 180 земји и региони. Градовите, туристичките оператори, авиокомпаниите, хотелите, медиумите и другите туристички ентитети кои се занимаваат со туризам се претстават себеси и своите услуги и ги инспирираат светските патувачи. Замислен како B2B платформа, трговските субјекти имаат многу можности да ги прошират своите контакти и да градат партнерски односи со изложувачите, кои преку квалитетни понуди и разни настани го привлекуваат вниманието на 180.000 посетители.

Поради пандемијата со COVID-19, во последните три години, саемот се организираше во виртуелно издание, но претходните изданија до 2019 година покажаа огромен интерес од страна на македонскиот туристички сектор и секоја година на националниот штанд учествуваат најмалку 10 учесници.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Германија е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 322%.

Учеството на туристите од Германија во вкупниот број странски туристи е 5.52%.

Вкупен број туристи 2021	Германија 2021	Учество на туристи%
293963	16241	5,52%

5. International Tourism Fair Тирана има тенденција да постане еден од најважните настани на регионалниот туризам, кој има за цел да ја охрабри соработката и промоцијата на туристичките дестинации преку трговија, конференции и B2B средби. Учесниците од различни земји ќе го прикажат својот туристички потенцијал во различни категории, како што се:



дестинации, сместување, агенции, поморски туризам, планински туризам, гастрономија итн. Овој саем е можност на претпријатијата да понудат специфично и уникатно искуство за посетителите во регионот.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Албанија е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 42%.

Учеството на туристите од Албанија во вкупниот број странски туристи е 5.5%

Вкупен број туристи 2021	Албанија 2021	Учество на туристи%
293963	16410	5,50%

6. Саемот за туризам **“TTG Travel Experience”** се организира повеќе од пет децении во Римини, Италија. Овој саем претставува интернационална бизнис туристичка манифестација во Римини својата туристичка програма ја претставуваат над 150 туристички дестинации, учествуваат над 2.550 изложувачи од 90 земји, 750 новинари, 300 блогери и повеќе од 70.000 посетители. Во последниот настап пред COVID-19 пандемијата, на нашиот штанд со површина од 32 m² учесници од приватниот сектор од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беа:

- Балкан Прајм Турс,
- Македонија Холидејс,
- Бохемија,
- Мото клуб Вепар,
- Мак Сан Травел,
- Ресторан Острово



Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Италија е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 171%.

Учеството на туристите од Италија во вкупниот број странски туристи е 1.54%

Вкупен број туристи 2021	Италија 2021	Учество на туристи%
293963	4539	1,54%

7. Еден од најзначајните саемски манифестации за туризам во Европа е и **WTM** кој се организира повеќе од 40 години во Лондон, Англија. АППТ традиционално учествува на овој престижен и значаен саем за туризам, каде ги промовира туристичките потенцијали на државата пред потенцијалните туристи од овој пазар, чиј интерес е во насока на авантуристички туризам, сити брејк, природа и култура.

Последното учество на АППТ беше пред пандемијата, и на овој интернационален саем за туризам во Лондон земаа учество 8 ко-егзибитори на штандот на РС Македонија, што е рекорден број во поглед на излагачи на овој пазар. На нашиот штанд со површина од 45,5 m2 учесници од приватниот сектор од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беа:

- Бадемтур
- Фибула
- Висит Македониа
- Експириенс Балкан
- Камелија
- Бохемиа
- Хотел Парк



- **НАИТМ**

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Велика Британија е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 112%.

Учеството на туристите од велика Британија во вкупниот број странски туристи е 1.35%

Вкупен број туристи 2021	Велика Британија 2021	Учество на туристи%
293963	3980	1,35%

8. Саемот за туризам **“TT WARSAW”** се организира веќе 30 години во Варшава, Полска.

Овој саем претставува интернационална бизнис туристичка манифестација во Варшава туристичка програма ја претставија над 500 изложувачи од 50 земји и повеќе од 20000 посетители.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, зема учество две години по ред пред пандемијата, и сметаме дека е еден од најважните саемски манифестации за македонскиот туризам, поради фактот што веќе најголемите полски туроператори ја нудат Република Северна Македонија, и заинтересираноста е голема.

Учесници на штандот на Северна Македонија

- На нашиот штанд со површина од 43,5m² во 2019 година, учесници од приватниот сектор од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беа:
- Мак Сан Травел,
- Енџој Македонија
- ДМС Балканс



Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Полска е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 619%.

Учеството на туристите од Полска во вкупниот број странски туристи 6.71%

Вкупен број туристи 2021	Полска 2021	Учество на туристи%
293963	19748	6,71%

9. Интернационалниот саемза туризам “ **Travel Turkey Izmir** “ се организира 15 години по ред во Измир. Овој саем претставува интернационална Б2Б и Б2С туристичка манифестација во Измир, и својата туристичка програма ја претставуваат над 1200 учесници од над 40 држави, и над 70 градови. Секоја година има повеќе од 45.000 посетители. АППТ неколку години по ред учествува на оваа туристичка манифестација, и туристичкиот сектор е задоволен од соработката која произлегува од овој настан.

Учесници на штандот на Северна Македонија во 2019 година

- Бадемтур
- ДМЦ Балканс,
- Хотел Њу Стар
- Хотел Меркур Тетово

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Турција е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 139%.

Учеството на туристите од Турција во вкупниот број странски туристи е 9,27 %.

Вкупен број туристи 2021	Турција 2021	Учество на туристи%
293963	27260	9,27%



10. **PHILOXENIA HELEXPO** меѓународна саемска манифестација која се организира во Солун, Грција. Согласно препораките од министерството за надворешни работи и барањата од туристичкиот сектор, сметаме дека оваа саемска манифестација е на ниво да ги исполнува нашите очекувања и очекувањата на македонскиот туристички сектор. Оваа саемска манифестација се организира 37 години по ред, и е една од водечките саемски манифестации во соседната Грција.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Грција е во пораст, во 2021ва година во споредба со 2020та година, забележан е раст од 5%.

Учеството на туристите од Грција во вкупниот број странски туристи е 9,27 %.

Вкупен број туристи 2021	Грција 2021	Учество на туристи%
293963	15877	5,40%

11. Заедничко учество на саемски манифестации со земјите од OPEN BALKAN, согласно Меморандумот за разбирање за соработка во областа на туризмот, кој беше потпишан на самитот “Отворен Балкан” од страна на трите земји, се предвидуваат активности за заедничка промоција на регионот како атрактивна туристичка дестинации во различни земји и туристички манифестации, за кое дополнително со координација од трите земји ќе се одлучува за заеднички настап во неколку туристички манифестации во светот.



ТАБЕЛАРЕН ПРИКАЗ НА СТРАТЕШКИ ПЛАН 2023

ПРОГРАМА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ

Назив на Програмата:	Програма за промоција и поддршка на туризмот
Цел на Програмата:	<p>Согласно динамиката на раст и развој како и значењето на туристичката индустрија, целта на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот како маркетинг и пазарно ориентирана организација, преку промотивните активности и креирање/поддршка на квалитетни туристички производи, во соработка со туристичкото стопанство придонесува кон поголема конкурентност и препознатливост на Република Северна Македонија како туристичка дестинација. Од аспект на холистичка перцепција, визијата за тоа каде го гледаме туризмот на Република Северна Македонија, е позиционирање на нашата земја во морето од државни туристички дестинации преку запознавање на светската јавност со тоа што не прави диверзивни, различни, а е отсликано преку природата, историјата, културата и гастрономијата. Целта е долгорочен одржлив развој на туризмот за инклузивен економски раст во Република Северна Македонија. Одржлив раст и зголемување на бројот на туристи што би придонеле значително за раст на економските активности што се поврзани со туризмот, намалување на сиромаштијата, зачувување на биодиверзитетот и менаџирање на природните ресурси.</p>
Програмата е:	Вертикална

**1.1. Оправданост и дизајн на Програмата****Програмата Развој на туризмот произлегува од:**

1. Стратешкиот приоритет на Владата на РСМ содржано во Одлуката за утврдување на стратешките приоритети на Владата на Република Северна Македонија во 2022-2025 година: подобар живот на сите граѓани, развој на економијата, враќање на демократијата, владеење на правото и на правдата, еднаквост на граѓаните, ефикасни институции, квалитетно образование и здравство, како и подобрување на меѓународниот угледни позиции на Република Северна Македонија.

2. НПАА

Поглавје 20; Сектор: Индустриска политика и инвестиции; Тема: Претпријатија и индустриска политика, туризмот како дел од индустриската политика.

3. Стратешките приоритети и цели на органот на државната управа:

- Зајакната промоција во поголем број на земји;
- Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство;
- Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракции;
- Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор;
- Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор.

Очекувани резултати (компоненти) од Програмата :	Показатели за успех на Програмата:
Резултат 1: Зајакната промоција во поголем број на земји;	Показател за успешност: Зголемена промоција на повеќе целни пазари (учество на саеми). Зголемени маркетинг активности за промоција на туристичките дестинации и производи со цел постигнување на одредено ниво на препознатливост и конкурентност на македонскиот туристички производ, исполнување на очекувањата на Агенцијата за туризам за посета на нашата земја од вкупно 1,3 милиони туристи кои ќе остварат близу 3 милиони ноќевања.



Резултат 2: Зајакнување на односот со туристичкото стопанство	Показател за успешност: Реално стратешко планирање и креирање на долгорочна програма со јасна мисија за успешна промоција на целни пазари и отварање на можности за раст на туристичката индустрија (реализација на информативни патувања, B2B, организирање на презентации, учество на конференции, самити). Вмрежување на планирањето е потребно од сите засегнати страни со цел поедноставување на сложените односи, координација во заедничките активности и меѓуинституционална соработка. Ваквиот пристап во планирањето овозможува при реализација на Стратешкиот план да се вклучат импути од трите клучни субјекти за развој на АППТ: засегнатите страни од стопанството, експертите во областа и вработените во АППТ.
Резултат 3: Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракци	Показател за успешност:
Резултат 4: Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор	Показател за успешност: Во функција на зголемување на квалитетот и поттикнувањето на туристичката понуда и услуга, а со цел подобрување на бизнис климата во туризмот и угостителството ќе се спроведуваат активности во делот на унапредувањето и промоцијата на Туристичките развојни зони, автокамповите и обуки за стопанството.



<p>Резултат 5: Поддршка во делот насубвенционирање на туристичкиот сектор</p>	<p>Показател за успешност: Зголемена поддршка со кофинансирање на дел од средствата за разни локални, туристички манифестации спрема владиниот и невладиниот сектор, како и во делот на субвенционирањето на организираниот туристички промет во странство.</p>
--	---

1.2. План за спроведување на Програмата за развој на туризмот

Резултат 1: Зајакната промоција во странство и зајакнување на односот со туристичкото стопанство

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година		
			Почеток (месец/год)	Крај (месец година)	човечки	финансиски	МКД
<p>Учество на меѓународни, регионални и локални туристички саеми и виртуелни саеми во Мадрид, Шпанија, Истанбул, Турција, Белград, Србија, Берлин Германија, Тирана Албанија, Лондон, Англија, Римини Италија, Варшава, Полска, Измир Турција, Солун, Грција и други.</p>	<p>АППТ Туристичко стопанство</p>	<p>Туристичко стопанство</p>	<p>1/2023</p>	<p>12/2023</p>	<p>3</p>	<p>17.150.000,00</p>	
<p>Учество на меѓународни саеми за туризам на трети пазари заедно со земјите членки на Отворен</p>	<p>АППТ</p>		<p>1/2023</p>	<p>12/2023</p>	<p>3</p>	<p>6.000.000,00</p>	



Балкан.						
Учество и организација на меѓународни, регионални и локални инвестициски и други семинари, конференции, самити, форуми, Б2Б бизнис состаноци и презентации од областа на туризмот во Србија, Бугарија, Турција, Црна Гора, Романија, Косово, Албанија и Република Северна Македонија и други, согласно потребите и барањата од туристичкото стопанство и Владата на Република Северна Македонија	АППТ		1/2023	12/2023	3	2.000.000,00
Организирање на промотивни кампањи кои ќе се водат во земји кои се примарен пазар и тоа Србија, Хрватска, Бугарија, Албанија, Косово, Полска, Турција, како и во земји кои се секундарен пазар и тоа Словенија, Италија, Велика Британија, Грција, Изрел, Германија, Романија но и во Република Северна Македонија и други. Промотивните кампањи ќе содржат: – 100% онлине – Електронска промоција,	АППТ		1/2023	12/2023	4	20.000.000,00



<ul style="list-style-type: none">– Промовирање преку блогери и– Промовирање преку влогери– Социјални медиуми– Facebook кампања– Инстаграм кампања– Youtube кампања						
Продукција на 360 виртуелни тури за туристички дестинации во Република Северна Македонија, кои ќе бидат интегриран дел од страната www.northmacedonia-timeless.com прикажувајќи ги најатрактивните дестинации и препозналиви манифестации во форма на виртуелна реалност.	АППТ		1/2023	12/2023	3	500.000,00
Хостинг, поддршка и одржување на македонскиот официјален туристички портал веб страната www.northmacedonia-timeless.com , како и хостинг поддршка и одржување на веб страната www.tourism	АППТ		1/2023	12/2023	3	350.000,00



macedonia.gov.mk како и хостин и одржување на мобилна апликација visitnorthmacedonia						
Организација на информативни патувања во Република Северна Македонија за блогери, влогери, инфлуенсери, туроператори, медиуми, новинари и други, чија цел е запознавање со туристичките потенцијали на нашата земја и промоција на туристичките дестинации и производи со цел постигнување на одредено ниво на препознатливост и конкурентност на македонскиот туристички производ	АППТ		1/2023	12/2023	3	2.000.000,00
Печатење и дистрибуција на промотивен материјал (брошури, водичи, флаери, мапи, бизнис картички и слично) за потребите на АППТ и останатите владини институции и туристички сектор.	АППТ		1/2023	12/2023	3	1.000.000,00



Дизајн и изработка на ситен промотивен материјал (пенкала, чаши, USB, беџови, тефтери и друго) за промотивни туристички цели со цел промоција на Република Северна Македонија како туристичка дестинација.	АППТ		1/2023	12/2023	2	1.000.000,00
Изработка на кратки промотивни видео спотови за препознавање на дестинација со новиот бренд И визуелен идентитет.	АППТ		1/2023	12/2023	3	300.000,00
Продукција, дизајн и изработка на електронско издание на туристичка брошура со печатена подготовка за верски туризам (Манастири, цркви џамии и др) во Република Северна Македонија, како и продукција на видео материјал за верски туризам во Република Северна Македонија како туристичка дестинација за оваа намена согласно стратегијата за развој на верски туризам.	АППТ		1/2023	12/2023	3	500.000,00
Продукција, дизајн и изработка на електронско издание на туристичка	АППТ		1/2023	12/2023	3	500.000,00



брошура со печатена подготовка за еколошки одржлив туризам „Travel like a local“ во Република Северна Македонија, како и продукција на две едукативни кратки видеа.						
Изработка на видео за стари занети и традиција во Република Северна Македонија.	АППТ		1/2023	12/2023	3	300.000,00
Продукција, дизајн и изработка на електронско издание на туристичка брошура со печатена подготовка за Ено-гастро концепт во Република Северна Македонија, како и продукција на видео материјал.	АППТ		1/2023	12/2023	3	500.000,00
Година на реализација:			Активности			Средства
2021			11			
2022			11			39.750.000,00
2023			14			52.100.000,00
Вкупно за резултат 1:			36			

**Резултат 2: Зајакнување на односот со туристичкото стопанство**

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човечк и	финансиски МКД
Организација на информативни патувања во Република Северна Македонија за блогери, влогери, инфлуенсери, туроператори, медиуми, новинари и други, чија цел е запознавање со туристичките потенцијали на нашата земја и промоција на туристичките дестинации и производи со цел постигнување на одредено ниво на препознатливост и конкурентност на македонскиот туристички производ	АППТ		1/2023	12/2023	3	2.000.000,00
Учество на меѓународни, регионални и локални туристички саеми и виртуелни саеми во Мадрид, Шпанија, Истанбул, Турција, Белград Србија, Берлин Германија Тирана Албанија Лондон Англија, Римини Италија, Варшава Полска, Измир Турција, Солун Грција и други.	АППТ Туристичк о стопанство	Туристичко стопанство	1/2023	12/2023	3	17.150.000,00
Година на реализација:				Активности		Средства
2022				3		3.600.000,00
2023				2		19.150.000,00
2024				3		



Вкупно за резултат2:

8

Резултат 3:Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракци

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/г одина)	Крај (месец/г одина)	човечки	финансиски МКД
Продолжување на Проект „Поставување на туристички информативни знаци“. Со овој проект се означуваат со туристички патокази и знаци, таканаречени кафени ознаки, неколку туристички атракции на потезите на главните коридори 10 и 8, но и на потегот на новиот автопат Скопје – Штип, како и на новиот експресен пат Штип-Радовиш до Струмица, со цел поголема информираност на потенцијалните домашни и странски патници по овие патни правци;	АППТ, Агенција за државни патишта	МЕ, МФ, законодавство	3/2023	7/2023	2	800.000,00 Буџетска програма
Проект „Изработка на гастрономска карта“, со цел дополнување на веќе предходно изготвениот гастрономски водич во насока на збогатување на содржините како и печатење на една ваква карта, со детални слики од гастрономијата за регионите специфични за таа намена;	АППТ	МЕ, МФ, законодавство	2/2023	5/2023 0	2	300.000 Буџетска програма



Проект „Инфо табли на гранични прелази“, целта со предложениот проект е постигнување на препознатливост во перцепцијата за туристичката понуда на дестинацијата, особено од аспект на првиот контакт на посетителот е граничниот прелаз на една држава, на локално и регионално ниво, преку иницијативата „Отворен Балкан“.	АППТ Управа за царина Агенција за државни паишта	МЕ МФ Законодавс тво	02/2023	06/2023	3	3.000.000,00 Буџетска Програма
Отпочнување со повеќегодишен Проект “50 села, 50 приказни”, за интегриран рурален развој кој ги таргетира селата со потенцијал за агротуризам, рурален туризам, социоекономски развој, културно наследство, а со цел нивна развојна компонента, промотивна можност и намалување на миграцијата.	АППТ Мин за земјоделие , Фонд за рурален развој, Мин за економија, МТВ	МЕ МФ Законодавс тво	01/2023	12/2023	2	50.000,00 Буџетска програма



„5 Рути за верски туризам“, проект кој произлегува од Националната стратегија за верски туризам“, каде АППТ е задолжена за изработка на предлог 5 рути за оваа намена.	АППТ Комисија за верски односи	МЕ, МФ, законода вство	3/2023	5/2023	1	/ Буџетска програма
Работилници за подигање на свеста за значењето на верскиот туризам, по региони, проект кој произлегува од Националната стратегија за верски туризам“, каде АППТ е задолжена согласно акциониот план.	АППТ Комисија за верски односи	МЕ МФ законодав ство	09/2023	11/2023	2	300.000,00 Буџетска Програма
<u>Проект “Истражи го македонското рурално богатство -истражи, вкуси и сликај”</u>	АППТ		05/2023	09/2023	2	300,000,00 Буџетска Програма

Година на реализација:	Активности	Средства
2023	6	4.750.000,00
2024	7	
2025	9	
Вкупно резултат 3:	22	

**Резултат 4: Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор**

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почето к (месец/г одина)	Крај (месец/г одина)	човечки	финансиски МКД
Формирање на авто кампови и нивна промоција–зголемување на туристичката понуда, развој на авто камперскиот туризам, нивна промоција и привлекување на странски и домашен капитал за формирање на автокампови.	АППТ, МТВ, општини	МФ, МТВ	1/2023	12/2023	1	300.000,00 Буџетска Програма
Формирање, развој, оградување и означување на туристички развојни зони.	АППТ, МТВ,	МФ, МТВ. општин	1/2023	12/2023	1	300.000,00 Буџетска Програма



Аплицирање на европски фондови, Фондови од донаторски организации, национални програми и друго. Добиен проект „АБОВЕ“, од ИПА прекугранична соработка со Р.Грција.	АППТ, Секретар ијатза ЕУ, донатор и	МФ, Секретар ијатза ЕУ	1/2023	12/2023	3	7.000.000,00 Буџетска Програма
Година на реализација:				Активности		Средства
2023				3		7.600.000,00
2024				3		
2025				3		
Вкупно резултат 4:				9		12.350.000,00

**Резултат 4: Поттикнување и промоција на бизнис климата во Туристичкиот сектор**

Активности	Одговори	Консултанти	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човеци	финансиски МКД
Формирање на автокампови и нивна промоција - зголемување на туристичката понуда, развој на автокамперскиот туризам, нивна промоција и привлекување на странски и домашен капитал за формирање на автокампови.	АППТ, МТВ, општини	МФ, МТВ	1/2023	12/2023	1	300.000,00 Буџетска Програма
Формирање, развој, оградување и означување на туристички развојни зони.	АППТ, МТВ,	МФ, МТВ. општин	1/2023	12/2023	1	300.000,00 Буџетска Програма

**Резултат 5: Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор**

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човечки	финансиски МКД
2. Субвенционирање на Странскиот организиран Туристички промет	АППТ		1/2023	12/2023	6	Буџетска програма
Година на реализација:				Активности		Средства
2023				1		60.000.000,00
2024				1		
2025				1		
Вкупно резултат 5:				3		



Влијанија врз човечките ресурси			
Програма за промоција и поддршка на туризмот	Резиме на недостатоците кои треба да се пополнат – со пресметки за потребните финансиски средства	Резиме на вишокот од вработени кои треба да се прераспределат	Резиме на потребната приоритетна обука
Поставување по сите задолженија и законски одредби на Одделението за финансиски прашања	Советник за буџетска контрола 370.000,00 денари	/	Обуки во делот на буџетското и трезорското работење
Постапување согласно Законот за јавни набавки	Помлад соработник за јавни набавки 310.000,00 денари	/	
Административно - правни работи	Самостоен референт – Архива 290.000,00 денари Советник за правни работи 370.000,00 денари	/	
Промоција на туризмот	Советник за меѓународна соработка и промоција на туризам 370.000,00 денари Помлад соработник за електронска промоција 310.000,00 денари	/	



Очекувано влијание во 2023 г.			
Со екипирање и реализација на потребните вработувања и унапредувања согласно Годишниот план за 2022 година се очекува успешна и ефикасна реализација на програмските активности.			
Развивање на заедничките функции	Мерки кои се планираат во 2022 г.	Мерки кои се планираат во 2023 г.	Мерки кои се планираат во 2024 г.
Стратешко планирање /подготвување на Буџетот	Обезбедување на консултантски услуги и обуки во делот на стратешкото планирање		
Извршување на Буџетот	Вработување на лица во рамките на финансиите		
Управување со средства	Вработување на лица во рамките на секторите	Вработување на лица во рамките на секторите	Вработување на лица во рамките на секторите
Управување со човечки ресурси	Реализација на годишни планови за вработувања и обуки	Реализација на годишни планови за вработувања и обуки	Реализација на годишни планови за вработувања и обуки
Управување со информациските технологии	Набавка на ИКТ	Набавка на ИКТ	Набавка на ИКТ
Спроведување на планот			
Програма за промоција и поддршка на туризмот	Клучни одредници за спроведување на планот	Зацртани рокови за постигнување на одредниците	Индикатори за успешноста на оценувањето на резултатите
3.1.1 Зајакната промоција во поголем број на земји	Учество на специјализирани Саеми за туризам (во соработка со туристичкиот сектор) Зголемување на маркетинг активностите и реализацијана медиумска кампања/промоција на целни пазари,нови форми на промоција.	Тековно 2022 година	80% реализација на предвидените активности за зајакнување на промоцијата во поголем број на земји. Предложени нови специјализирани саеми за туризам за потребите на туристичкото стопанство и учествона истите, со што би се создале можности за отварање нови туристички пазари.



3.1.2 Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство	Поттикнување и промоцијана бизнис климата и отварањена нови туристички пазари (во соработка со туристичкиот сектор).	Тековно 2022 година	80% реализација на предвидените активности за зајакнување на соработката со туристичкото стопанство
3.1.3 Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракции	Предлагање на нови проекти во делот на селективните форми на туризам.	Тековно 2022 година	Предложени 3 нови проекти за 2022 година.
3.1.4 Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор	Промоција и основање на Туристичките развојни зони и автокамповите.	Тековно 2022 година	80% зголемена промоција Основана 1 ТРЗ-ТРЕСКА .
3.1.5 Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор	Решавање на барање за финансиски поддршка и субвенционирање на странскиот организиран туристички промет.	Тековно 2022 година	95% исплатени барање за странскиот организиран туристички промет.
Структура на органите на државната управа	Планирани промени за 2022 г.	Планирани промени за 2022 г.	Планирани промени за 2023 г.
Сектор за промоција, анализа, истражување и меѓународна соработка во туризмот. -Одделение за промоција, маркетинг и меѓународна соработка; -Одделение за анализа, истражување и стратешко планирање; Сектор за проекти, поддршка и административно – правни работи: -Одделение за проекти и поддршка на туризмот- Скопје; -Одделение за проекти и поддршка на туризмот – Струга; -Одделение за административно-правни работи.	/	/	/



Принцип на правична застапеност
2023 Очекувано влијание
Принципите на правична застапеност ќе бидат запазени согласно Годишен план за вработување за 2023 година

Во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија од аспект на родовата еднаквост од вкупно 26 вработени

Работно место	Високо		Средно		Основно		Вкупно	
	Мажи	Жени	Мажи	Жени	Мажи	Жени	Мажи	Жени
	Раководни	1	0	0	0	0	0	1
Нераководни	10	14	0	1	0	0	10	15
Вкупно	11	14	0	1	0	0	11	15

ДЕТАЛНИ НАОДИ ДОБИЕНИ ОД ИЗВЕШТАЈ ОД СПРОВЕДЕНА ФУНКЦИОНАЛНА АНАЛИЗА ВО АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ

Она што комплетно недостасува во организациската поставеност на туризмот во државата е функционална структура на туризмот помеѓу националното ниво и локалното ниво. Во Националната стратегија за туризам 2016-2021 година, дадена е препорака за дефинирање на регионалните туристички дестинации како и основање на регионални организации за менаџирање со дестинации (ОМД), што би придонело до надминување на постоечкиот јаз помеѓу националното ниво и општините.

Резултатите од анализата констатираат дека поради огромниот број субјекти и широкиот дијапазон активности се јавува јасна потреба Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот да прерасне во „Национална туристичка организација“. На тој начин би се овозможило зајакнување на институционалните капацитети односно би придонело до широка поддршка на бизнис заедницата и стопанските комори и асоцијации.



Во насока на модернизирање и професионализирање на организациските туристички структури на РСМ, реорганизација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е предвидена и препорачана и во Националната стратегија за туризам 2016-2021.

Препораката Агенцијата е истата да се дефинира како тело кое ќе биде одговорно за сите туристичко-развојни активности во земјата, односно да се трансформира во Национална туристичка организација која јасно ќе ги оддели сите нејзини обврски кои не се поврзани со промоција на туризмот на секторот за туризам и

угостителство при Министерството за економија, како и истовремено ќе овозможи утврдување на организациската структура, бројот на вработени и финансиските извори на двете институции.

За таа цел како потребна е итна реорганизација на внатрешната организација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во насока на поефикасно и поефективно извршување на функцијата

Согласно Правилникот за внатрешна организација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, Агенцијата е организирана во 2 (два) сектори со 5 (пет) одделенија и 3 (три) самостојни одделенија надвор од сектори. Предвидени се 42 работни места за вкупно 51 извршител. Врз основ на моменталната состојба односно заклучно со 30 Јуни 2022 година во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот вработени се вкупно 26 извршители и тоа :

- 25 (дваесет и пет) административни слубеници
- 1 (еден) вработен службеник на определено време (заклучно со 31.12.2022 година)

Истовремено на 1 (еден) административен службеник работното место му е во мирување, поради негово назначување за директор во Агенцијата.

Врз основа на добиените податоци во оваа анализа утврдено е дека е потребно да се направат следниве промени со цел да се подобри работата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, во поглед на нејзино поедноставно организирање, поголема флексибилност во работењето и зголемена ефикасност и ефективност, а се со цел подобрување на квалитетот на услугите, се препорачува:

Препораки:

Согласно големиот број на активности фузирани во еден сектор доведува до потреба за реорганизација на Сектор за промоција на туризмот, анализа, истражување и стратешко планирање на неговите основни дејности односно негово децентрализирање кое би го поделил секторот на два сектори со по три одделенија и тоа:

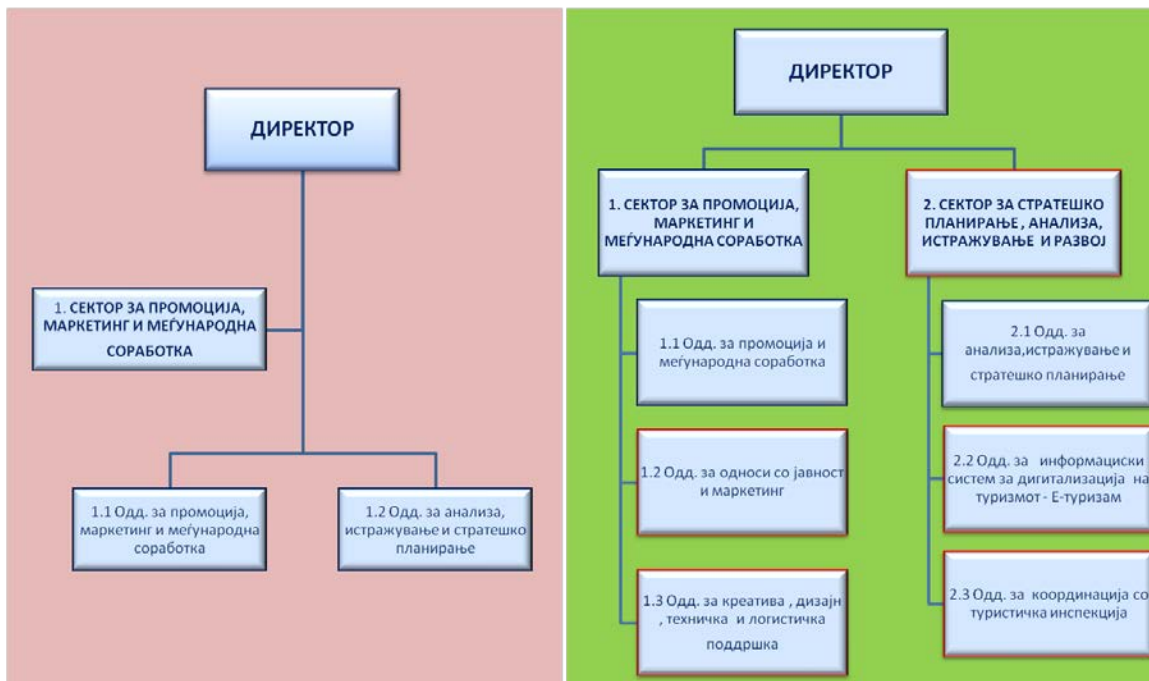


1. СЕКТОР ЗА ПРОМОЦИЈА, МАРКЕТИНГ И МЕЃУНАРОДНА СОРАБОТКА

- 1.1 Одделение за промоција и меѓународна соработка
- 1.2 Одделение за односи со јавност и маркетинг
- 1.3 Одделение за креатива , дизајн , техничка и логистичка поддршка

2. СЕКТОР ЗА СТРАТЕШКО ПЛАНИРАЊЕ , АНАЛИЗА, ИСТРАЖУВАЊЕ И РАЗВОЈ

- 2.1 Одделение за анализа, истражување и стратешко планирање
- 2.2 Одделение за информациски систем за дигитализација на туризмот - Е-туризам
- 2.3 Одделение за координација со туристичка инспекција



Постоечка внатрешна организација на АППТ

Проектирана внатрешна организација на АППТ

3. СЕКТОР ЗА ПРОЕКТИ И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ

- 3.1 Одделение за поддршка на туризмот - Север
 - 3.1.1 Подружница за поддршка на туризмот - Југ
 - 3.1.2 Подружница за поддршка на туризмот - Исток
 - 3.1.3 Подружница за поддршка на туризмот – Запад
- 3.2 Одделение за имплементација на меѓународни проекти

4. СЕКТОР ЗА ПРАВНИ И ОПШТИ РАБОТИ

- 4.1 Одделение за нормативно правни и општи административни работи
- 4.2 Одделение за управување со љовечки ресурси



4.3 Одделение за јавни набавки



Постоечка внатрешна организација на АППТ



Проектирана внатрешна организација на АППТ

5. **ОДДЕЛЕНИЕ ЗА ФИНАНСИСКИ ПРАШАЊА – ОДДЕЛЕНИЕ НАДВОР ОД СЕКТОР**

6. **ОДДЕЛЕНИЕ ЗА ВНАТРЕШНА РЕВИЗИЈА – ОДДЕЛЕНИЕ НАДВОР ОД СЕКТОР**



Проектиран органограм на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот

Ризици на ниво - Одделение за финансиски прашања

Ризик	Веројатност за настанување на ризик	Влијание на ризикот врз остварување на целите	Мерки за справување со ризикот
1. Вработување на кадар во рамките на Одделението финансии и јавни набавки	Голема	Големо	- Навремено планирање на потребен кадар

Ризици на ниво - Одделение за човечки ресурси

Ризик	Веројатност за настанување на ризик	Влијание на ризикот врз остварување на целите	Мерки за справување со ризикот
1. Нереализација на годишен план за вработувања	Голема	Големо	Обезбедување на потребни согласности од надлежни институции
2. Нереализација на годишен план за обуки	Голема	Големо	Спроведување на постапки за јавни набавки Соработка со странски донатори



ОСВРТ И ПРЕДВИДУВАЊА

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот изработува стратешко планирање за секоја година. Нашите циклуси се на годишни и три годишни периоди и истите треба да ја следат стратегијата која што сега за сега заврши, но добро во лошото е што секоја стратегија во светски рамки не дава резултати ако таа не биде ревидирана. Бидејќи ние го живееме новото во туристичкиот сектор и во нашите животи, моментално има различни целни групи, луѓето имаат различни мотиви, различни туристи кои што не посетуваат, активни номади и мали групи. Потребни се атракции кои ќе бидат многу поинтересни и да создаваме по потребите на самите туристи, на таков начин ќе овозможиме дополнителни можности за младите и за локалниот економски развој, но ќе овозможи доволен мотив на луѓето од локалната власт но и од руралните средини дека може да се работи и да се живее од туризмот.

Согласно Стратешкиот план на Агенцијата за промоција и поддршка на туризам за 2023г, развојот ќе биде насочен како кон зголемување на бројот на туристи, развој на нови продукти, така и на нови туристички капацитети, но и на зајакната промоција. Ние не можеме да развиваме туристичка дестинација ако немаме одредени вложувања во истата, ние не можеме да вложуваме ако немаме стратегија по којашто треба да работиме и на каков начин да се движиме. И не само краткорочната, потребата од долгорочната стратегија која треба да ни ги каже правците каде треба да се движиме и што треба да создаваме е повеќе од потребна. Во време на корона кризата сите светски стратегии на одредени дестинации се ревидирани, треба и ние да ја направиме нашата. Што поскоро да ја направиме и истата да биде одобрена од целиот туристички сектор, толку подобро ќе имаме по што да постапуваме во годините што следат.

Туризмот е една од најпогодените економски гранки, но гледано како област е една од гранките којашто може најбрзо да закрепне од кризата. Туристичкиот сектор треба брзо да се прилагоди на новите трендови во туризмот и да овозможи дополнителни услови.



Заеднички да создаваме одржливост на дестинацијата, но и нови модели на субвенционирање кои ќе бидат насочени кон развивање на туристичките региони, зајакнување на туристички сектор и нашите туроператори. Заеднички, само на таков начин ќе можеме да овозможиме мерливост во мерките коишто се даваат од страна на Владата, но и можност за подобрување на истите со поголема ефикасност на туристичкиот сектор.

Периодов ни покажа дека еко и руралниот туризам се една од основните работи за одржливост на сите туристички дестинации и туристички сектори. Генерално ние можеме да се фалиме со села, но кога говориме дека треба да работиме тоа значи дека треба да овозможиме услови. ИПАРД компонентите се повеќе треба да ги искористиме во нашите рурални средини, токму за развој на туризмот. Се очекува и фокусот е повеќе на младите луѓе коишто и покрај градската гужва ќе одберат да бидат на некои места, надвор од Скопје и други градови и да почнат да работат со туризмот во руралните средини. Тоа што нас ни недостасува се новите практики и некои други елементи и програми за развој на еко и рурален туризам. Нашите дестинации се посетени од туристи кои се на еднодневни екскурзии. Како што може да видите во текот на годината никогаш немало толку многу гужви на Попова Шапка и НП Маврово, но немаме толкави капацитети каде што може да се сместат тие гости коишто можеби сакаат да останат. Треба да се создаде национална стратегија за развој на руралниот и еко туризмот, стратегија со акциски планови коишто треба да се сработат и еднаш засекогаш да се фокусираме на одредени одржливи форми на туризам, бидејќи тие ќе ги креираат понатаму понудите и атракциите што треба да бидат во следните 5 години, токму во РС Македонија и регионот.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот согласно програмските активности за 2023г продолжува со медиумска кампања. Туристичката промоција на земјава ќе се реализира во земјите од регионот Србија, Бугарија, Албанија, Косово, Турција, како и Полска поради зголемениот интерес на полски туристи за дестинацијата. Ова се традиционални пазари кои континуирано се во првите 10 земји по број на туристи и остварени ноќевања. Медиумската кампања се реализира со цел задржување и зголемување на бројот на странските патувачи, за да се побуди нивниот интерес да ја



одберат земјава како безбедна дестинација во која ќе го поминат нивниот годишен одмор. Земјава нуди атрактивна туристичка понуда, од езерски до планински туризам, еко и рурални туристички аранжмани, а за сите љубители на активните форми на туризам има адреналински тури, параглајдеринг, кајакинг, искачување по карпи, нуркање, јавање на коњ. За сите гурмани и ено-гастро концептот како туристичка понуда има што да овозможи, за да се вкусат најдобрите вина и да се пробаат највкусните традиционални рецепти приготвени секогаш од свежи продукти. Зголемениот интерес за посета на една од последните неоткриени туристички дестинации-Македонија од страна на новинари, инфлуенсери, блогери, влогери, тур оператори и претставници од туристичкиот сектор на странска земја е се поголем. Креативноста, ресурсите и капацитетите ќе бидат искористени за професионално и туристичко претставување на земјава, а целта е промоција на локалитетите, туристичките производи, атракции, авантуристичките форми на туризам, гастрономија, винските патишта, руралните дестинации и региони.

Економската криза може да се ублажи со туристичката индустрија ако напорно се работи и средствата коишто можат да се добијат од приливот од туризмот ќе овозможи помало задолжување на државата и ќе покаже дека туристичката индустрија е една од главните економски гранки на “Отворениот Балкан”. Всушност, можност за добро менаџирање и ублажување на кризата и економската криза, но и понатаму за покажување на една друга реалност, бидејќи можеби досега туризмот и туристичкиот сектор не бил третиран на ваков начин. Ако говориме за конфликтот во Европа којшто се случува до 2019 година 51% од вкупниот број на светски туристи коишто патувале, биле во Европа. Закрепнувањето на туризмот во Европа од пандемијата и од војната ќе биде многу поспоро во поглед на туризмот за разлика од Западен Балкан, каде ќе се одвива побрзо. Земјите од Балканот ќе имат можност во 2022, 2023 до 2025 година да ги зголемат капацитетите во туристичката индустрија и ќе овозможат дополнителна вредност и импакт во својата економија. Очекувам до 2025 година туризмот да учествува со 6% во БДП-то во Македонија и што побрзо да го достигнеме просекот на земјите од Балканот, којшто е 10%.



Иницијативата „Отворен Балкан“ од туристичка перспектива започнува да се реализира, зближувајќи повеќе балкански земји и овозможувајќи на туризмот да создаде можности за дестинација која ќе биде доволно конкурентна во Европа и трети пазари. Туризмот не познава граници туку само дестинации, а пандемијата покажа дека регионалниот пристап во менаџирање на последиците во туристичките сектори на балканските земји преставува одличен пример. Регионот споредбено со Европа забележа помал пад, а првите знаци на заздравување во туристичката индустрија започнаа многу брзо и се веќе видливи низ извештаите на Светската Туристичка Организација (UNWTO) за 2021 година. Во првите пет земји за раст на странски туристи во 2021 година според UNWTO три земји се од Балканот, а Северна Македонија на петтото место со раст од 139% кој продолжува во континуитет и во 2022 година каде очекуваме резултатите да бидат подобри за 50%. Можеби ќе бидат потребни уште две години македонскиот туристички сектор да се врати на статистичките бројки од туристи и остварени ноќевања но според Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот доколку се задржи оваа позитивна прогресија во 2022 година приливот од туристичкиот сектор во македонската економија се очекува да ја надмине 2019 година.

„Отворен Балкан“ гледано од туристички аспект ќе овозможи поголема координација и соработка на меѓусебните активности поврзани со промоција и поттикнување на туристичките групи да ги посетат земјите, со цел зголемување на туризмот во овој дел на Европа. Поттикнување на соработката во областа на заедничкиот развој на планинскиот и активниот туризам, развој на руралниот и еко туризмот, раст на одржливите форми на туризмот паралелно со зачувување на природата и животната средина, ено-гастро концептот само ќе ја зголемат атрактивноста на дестинациите од регионот. Она што е многу важно, а тоа е заедничко аплицирање и употребување на финансиските извори од фондовите и програмите на Европската унија за развој на меѓуграничните зони. Што побрзо го почнеме циклусот на вложување во туристичката индустрија и негов рамномерен развој во сите земји од регионот, толку побрзо ќе го зголемиме бројот на туристи и остварени ноќевања.



Ја потенцираме потребата од реализација на заеднички проекти за развој на регионалниот туризам, меѓу бте земји од Западен Балкан. Подготвување и реализирање на заедничките меѓугранични проекти, службените посети, студиските посети, конференции и учество на интернационални саеми за туризам на трети пазари. Треба да акцентираме дека идната соработка вклучува развој на човечки ресурси во туризмот и нивно управување, зошто добро обучен, подготвен и пријателски персонал е клуч за успешен туристичко-гостителски сектор. Гостопримливоста е јака страна на земјите од Западен Балкан, но тоа треба да се надгради со добро обучен и професионален кадар.

Лидерите од земјите на иницијативата „Отворен Балкан“ го видоа економскиот бенефит од туризмот како стопанска гранка. Надополнуваме дека “Отворениот Балкан” создава дестинација од 12 милиони домашни туристи доволно конкурентна и во самата дестинација, овозможувајќи многу подобри конекции, делење позитивни практики, едукација и градење на стручен кадар, зголемена промоција со што се очекува на уделот од туризмот во БДП на секоја земја. Потребата од нови авионски линии за поврзување на балканските земји станува реалност бидејќи туристичкиот сектор не може да се развива со немање добро поврзување или патување со автобус до Тирана, Скопје, Белград, Подгорица и Сараево кое трае од 6,8 или повеќе часови. Голем број на потешкотии на балканските земји со националните авио компании и нивната рентабилност, но можностите кои ги отвора регионалниот пристап и отворениот Балкан создаваат потреба од регионален авио превозник.



Користена литература

1. UNWTO (2016) UNWTO tourism highlights 2019 [online]
2. UNWTO (2016) UNWTO tourism highlights 2020 [online]
3. World Economic Forum (2017) Industry trends. *We Forum* [online]
4. United Nations (2015) Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework. *Eurostat*, Madrid, Spain.
5. Travel and Tourism Competitiveness Index (2020) World Economic Forum [online].
6. National Tourism Strategy (2016) Kohl and Partner [online].
7. Macedonia Timeless (2017) Macedonia timeless [online].
8. Internet Stats (2020) Internet Live stats.
9. Eurostat (2020) Expenditure by LMP Intervention [online].
10. European Commission (2020) How Europeans Spend Their Time Everyday Life of Women and Men. *European Communities*, Luxembourg, European Communities.
11. APST (2020) Annual program of the APST [online].
12. State Statistics Office (2021) Statistical data [online].
13. National Bank of the Republic of North Macedonia (2021) Tourism inflow [online].
14. European Travel Commission (2021) Annual Report [online].