



# СТРАТЕШКИ ПЛАН НА АППТ ЗА 2024 ГОДИНА



АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ  
НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА





## Содржина

ВОВЕД _____	6
АНАЛИЗА НА СОСТОЈБА И SWOT АНАЛИЗА НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ _____	14
Визија _____	23
Мисија _____	24
Стратешки цели и приоритети _____	26
Оптимизирана внатрешна органиација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот _____	28
Организациска култура _____	28
Реализација на програмските активности _____	28
Нови форми на промоција _____	28
Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство _____	29
Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор _____	29
ПРЕГЛЕД НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ 2019-2023 _____	32
ПЛАНИРАНО УЧЕСТВО НА ТУРИСТИЧКИ САЕМИ ЗА 2024 _____	48
ТАБЕЛАРЕН ПРИКАЗ НА СТРАТЕШКИ ПЛАН ЗА 2024 _____	62
ОСВРТ И ПРЕДВИДУВАЊА _____	84



*Почитувани,*

*Туризмот изминатиот период, докажа дека е силна економска гранка што може да покаже завидни позитивни резултати со прецепција која е различна од перцепцијата за светската економија односно и во време на длабока светска економска криза покажува многу брза адаптација и прилагодување на новите текови кои резултираат со негов повторен раст.*



*Брзиот подем на туризмот изненади голем број на економски експерти, стручната и научната фела во туристичката индустрија која не предвидуваше ваков развој на настаните. За ова говорат и анализите од Светската туристичка организација во кои се наведува дека во однос на меѓународните туристички трендови и перспективи во регионот, Европа во првиот квартал од 2023 година и меѓународните туристички пристигнувања успеа да достигне 90% од нивоата пред пандемијата.*

*Македонскиот туристички сектор беше рангиран во првите пет дестинации во светот со 139% повеќе странски туристи за 2021 и во првите десет според Светската туристичка организација во 2022 година со пораст во туристичкиот промет, што е за почит и е јасен показател дека македонскиот туризам е во добра кондиција со очекување на рекордни резултати во тековната 2023 година.*

*Доколку го компарираме учеството на туризмот во бруто домашниот производ – БДП во 2011 година изнесувал 0,4%, додека во 2018 година 2,4%, за во 2022 година да достигне 3,6%, постигнувајќи ја сума од 481 милион долари промет во македонската економија Споредувајќи ги првите квартали (Q1) на приливот од туризмот 2018/2019/2020/2021/2022 година и покрај пандемијата која започна во 2020 година, нема забележено пад, што не може да се случи ако изостанува планирање, мерливост и евалуација на стратешките планови од агенцијата за промоција и поддршка на туризмот - АППТ.*



*Прв пат во првиот квартал на 2023 година туризмот во македонската економија влеал 93 милиони долари што е за 19% повеќе од 2022 година или 41% повеќе од 2019 година, охрабрувајќи не да констатираме дека сме на вистински пат да ги реализираме поставените целите за 2023 година и продолжиме кон целта поставена за 2025 година со надминување на најуспешната 1988 година во македонскиот туризам со над 3,7 милиони ноќевања.*

*Сепак не треба да се занемари фактот дека во моментот и во периодот кој следува туристичката индустрија е соочена со предизвикот на флукуација кај човечките ресурси, нестабилноста на безбедносно поле во Европа и континуируаниот намален буџет на АППТ кој доколку продолжи на среден рок ќе се рефлектира со успорување на растот и намалена видливост на Република Северна Македонија како туристичка дестинација во светски рамки. Спроведувањето на законите за туристичка дејност на локално ниво се покажаа како слаба точка, односно општините не секогаш успеаа да ја препознаат можноста за локален економски развој преку туризмот валоризирајќи ја моќта која туризмот ја има. Во големиот број општини, недостасуваат регистри на сместувачки капацитети, инспектори за туризам, прецизни податоци за платена туристичка такса доведувајќи до искривена слика за туризмот на централно ниво односно неможноста за планирање на долг период и развој во оваа индустрија.*

*Во повеќе наврати Агенцијата за промоција на туризмот јасно ги детектираше потребните точки за подобрувања кои сега се потврдени и од Светската туристичка организација-UNWTO со што нашите чекори во туризмот треба да се насочат кон создавање на дестинациски менаџмент организациони- ДМО, кои ќе овозможат реалните проблеми да се детектираат и пренесат вистинските потреби одоздола нагоре во вертикала.*



*Неопходно е прераснување на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот (АППТ) во Национална туристичка организација со посебни ингеренции или во Министерство за туризам, низ кои ќе се спроведува ребрендирањето на дестинацијата, национална кампања на youtube и google, патно означување на туристичките атракции, брендирање на граничните премини, E-Туризам платформата, валоризацијата на дестинацијата низ различни форми на туристичка понуда, развој на ено-гастро, еко туризмот и културниот туризам, нов закон за туристичка дејност, нов систем за субвенционирање насочен кон инвестиции, јакнење на човечките ресурси и др.*

*Иницијативата на „Отворениот Балкан“ е голема можност за зголемен број на туристи, инвестиции, конкурентност во дестинациите и регионот, инвестиции во туристичкиот сектор, бидејќи во рамките на оваа иницијатива дестинацијата е зголемена на повеќе од 12 милиони домашни туристи кои треба да се мотивираат да создадат ниска сезона и полни сместувачки капацитети во текот на целата година. Факт е дека туризмот не познава територијални граници туку само дестинации, а тие се протегаат до онаму каде што туристите имаат интерес да патуваат и истражуваат, односно оваа мисла треба да не води во текот на целата промоција на дестинацијата.*

*Затоа е време да почнеме со градење на туристичкиот сектор во тела кои ќе имаат и поголеми хоризонтални и вертикални ингеренции, создавање на туристичка инспекција и туристичка полиција кои ќе го регулираат секторот интервенирајќи интегрирано со другите инспекциски служби во спроведување на законите и намалување на сивата зона во оваа економска област од досегашните 45% на многу пониско ниво создавајќи простор за нови инвестиции и полесна работа во овој сектор.*



*И кога ќе кажете: -„Што направила државата за мене“, поставете си го прашањето колку вие сте направиле за неа!? Со овој пристап на самокритичност и лични мали победи секој ден поединечно градиме услови за големи успеси од кои сите ќе се гордееме како жители на Република Северна Македонија. Да ја оставиме рамнодушноста и гледањето сеир за некои други времиња бидејќи сега сме потребни едни на други затоа што државата се гради со дела а не со Like на социјалните мрежи. Успесите не значат пораз за другиот туку гордост бидејќи се извојувани со заеднички залагања на сите нас во туристичката индустрија.*

*Сега е вистинскиот момент и можноста за развој на туризмот во нашата земја , во доходовна стопанска гранка со сериозно влијание во македонската економија. Сметам дека сме подготвени за предизвиците кои ги носи 2024 година и целта од 3,5 милиони ноќевања и 550 милиони долари со кои ја факторизираме јачината на туристичката индустрија кај нас.*

*Агенција за промоција и поддршка на туризмот  
на Република Северна Македонија*

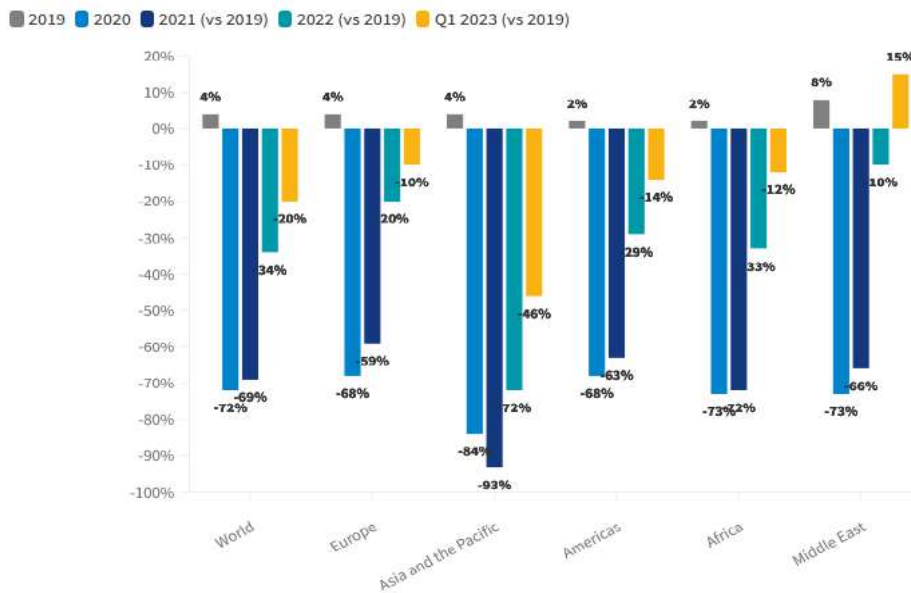
*Директор,  
д-р Љупчо Јаневски*



## ВОВЕД

Со цел да ви презентираме подетален увид на големата слика во контекст на туризмот и да овозможиме аналитичен пристап кон туристичките текови, на почетокот од стратешкиот план е прикажана фактичката состојба во светот, Европа и регионот. Овие параметри се ставени во контекст на мисијата, визијата и програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот - АППТ со цел изнаоѓање на начини за раст на македонскиот туристички сектор споредувајќи го местото на Република Северна Македонија со својата конкурентност и туристичка препознатливост на светската туристичка мапа. Последното истражување на Светската туристичка организација (UNWTO) укажува дека меѓународните туристички пристигнувања достигнаа 80% од нивоата пред пандемијата во првиот квартал од 2023 година (-20% во споредба со истиот квартал од 2019 година), поттикнати од силните резултати во Европа и на Блискиот Исток, во споредба со нивото на закрепнување од 66% за целокупната 2022 година.

### International Tourist Arrivals, World and Regions

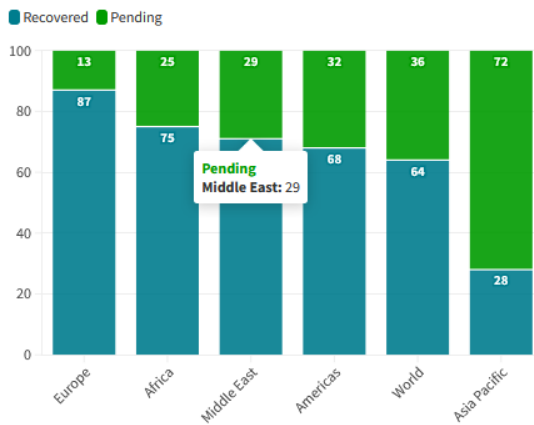


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©  
Data as collected by UNWTO, May 2023. Published: 09/05/2023



Меѓународниот туризам порасна за 86% во првото тромесечие од 2023 година во споредба со истиот период минатата година, покажувајќи континуирана сила на почетокот на годината. Околу 235 милиони туристи патувале на меѓународно ниво во првите три месеци, што е двојно повеќе од истиот период од 2022 година. Блискиот Исток забележа најголемо закрепнување: пристигнувањата беа за 15% повисоки отколку во 2019 година. Европа достигна 90% од нивото пред пандемијата во првиот квартал од 2023 година, поддржана од силната интратериторијална побарувачка. Додека Азија-Пацифик го забележа најслабото закрепнување досега, UNWTO верува дека тоа ќе се забрза во текот на годината, особено имајќи предвид дека границите на Кина сега се отворени. Европскиот туризам беше поттикнат од интратериторијалните текови, а јужна Медитеранска Европа забележа дека пристигнувањата ги надминаа оние во 2019 година.

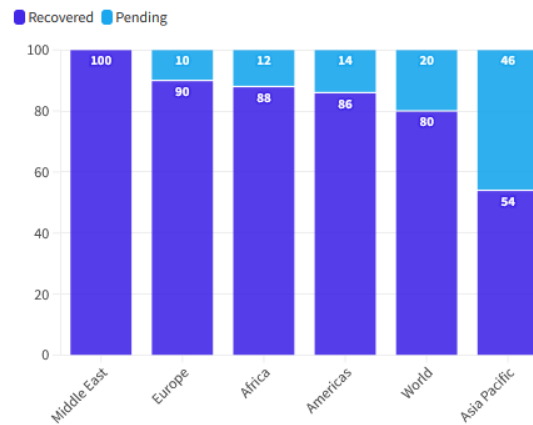
**International tourism receipts:  
Percentage of 2019 levels recovered  
in 2022(%)\***



Source: UNWTO, \* Percentage of 2019 receipts recovered in 2022, calculated in US dollars (preliminary data).

A Flourish chart

**International tourist arrivals:  
Percentage of 2019 levels recovered  
in Q1 2023 (%)\***



Source: UNWTO, \* Percentage of Q1 2019 arrivals recovered in Q1 2023 (provisional data).

A Flourish chart

Што не очекува до крајот на годината?

Проекциите на UNWTO за целата 2023 година предвидуваат дека меѓународните пристигнувања ќе закрепнат од 80% до 95% од нивоата пред пандемијата.





Сепак, Експертскиот панел на UNWTO предупредува дека економската ситуација во многу земји може да ја повлече оваа проценка:

„Економската состојба останува главниот фактор што влијае на ефективно закрепнување на меѓународниот туризам во 2023 година, при што високата инфлација и порастот на цените на нафтата се претвораат во повисоки трошоци за транспорт и сместување. Како резултат на тоа, се очекува туристите сè повеќе да бараат вредност за парите и да патуваат поблиску до дома. Неизвесноста произлезена од руската агресија против Украина и другите растечки геополитички тензии, исто така, продолжуваат да претставуваат надолни ризици“.

Оваа година Европските туристички лидери се состанаа за да ги унапредат заедничките планови за иднината на секторот. На 68-от состанок на Регионалната комисија на UNWTO за Европа (31 мај – 2 јуни, Софија, Бугарија), беше проценета моменталната состојба на туризмот во регионот, истовремено признавајќи ја виталната важност на образованието, работните места и инвестициите за поинклузивна и одржлива иднина.

Средбата се одликуваше со најголемо учество на делегации од 40 европски земји, на високо ниво, вклучително и вице премиери, министри и заменици министри за туризам. На средбата присуствуваа членови од делегацијата на Република Северна Македонија

На земјите-членки им беше даден преглед на работата на UNWTO, со фокус на следните области:

- Обезбедување на работни места: UNWTO продолжува да ги поддржува институциите на Европската унија во контекст на Европската година на вештини, при што сега е во тек фазата на ко-имплементација на Транзицискиот пат на ЕУ за туризмот за повторно квалификување на туристичката работна сила на Европската унија.
- Образование во туризмот: членовите беа запознаени за создавањето на првата диплома за менаџмент на одржлив туризам, во партнерство со Универзитетот за применети уметности и науки во Луцерн, и за лансирање на пакет со алатки



дизајнирани да помогнат туризмот да стане предмет во средните училишта ширум светот.

- Инвестиции: Идентификувано како клучен приоритет за секторот, UNWTO ја постави сцената за Светскиот ден на туризмот 2023 година (27 септември) со својата тема „Зелени инвестиции“, со поглед напред кон Форумот за инвестиции во туризмот на UNWTO (Ереван, Ерменија, септември 2023 година)
- Одржливост: UNWTO продолжува да ги води напорите за климатски активности на глобалниот туризам, клучните дела ја вклучуваат Глобалната туристичка иницијатива за пластика и Декларацијата од Глазгов за климатска акција во туризмот. Регионалната директорка за Европа на UNWTO истакна дека европските членки го сметаат туризмот како двигател на издржливоста и закрепнувањето по пандемијата и во услови на кривка социо-политичка ситуација во регионот, предизвикана од руската инвазија во Украина.

Се очекуваат силни резултати во претстојната летна сезона на северната хемисфера, поддржани од силната затворена побарувачка, одржливото закрепнување на воздушното поврзување и неодамнешното повторно отворање на Кина и другите големи азиски пазари и дестинации. Истражувањето на Панелот на експерти на UNWTO покажува дека речиси 70% од експертите очекуваат подобри резултати во мај-август 2023 година. Сепак, повеќето продолжуваат да веруваат дека меѓународниот туризам нема да стигне да се врати на нивото од 2019 година до 2024 година или подоцна.

UNWTO ја прослави иднината на еколошкиот одржлив туризам во Албанија (FESTA), поставувајќи ги основите за соработка на високо ниво меѓу министрите за туризам во регионот (Тирана, 3-5 април).

Унапредувајќи ја работата на UNWTO за промовирање на соработката преку границите, генералниот секретар Пололикашвили беше домаќин на првиот состанок на министрите за туризам од Југоисточна Европа. Овде, министрите од осум земји (Албанија, Босна и



Херцеговина, Бугарија, Хрватска, Грција, Црна Гора, Северна Македонија и Србија) ги истражуваа можностите за поголема соработка за проекти во регионот. Учесниците се согласија за плановите за одржување годишни состаноци на министри и државни секретари за да се постигне подобра регионална соработка за туризмот во регионот.

Организиран од Министерството за туризам и животна средина на Република Албанија во партнерство со UNWTO, тридневниот форум ги собра лидерите на јавниот и приватниот сектор за да се фокусираат на предизвиците и можностите за одржливо патување. Отворајќи го Форумот, генералниот секретар на UNWTO, Зураб Пололикашвили, го истакна големиот напредок што го постигна туризмот во станувањето поодржлив, истовремено нагласувајќи дека треба да се направи многу повеќе: „Ние прво мора да се фокусираме на два приоритети, имено луѓето и инвестициите, бидејќи без вистинските луѓе или соодветните инвестиции, нашите планови за трансформиран туризам нема да се остварат“.

Согласно податоци од последните истражувања на Аналитикс и 68 комисија на Европа при Светската Туристичка Организација- UNWTO неодамна одржана во Софија за македонскиот туристички сектор, во македонската туристичка индустрија се вработени помеѓу 30000 и 33000 лица во зависност од сезоналноста што преставува околу 5% од вкупниот број на вработени во македонската економија. Со намалување на сезоналноста и зголемувањето на просечниот престој кај странските и домашните туристи ќе се зголеми бројот на вработените на неодредено време во македонскиот туристички сектор, ќе се намалат сезоналните вработувања, просечна исполнетост на хотелските капацитети на годишно ниво над 45%, ќе ја зголеми просечната плата во секторот и ќе се успори миграцијата на работната сила во други држави.

Оваа состојба се постигнува со долгорочна стратегија во туристичката индустрија, ново реархитекуирање на АППТ со создавање на дестинациски менаџмент организации-ДМО, вложување во човечкиот капитал, стратегија доволно флексибилна за да одговори на се поистенчените вкусови на новите целни групи во светскиот туризам. Зголемување на



буџетските сретства на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на ниво од 2020 година, и зголемување на нејзините ингеренции се нотирани како многу значајни од UNWTO, бидејќи доколку не се случат ќе следи успорување на растот на нашата дестинација на среден рок. Континуирана дигитализација на секторот и создавање на Е-туризам платформа, формирање на туристичка инспекција ќе овозможи намалување на сивата зона во туризмот кај нас која изнесува 40-45%. Овие среднорочни планови треба да бидат јасен сигнал за странските и домашните инвеститори за нови вложувања кои ќе привлечат различни целни групи на туристи во Северна Македонија.

Методологијата која ја изработи АППТ за стратешките планирања во време на пандемијата и по нејзиното завршување за закрепнување на македонскиот туристички сектор базирана на анализи, факти и различни сценарија во целост се покажа за точна, создавајќи континуиран раст и насочувајќи ги туристичките работници најпрво на регионалните пазари, вториот чекор традиционалните пазари и регионот во 2022 и третиот кој треба да донесе раст и зголемено портфолио на дестинации и туристи кои не посетуваат во период 2023 – 2025 година. Затоа одредени тези дека туризмот во Северна Македонија се случува стихијно и поради растот на туризмот во соседните држави не е основан. Чартери за Охрид од Амстердам, Катовице, Манчестер, Лондон, повеќе пати во неделата надополнети со нови и обновени линии Охрид-Белград, Скопје-Сплит возможија оваа година сезоната да започне во мај месец, а клучните патувања ја надополнуваат туристичката магија и шарм во македонските дестинации. Скок на гости во првите шест месеци 2019/2023 година се бележи од турските, романските, германските, португалските, полските, српските туристи како и остварени ноќевања со што 2023 година ги има сите услови кумулативно да ја надмине 2019 година по бројот и остварените ноќевања приближувајќи се до 530 милиони долари девизен прилив од туризмот во македонската економија. Овие резултати не можеа да се постигнат без заедничка работа на сите во туристичката индустрија секој ден, верувајќи и градејќи доверба едни кон други.

Анализирајќи ги тековите во 2023 година очекувано е домашните туристи да имаат пад поради фактот дека во последните две години можеа да патуваат во нашата дестинација,



односно кампањата “Дома си е Дома” имаше ефект. Годинава македонските туристи ќе се упатат во дестинации со море, а очекуваниот минус не треба да надмине 10% споредбено со 2022 година. Сепак остануваат веќе детектираните проблеми со отсутноста на понуда за домашните туристички центри за викенд аранжмани на нашите туроператори кои низ годините многу полесно поставуваат чартери за други дестинации отколку за дојдовен туризам. На овој начин нашиот пазар е оставен на странски туроператори, додека нашите се појавуваат највеќе како сервис и даваат дополнителни услуги. Сепак 3% од наши туроператори кои нудат пакети од три, пет и повеќе денови за домашниот пазар на домашните туристи е премал и треба се повеќе да се работи. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот создаде предлог модел за субвенционирање на домашните туроператори кои во текот на годината ќе создадат аранжмани за домашните туристи и директно ќе ги стимулира. Сепак моделот треба да биде со ограничен временски период во сооднос со други насочени стимулации од државата кои ќе доведат до развој на руралниот и еко туризмот со зголемување на сместувачките капацитети во руралните делови на Северна Македонија создавајќи раст во локалната економија и отворање на нови зелени работни места во туризмот. Во оваа насока АППТ до Владата понуди проект “Педесет рурални села – педесет туристички приказни” со кој во следните 5 години треба да се заживее селскиот туризам со повеќе од 1500 нови кревети за сместување во селските домаќинства. Иднината на македонскиот туризам е во алтернативните форми на туристичка понуда, но за тоа да стане реалност поребно е сите да дадеме повеќе од потребното на професионален план.

„Според стратешкото планирање на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за 2024 година кое е продолжување на предходните три се е насочено кон постигнување на резултатите од 2019 година, нивно надминување со целта од 3,5 милиони ноќевања. Очекувањата се повеќе од 530 милиони долари промет од туристичката индустрија да се влеат во македонската економија.“

Туризмот како област е многу чувствителен на опкружувањето и голем број процеси влијаат директно или индиректно врз неговото планирање, успешност, раст и развој. Токму годинава



туризмот во земјава е исправен пред неколку предизвици, односно надополнување на бугарските туристи и ноќевања кои очигледно поради специфичните политички односи помеѓу двете земји, недостасуваат посетителите од Бугарија, како и намалувањето на минусот на албанските и косовските туристи кои патуваат во други дестинации бидејќи последните две години поради пандемијата максимално беа насочени кон нашите дестинации. Поради овие три пазари, се мисли на албанскиот, косовскиот и бугарскиот враќањето на резултатите од 2019 година се очекува да биде во втората половина на 2023. Минусот од овие туристи ќе се амортизира со зголемениот број на туристи од Полска, Хрватска, Србија, Романија, Словенија. Сепак 2023 година треба да покаже дека отворањето на нови пазари, воспоставувањето на нови чартери и редовни линии, реализацијата на првиот дел на медиумската кампања од страна на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот веќе во првиот квартал од 2023 година создаваат позитивна клима и раст на холандските, турските, романските, англиските, српските туристи надополнети со други секундарни пазари, од кои се очекува раст од 20% до 30%. Овие резултати нема да беа можни доколку сите заедно во македонскиот туристички сектор низ изминатите три години неуморно работевме, прилагодувајќи се на новата реалност во туристичката индустрија после пандемијата и оперативните планирања кои се наметнати со руската агресија врз Украина. Системскиот пристап во македонскиот туризам наметнува третирање на туризмот на уште повисоко ниво како во останатите регионални и европски земји.

За азиските туристи Балканот преставува една туристичка дестинација посетувајќи го со аранжмани од 14 до 21 ден на кружни патувања, во повеќе регионални земји. Во 2024 година според предвидувањата на Светската Туристичка Организација (UNWTO) Балканот ќе биде посетен од 350 до 400 илјади кинески туристи кои во земјите ќе генерираат помеѓу 4,9 - 5,5 милиони ноќевања, кои сериозно ќе влијаат во просечниот престој на дестинациите и потрошените парични средства. Во рамките на Отворениот Балкан се очекува поголем број на авионски линии од Народна Република Кина со Белград и Тирана што индиректно ќе овозможи шанса за македонскиот туристички сектор и вклучување на нашата земја во кружните патувања на кинеските туристи на неколку денови. Агенцијата за промоција и



поддршка на туризмот преку информација до Владата ги презентираше придобивките од кинескиот туристички пазар и потребата од следење на позитивните практики од останатите регионални земји и Отворениот Балкан за побрзо аплицирање и добивање на виза, со што ќе се овозможи за 2024 година драстичен позитивен ефект во македонскиот туристички сектор и зголемен број на кинески туристи во нашата дестинација. Потребно е се поголем фокус на јужноамериканскиот пазар кој веќе има зголемен интерес за регионот од страна на бразилски и мексикански туроператори и првите групи кои ја посетуваат Република Северна Македонија во 2023 година на кружни патувања.

Предизвиците во туризмот значат мотивација за постигнување позитивни резултати кои не можат да се постигнат без заедничка работа на сите чинители во туристичката индустрија, верувајќи и градејќи доверба едни кон други секој ден, во секој предизвик.

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

Растот на туризмот во Република Северна Македонија не се случува стихијно туку во последните пет години планирано и мерливо. Аналитичното и системско следење и анализирање на работата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот претставува механизам кој ѝ овозможува на АППТ врз основа на процесот на стратешкото планирање 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 поставување на SWOT анализата во туристичките планирања, Агенцијата за туризам може да ги следи целите на туристичкиот систем на институционално ниво и во рамките на секторот поефикасно и поефективно. Со овој метод на детектирање и проценка на силните страни, слабостите, можностите и заканите во областа на туризмот Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот може да ги спроведуваа своите стратешки политики и планови во централизирана форма. Овој пристап ги максимизира силните страни и можностите додека ги минимизира недостатоците и ризиците за да се идентификуваат најдобрите туристички тактики. 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, во насока на отворање на можности за одржливите туристички инвестиции и проекти, преку обезбедување на реална визија за иднината на секторот и индустријата.

Во делот на јаки страни во последниве пет години преку континуирано транспарентно и отчетно работење може да се издвои препознатливоста на АППТ во туристичката индустрија. Добро планирање и анализирање во АППТ, диверзификација на реализирани проекти, воведувањето на светски дигитални практики во промовирањето на туристичките дестинации, отпочнување меѓугранична соработка преку ИПА проекти, заедничка соработка со земјите членки од иницијативата “Отворен Балкан”, и други. Се ова се позитивни примери за успех во работењето на Агенцијата за туризам.





<b><u>СЛАБИ СТРАНИ</u></b>	<b><u>ЈАКИ СТРАНИ</u></b>
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Недоволно обезбеден буџет за реализација на програмата на АППТ</li><li>2. Недоволна дигитализација на АППТ</li><li>3. Недоволен капацитет од човечки ресурси во АППТ</li><li>4. Застарена внатрешна организациска поставеност во АППТ</li><li>5. Немање на туристички национален бренд – идентитет</li><li>6. Немање на стандард за квалитет ISO – 9001</li><li>7. Недостаток на специјализирани обуки за вработените во АППТ</li><li>8. Споро трансформирање на АППТ во НТО и воведување на ДМО</li><li>9. Недоволно усогласен закон за ТРЗ и авто-кампови со законот за земјиште</li><li>10. Недоволно искористување на ЕУ фондовите</li><li>11. Несоодветен модел на субвенционирање во туристичката индустрија</li><li>12. Немање на туристичка полиција и инспекција</li><li>13. Недоволна заинтересираност на институциите во работната група за изработка и имплементација на платформа за е-туризам</li><li>14. Немање национална стратегија за туризам</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Диверзификација на реализирани проекти</li><li>2. Добро планирање и анализирање во АППТ</li><li>3. Препознатливост на АППТ во туристичката индустрија</li><li>4. Добро спроведување на процедурата</li><li>5. Отвореност и транспарентност во работењето</li><li>6. Зајакната промоција на нови туристички форми (спорт, култура, ено-гастро и др.)</li><li>7. Континуирано споделување на информации со туристичкиот сектор</li><li>8. Фокусирана промоција на Република С.Македонија на разни медиуми</li><li>9. Нови промоции и проекти</li><li>10. Висок степен на реализација на програмски активности</li><li>11. Синоним за македонски туризам</li><li>12. Континуирана и навремена поддршка на туроператорите</li><li>13. Разновиден промотивен материјал</li><li>14. Зајакнати човечки ресурси</li><li>15. Активно учество на меѓународни проекти</li><li>16. Инвестиции во проекти</li><li>17. Добра промоција на примарни пазари</li><li>18. Градење на соработка со регионални медиуми</li><li>19. Зајакната соработка со стопанството</li><li>20. Успешна соработка со локална самоуправа</li><li>21. Придонес во зајакнување на бизнис климата</li><li>22. Искористување на придобивки од “Отворен Балкан”</li><li>23. Зголемени активности во ТРЗ и авто-кампови</li><li>24. Зголемен интерес на странски туристи</li><li>25. Зголемен број на учесници од туристичкиот сектор на саемски манифестации</li><li>26. Фокусирана промоција преку вински презентации на ено-гастро концептот</li><li>27. Промоција на Република С.Македонија во</li></ol>



	<p>реномирани медиуми преку инфо-тури.</p> <ol style="list-style-type: none"><li>28. 100% online- промоција</li><li>29. Успешна реализација на B2B средби</li><li>30. Добиени домашни и меѓународни награди</li><li>31. Ефикасно менаџирање со буџет</li><li>32. Пристап на нови пазари преку “Отворен Балкан”</li><li>33. Мапирање на туристички производи и понуда преку промотивни материјали ( печатени и дигитални)</li><li>34. Потпишани над 20 меморандуми за соработка со државни институции, туристички сектор и меѓународни организации</li><li>35. Нови иновативни канали за промоција</li></ol>
<p><b><u>МОЖНОСТИ</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Прераснување во НТО</li><li>2. Искористување на можностите кои ги нуди пазарот од иницијативата “Отворен Балкан”</li><li>3. Дигитализација на туристичкиот сектор ( е-туризам)</li><li>4. 100% одобрен план за годишен буџет на АППТ</li><li>5. Брендирање на туристичка дестинација</li><li>6. Интензивирање на промотивни активности</li><li>7. Национална туристичка кампања ( Google/YouTube)</li><li>8. Организирање на регионален туристички форум</li><li>9. Регионална туристичка понуда</li><li>10. Аплицирање за ЕУ фондови преку проекти за развој на туризмот во дестинацијата</li><li>11. Меѓуинституционални повеќегодишни проекти за збогатување на туристичката понуда</li><li>12. Нови модели на субвенции за странски и домашни туроператори</li><li>13. Интензивна соработка со меѓународни туристички организации</li><li>14. Унапредена законска регулатива</li></ol>	<p><b><u>ЗАКАНИ</u></b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>36. Политичка, безбедносна и економска криза</li><li>37. Континуирано намален буџет</li><li>38. Флукуација на човечки ресурси и неodobрени планови за нови вработувања</li><li>39. Немање долгорочен стратешки развој на туризмот</li></ol>



- |  |  |
|--|--|
| 15. Формирање на туристичка инспекција |  |
| 16. Специјализирани обуки во туризмот  |  |

Во делот на слаби страни може да се извојат недоволно обезбеден буџет за реализација на програмата на АППТ, недоволна дигитализација на институцијата и на секторот, недоволен капацитет од човечки ресурси во АППТ, немање на туристички национален бренд идентитет и национална стратегија за туризам идентитет, како и споро трансформирање на АППТ во Национална туристичка организација и воведување на ДМО.

Во рамките на сегашната поставеност во трансформирањето на АППТ во Национална туристичка организација и воведување на ДМО и туристичка инспекција и туристичка полиција во рамките на АППТ би придонела за подобра контрола во однос на бројот на туристи, рамномерен регионален туристички развој, додека пак соодветен буџет согласно планираното стратешко планирање, зајакнување на човечките ресурси, зајакнување на туристичката понуда и туристичкиот сектор во соработка со странцски донатори, едукација на туристичкиот сектор, нови типови на презентации и слично, што би овозможиле значителен развој на туризмот во Република Северна Македонија.

Во делот закани, SWOT анализа нотифицираше дека политичката, безбедносна и економска криза, континуирано намалениот буџет, флукуација на човечки ресурси и неodobрени планови за нови вработувања, немање долгорочен стратешки развој на туризмот можат да доведат до забавена трансформација на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот и развој и конкурентност на македонскиот туризам.

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 претставува очекување е овој Стратешки план да придонесе во значителен развој и напредок во тековното работење на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот и за развој на туристичкиот сектор.



Во продолжение на SWOT анализа се претставени стартешките согледувања на Светската туристичка организација (U)NWTО во поглед на превземање на активности и можностите за развој на туризмот во Северна Македонија:

## **ТУРИСТИЧКИ ПРИОРИТЕТИ ЗА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА СПОРЕД UNWTO:**

### **Брендинг и Маркетинг**

- Една од целите идентификувани во акцискиот план за развој на туризмот е да се развие стратегија за бренд и да се промовира Република Северна Македонија;
- UNWTO.Academy: Организирање на посветени обуки за ефикасна промоција и маркетинг на дестинации за службени лица за дестинации / Помош на дестинации за развој на стратегија за маркетинг и промоција на дестинации;
- Промоција на најуспешните приказни во туризмот на Северна Македонија преку платформите на UNWTO.Развивање на натпревар: Развој на понуда за одредени нишки за специјални интереси и општо разновидна понуда;
- Сегменти од интерес: Поддршка на Република Северна Македонија во подобрувањето на нејзините туристички сегменти од интерес преку активности за градење капацитети и размена на најдобри практики со други дестинации.

### **Рурален и културен туризам**

- Република Северна Македонија има потенцијал за повеќе видови туризам, но најголем интерес има за културниот, верскиот, активниот и руралниот туризам, преку истражување на можноста за организирање заеднички иницијативи, особено на регионално ниво;
- Сегменти од интерес: Поддршка на Република Северна Македонија во подобрувањето на нејзините туристички сегменти од интерес преку активности за градење капацитети и размена на најдобри практики со други дестинации;



- Програма за развој на рурален туризам на UNWTO - Најдобрите туристички села во светот: меѓународна ознака; Програма за надградба на туристичките села;
- Мрежа на најдобрите туристички села. Досега се избрани 70 села од 40 држави. Република Северна Македонија поднесе само една апликација во 2021 година, а не е поднесна апликација за 2022 и 2023 година;
- Да се поттикне учеството во овој повик за 2024 година, а што претставува глобална иницијатива да ги потенцира оние села каде, заради туризмот, се сочувани културата и традицијата, се почитува разликоста и се заштитува биодиверзитетот.

### **Привлекување на странски инвестиции**

- Земјата има потреба од инвестиции за да им обезбеди на туристите квалитетни сместувачки услуги и други услуги поврзани со туризмот;
- Разгледување на можноста за обезбедување поддршка преку програмата IDT и организирање на инвестициски форум со поддршка на UNWTO во Северна Македонија;
- UNWTO може да и помогне на Република Северна Македонија во развојот на мастер планови за одделни региони во земјата.

### **Одржлив развој на туризмот и подобрување на клучните туристички сегменти-**

Република Северна Македонија става силен акцент на развојот на клучните сегменти, преку развојот на иновативни туристички производи. Главни сегменти, земајќи ги предвид средствата на земјата, се: културен туризам (региони во близина на археолошки локалитети), еко туризам (Национални паркови, природни резервати), рурален туризам (села со важно културно и историско наследство);

- Сегменти од интерес: Поддршка на Северна Македонија во унапредувањето на нејзините туристички сегменти од интерес преку активности за градење капацитети (Туристички план, промоција на туризмот, развој на туристички производи) или поддршка во развојот на истражувачки активности;



- Користење на Програма за одржлив туризам One Planet;
- Глобална туристичка иницијатива за пластика;
- Декларација од Глазгов за климатска акција во туризмот;
- Одговорно закрепнување на туризмот COVID-19

### **Акциски план**

#### **Цели:**

- Зголемување на износот на расположливиот маркетинг буџет за Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот;
- Развивање на Бренд стратегија за Македонија;
- Развивање на нови водечки проекти за македонскиот туризам;
- Формирање на Фонд за развој на туризмот;
- Реорганизација на организациските структури за туризам на национално ниво;
- Поставување регионални организации за управување со дестинации (DMOs);
- Формирајте Фонд за развој на хотели.

#### **Активности за поддршка:**

- Обезбедување евтини директни летови за Скопје и Охрид;
- Инвестиција во потребната општа инфраструктура за поддршка на развојот на туризмот во Македонија;
- Организирање внатрешни обуки и студиски патувања за вработените во Секторот за туризам и Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот
- Редовни соопштенија за печат и прес-конференции за подобрување на туристичката свест кај локалното население;
- Развивање на национални туристички рути;
- Организирање годишна туристичка конференција за трансфер на знаење.



## **Политика и управување со дестинации**

UNWTO работи на обезбедување насоки и споделување на добри практики за политиките и моделите на управување со цел ефективна поддршка на туристичкиот сектор на различни нивоа: национално, регионално и локално.

Во оваа смисла, UNWTO работи на поддршка на своите членки во нивните напори да развијат ефикасни модели/структури и политики на управување, фокусирајќи се меѓу другото на:

- Туристичка политика и стратешко планирање
- Управување и вертикална соработка, односно национално-регионално-локално ниво
- Јавно приватно партнерство (ЈПП)
- Управување со дестинации

UNWTO идентификуваше три области на клучни перформанси во управувањето со дестинации на ниво на DMO: стратешко лидерство, ефективна имплементација и ефикасно управување.

Од традиционално фокусирање на маркетинг и промоција, трендот е да станеме водечки организации со поширок мандат кој вклучува стратешко планирање, координација и управување со активностите во рамките на соодветна структура на управување со интеграција на различни засегнати страни кои работат во дестинацијата под заедничка цел. Дестинации каде што таква организација сè уште не е на место се повеќе создаваат или планираат да создадат DMO како организациски ентитет што ќе го води патот.

## **Мерење на одржливост на туризмот (MST).**

Со поддршка на Одделот за статистика на Обединетите нации (UNSD), UNWTO, ја започна иницијативата за статистичка рамка за мерење на одржливоста на туризмот (MST). Целта е да се развие меѓународна статистичка рамка за мерење на улогата на туризмот во



одржливиот развој, вклучувајќи ги економските, еколошките и социјалните димензии. Мерењето на одржливоста на туризмот има за цел да обезбеди меѓународно договорена статистичка рамка за мерење на влијанијата и зависностите на туризмот врз економијата, општеството и животната средина.

Како жив пример за надминување на БДП, МСТ ќе го поддржи производството во земји со веродостојни, меѓународно споредливи податоци за перформансите на земјите и дестинации за туризам на локално ниво кога станува збор за одржливоста на туризмот. MST ќе доведе до поцврсти податоци за да се осигура дека туристичката акција на терен навистина придонесува за подобрување на животот на луѓето сега и во иднина.

Како заклучок, за жал мора да констатираме дека голем дел од препораките на Светската Туристичка Организација (UNWTO) од 2023 година а биле планирани во 2019-2022, не се реализирани поради лимитираниот буџет потребен за спроведување на акциските цели за развој на македонскиот туризам.

## **Визија**

Стратешкото планирање на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за 2024 година е во корелација со стратешките согледувања на Светската туристичка организација (UNWTO) во поглед на превземање на активности и можностите за развој на туризмот во нашата држава.

„Визијата за тоа каде го гледаме туризмот во Северна Македонија става силен акцент на развојот на клучните сегменти, преку развојот на иновативни туристички производи. Главниот фокус е на јаките туристички сегменти, а тоа се: културен туризам (региони во близина на археолошки и други културни локалитети, културни настани, музеи), еко туризам (Национални паркови, природни резервати), рурален туризам (села со важно културно и историско наследство), како и ено-гастро туризмот, нудејќи ја македонската кујна позната по разновидноста, свежината и автентичноста.“





Иднината на македонскиот туризам е во алтернативните форми на туристичка понуда и одржлив развој на туризмот со подобрување на клучните туристички сегменти. Во стратешкиот план за 2024 планирани се активности за изработка на и следните брошури “Македонското нематеријално културно богатство (преданија, легенди приказни)”, но и изработка на брошура за “Културен туристички мозаик”.

Во делот на поддршка се предвидува означување на 225 винарии (вински патишта), означување на културно - историски локалитети и промоција на 10 планински врвови, поставени на мобилна апликација достапна за секој посетител.

„Визијата е на АППТ е исто така насочена и кон реорганизација на институцијата, во тело со поголеми надлежности, со професионален тим, како партнер и сервис на стопанството со респектабилно влијание во туристичката дејност, главен промотор на туристичката понуда на Република Северна Македонија и двигател на клучните процеси во туризмот.“

## **Мисија**

Растот на македонскиот туризам на ниво пред пандемијата, односно ако се земе како референтна 2019 година се постигнува со долгорочна стратегија во туристичката индустрија, ново реархитекуирање на АППТ со создавање на дестинациски менаџмент организационно-ДМО, вложување во човечкиот капитал, стратегија доволно флексибилна за да одговори на се поистенчените вкусови на новите целни групи во светскиот туризам. Дополнително зголемувањето на буџетските средства на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на ниво од 2020 година, и зголемувањето на нејзините ингеренции кои се нотирани како многу значајни и од страна на UNWTO, исто така се значаен фактор за постигнување на посакуваните резултати во туристичката индустрија. Во спотивно, доколку овие промени не се случат, ќе следи успорување на растот на нашата дестинација на среден рок. Континуирана дигитализација на секторот и создавање на Е-туризам платформа, формирање на туристичка инспекција ќе овозможи намалување на сивата зона во туризмот кај нас која изнесува 40-45%. Овие среднорочни планови, треба да бидат јасен сигнал за странските и домашните



инвеститори за нови вложувања кои ќе привлечат различни целни групи на туристи во Македонија.

„Мисијата значи предизвик, односно отворањето на нови пазари, воспоставувањето на нови чартери и редовни линии, реализацијата на стратешките и програмски цели од страна на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот кои создаваат позитивна клима и раст на холандските, турските, романските, англиските, српските туристи надополнети со други секундарни пазари, од кои се очекува раст од 20% до 30%.“

### **Цели**

Едни од целите идентификувани во акцискиот план за развој на туризмот на светската туристичка организација - UNWTO во земјава е да се развие стратегија за бренд и да се промовира Северна Македонија, следно е развивање на нови водечки проекти за македонскиот туризам, формирање на Фонд за развој на туризмот, реорганизација на организациските структури за туризам на национално ниво, како и поставување регионални организации за управување со дестинации (DMOs).

Доколку сакаме вложувања и развој на туризмот, потребно е да се фокусираме на реалните можности и точките за подобрувања кои треба да се утврдат во одредени закони во надлежност на повеќе министерства со цел да се решат одредени недостатоци.

### **Активности за поддршка:**

- Обезбедување евтини директни летови за Скопје и Охрид;
- Инвестиција во потребната општа инфраструктура за поддршка на развојот на туризмот во Македонија;
- Организирање внатрешни обуки и студиски патувања за вработените во секторот за туризам и Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот



- Редовни соопштенија за печат и прес-конференции за подобрување на туристичката свест кај локалното население;
- Развивање на национални туристички рути;
- Организирање годишна туристичка конференција за трансфер на знаење.

„Рearхитектуирањето на македонскиот туристички сектор мора да се случи во наредниот пет годишен период, а дотогаш да се постигнат целите за 2025 година од 3,7 милиони ноќевања, 600 милиони долари од туризмот или повеќе од 4% во БДП, повеќе од 45.000 вработени во туристичко-угостителската дејност.“

### **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 2024 година е да ги надминеме бројките од 2019 година во туристичката индустрија.

Визијата каков туризам треба да градиме е отсликана преку поставените цели за 2024 година, а тоа се:

- 3,5 милиони ноќевања,
- повеќе од 530 милиони долари од туризмот,
- реструктуирање 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.

Збогатувањето на туристичката понуда со атрактивни туристички производи е една од целите и заложбите на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот. Истото, се 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. Имено, 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, археолошки локалитети - 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-угостителски 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 на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е се повеќе да аплицира и работи на ИПА проекти за меѓугранична соработка, што е започната со проектот за прекугранична соработка 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.

#### **Реализација на програмските активности**

Обезбеден е буџет и дополнителни средства за:

##### **➤ 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 и YouTube,
- 360 и 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 и 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 при 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.

Стратешкото планирање за 2024 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. Субвенционирањето во туристичката индустрија, - треба да преставува мерка која, на краток рок од неколку години, ќе овозможи развој на оваа гранка, додека долготрајноста на мерка резултура и условува зависност и фокусирање на туроператорите само на субвенциите. Поради фактот дека неизменетиот модел на субвенционирање на странските и домашни туроператори трае повеќе од 12 години, истиот се покажа како застарен, неефикасен и без развојна компонента. Ова беше потврдено со анализата и резултатите од моделот за субвенционирање кои беа преставени пред стопанските комори, туристички асоцијации и Министерството за економија во 2019 година со предлог модел за субвенционирање кој требаше да поттикне поширока расправа и резултира со нов модел. Со новата реалност во туризмот, потребен е нов модел на субвенционирање фокусиран на развојна компонента, третирајќи ја сезоналноста, типот на категоризируваниот објект, аранжманот како и висината на субвенционирањето, а кое треба да биде пониско во сезона и повисоко надвор од сезона. Ова ќе доведе до реална категоризација на сместувачките објекти како и продолжување на сезоната во туристичките места. Во многу брз временски интервал, заедно со Министерството за економија и Советот на АППТ, ќе отпочнеме со анализи за нов модел на субвенционирање кој нема дополнително да го оптерети буџетот, но ќе создаде зголемен позитивен ефект во македонскиот туристички сектор.

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.

### ПРЕГЛЕД НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ

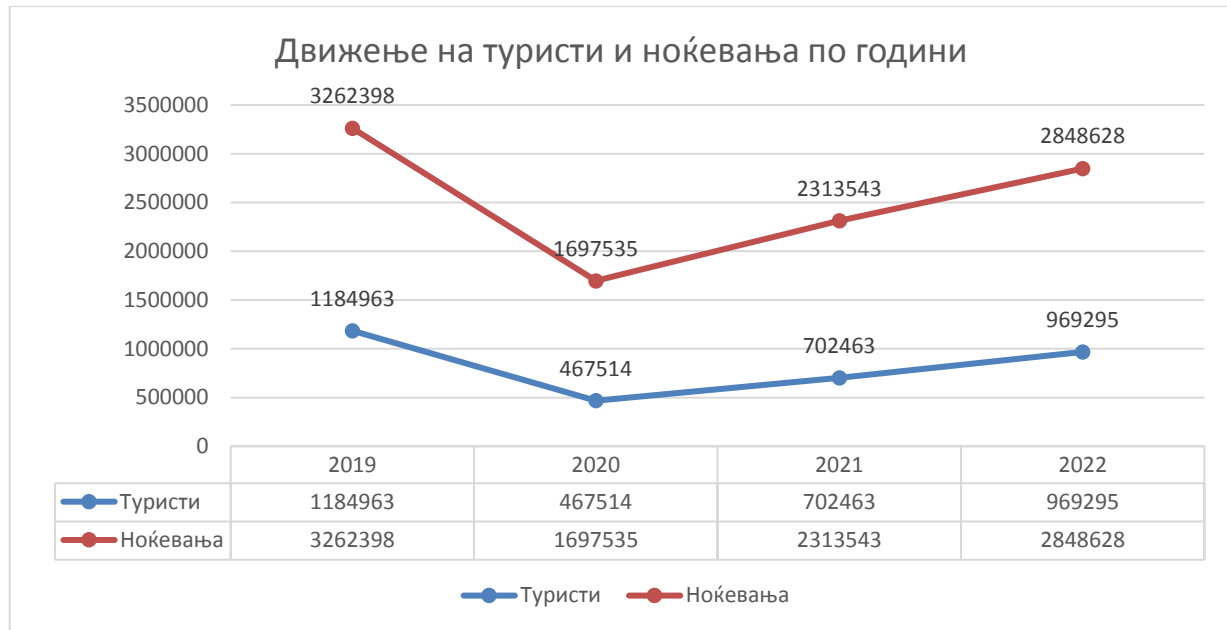
Новата дефиниција туризмот го препознава како чин и процес на трошење време надвор од дома во потрага по рекреација, релаксација и задоволство, додека се користи комерцијалното обезбедување на услуги. Туристичка дестинација е географска област во која постојат сите елементи кои се релевантни за еден одмор (пејсаж, флора, фауна, климатски услови, атракции, објекти за сместување, објекти за забава). Новите трендови ставаат акцент на патувањето фокусирано на храна, благосостојбата и грижата за себе на одмор и патувањето надвор од дневната рутина. Новите формати на патување како еко-туризам, соло патување, микро-авантури и доживотно патување се појавуваат за да се задоволат сè пофрагментирани и персонализирани потреби.

Како туризмот придонесува за економијата? Создава работни места, ја зајакнува локалната економија, придонесува за развој на локалната инфраструктура и може да помогне да се зачува природната средина и културните добра и традиции, како и да се намалат сиромаштијата и нееднаквоста.

Каква е иднината на туризмот во 2023 година и 2024? Глобалните туристички пристигнувања ќе се зголемат за 30% во 2023 година, по растот од 60% во 2022 година, но ќе останат под нивоата пред пандемијата. Домашните рекреативни патувања се очекува да останат силни, но со нормализирани стапки на раст (околу 2%) во 2023 и 2024 година.



Графички приказ бр.1 Странски туристи и ноќевања 2019-2022

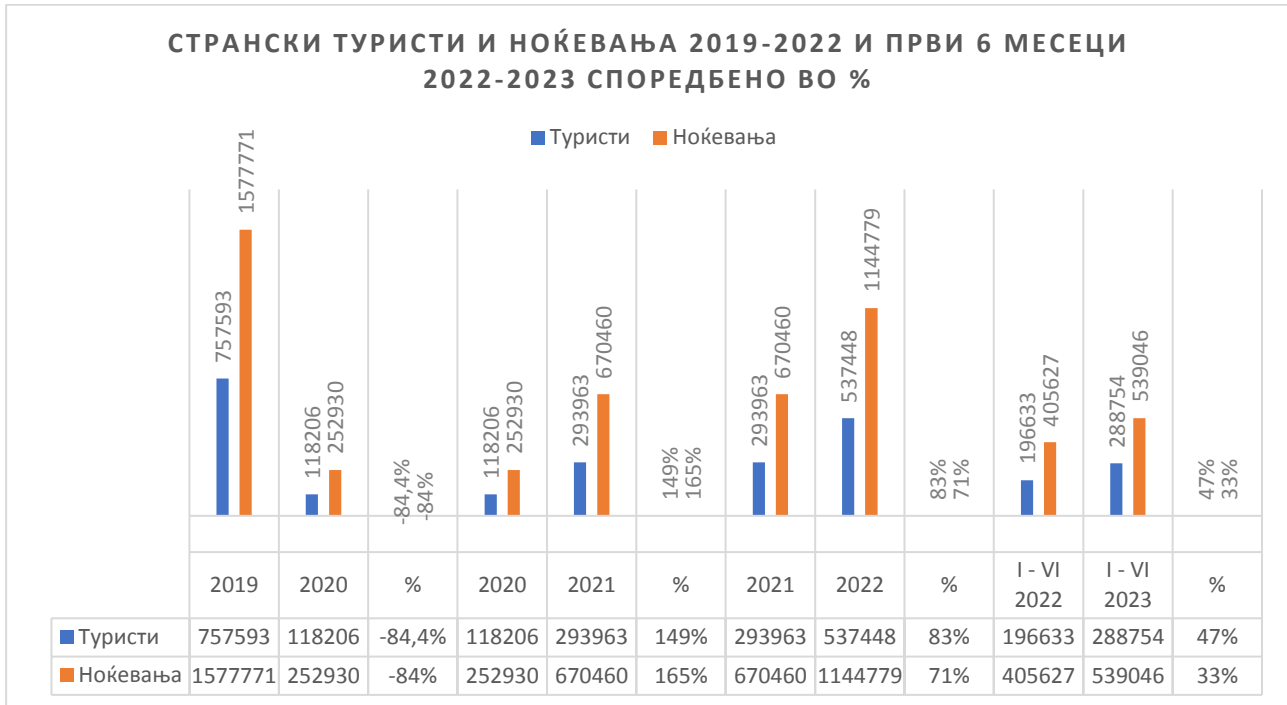


Извор: Државен завод за статистика

Во Република Северна Македонија имаме континуиран раст во туризмот до 2019 година. Но, поради пандемијата од Ковид 19 која резултираше со затварање на границите, на кривата погоре забележан е драстичен пад на странските туристи и ноќевања. При што, бројката на странски туристи во 2020 година кои престојувале во РСМ изнесуваат 467.514, а оствариле 1.697.535 ноќевања. Во 2021 година споредбено со 2020 година имаме раст на странските туристи кои ја посетиле РСМ со бројка од 702.463 додека кај ноќевањата имаме остварено 2.313.543. Во 2022 година споредбено со 2021 година повторно имаме раст на странски туристи кои ја посетиле РСМ со бројка од 969.295, додека кај ноќевањата имаме остварено раст со вкупно 2.848.628 ноќевања. Истото може да се види во графичкиот приказ бр.1.



## Графички приказ бр.2 Странски туристи и ноќевања 2019- 2022 и први 6 месеци 2022 - 2023 споредбено во %

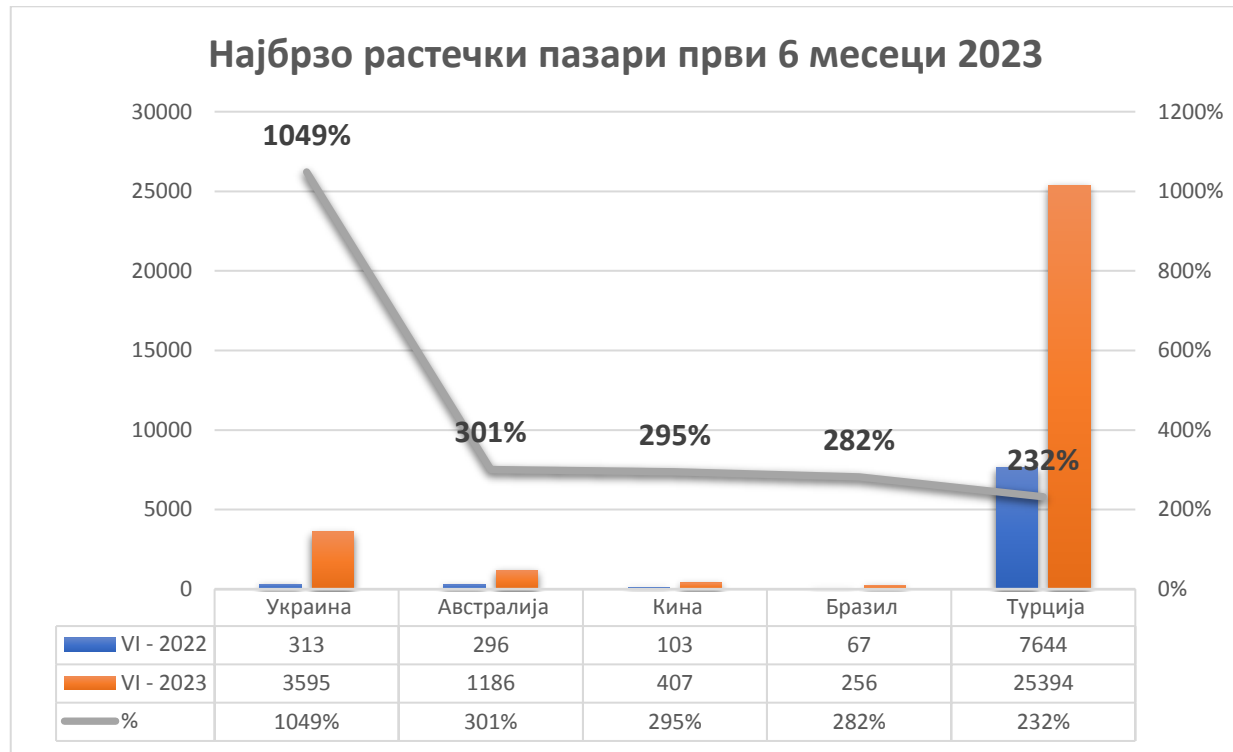


Извор: Државен завод за статистика

Во Република Северна Македонија има мерач во туризмот од 2019 година до 2020 година споредбено во проценти по години. Во 2020 година споредбено со 2019 година можеме да забележиме драстичен пад на туристите и ноќевањата поради корона кризата и затворените граници. Од приказот погоре, може да се забележи пад во бројот туристите од 84,4% додека кај ноќевањата имаме пад од 84%. Исто така, поради укинувањето на ковид мерките имаме драстичен раст на бројот на туристи и ноќевања во 2021 година споредбено со 2020 година. Кај бројот на туристите имаме раст од 149%, додека кај ноќевањата имаме раст од 165%. Исто така, имаме раст и во 2022 година споредбено со 2021 година кај бројот на туристи со 83%, додека кај ноќевањата имаме раст од 71%. Првите 6 месеци од 2022 година, споредбено со 2023 година имаме раст во бројот туристите од 47% а кај ноќевањата од 33%.



Графички приказ бр.3 Најбрзорастечки пазари први 6 месеци

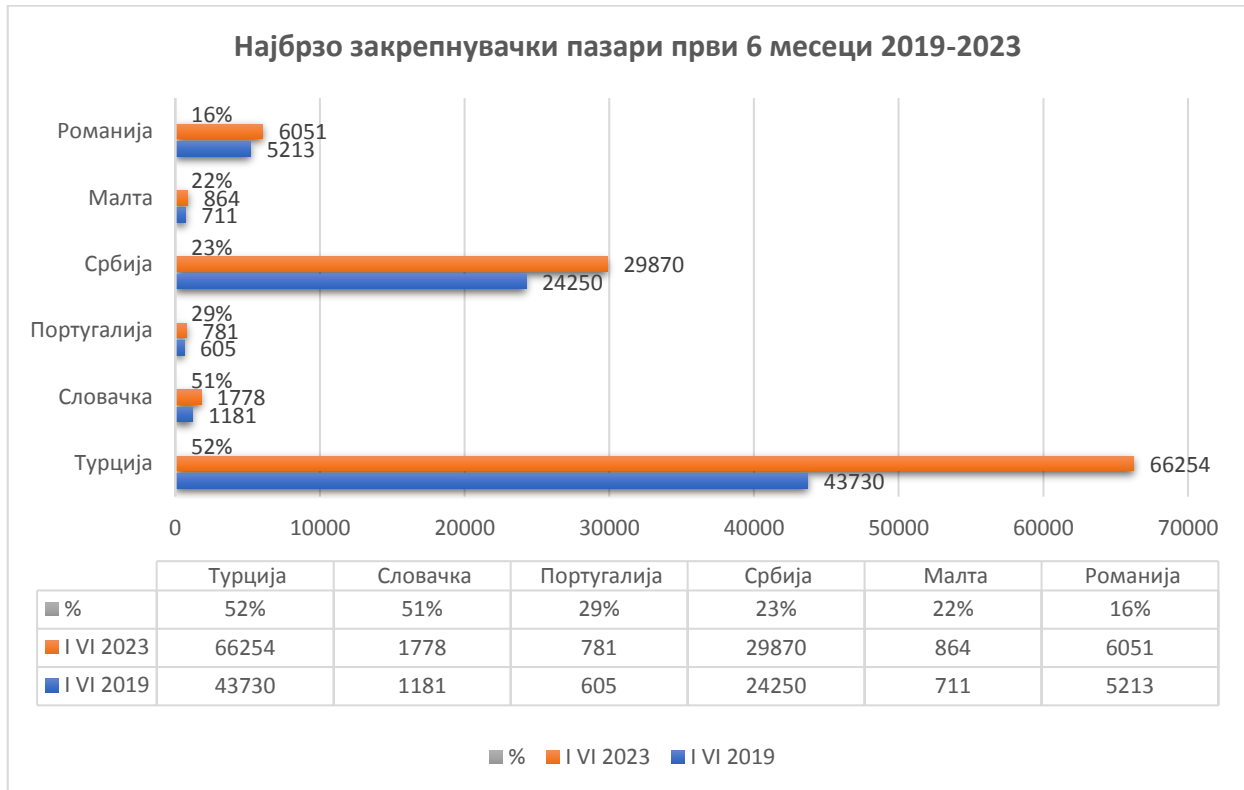


Извор: Државен завод за статистика

На графичкиот приказ бр.3 може да се забележи кој се најбрзорастечките пазари првите 6 месеци во 2023 година во Република Северна Македонија и тоа: Украина, Австралија, Кина, Бразил и Турција. Исто така, на графичкиот приказ бр. 4 може да се забележи кои се најбрзорастечките пазари во првите 6 месеци од 2019 година споредбено со 2023 година – Турција, Словачка, Португалија, Србија, Малта и Романија.

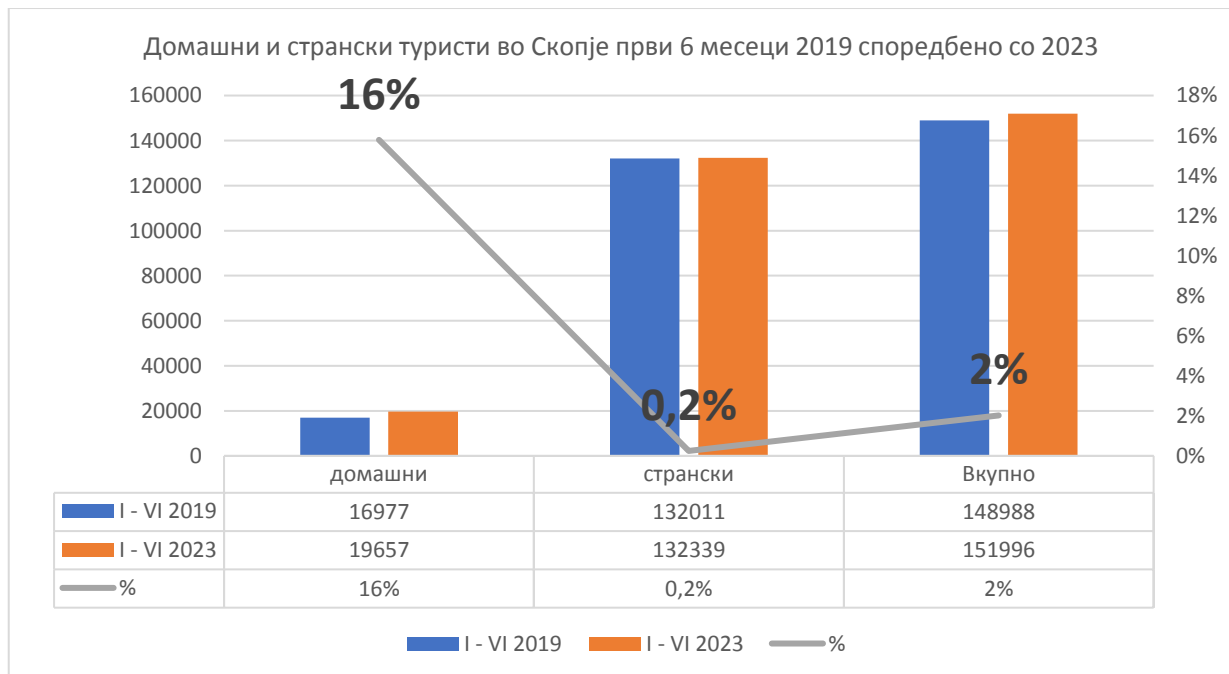


Графички приказ бр.4 Најбрзорастечки пазари први 6 месеци 2019-2023



Извор: Државен завод за статистика

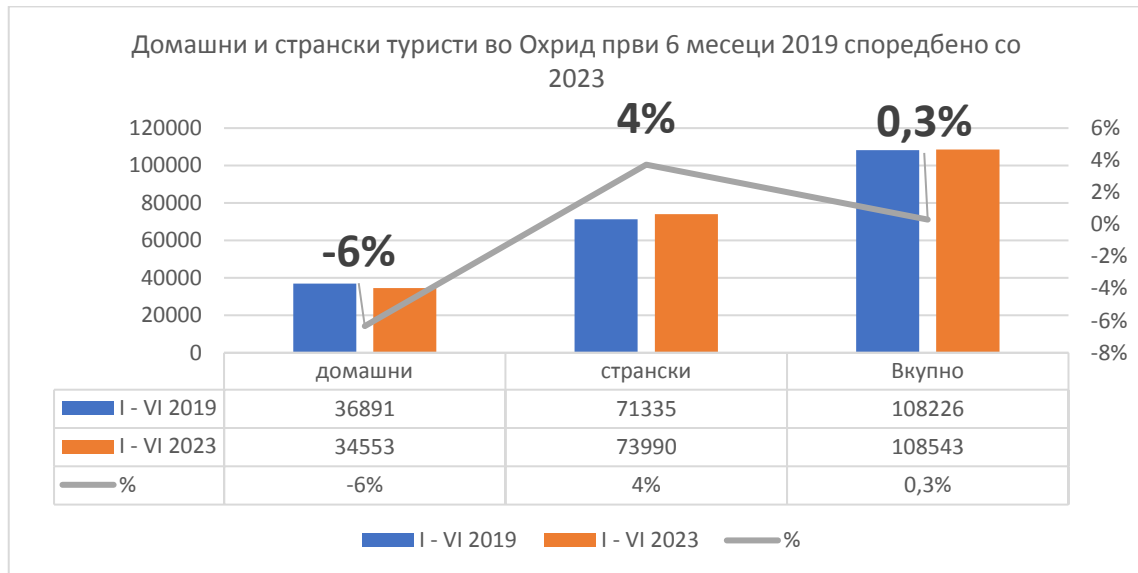
Графички приказ бр.5 Домашни и странски туристи Скопје 2019 споредбено со 2023





Домашните и странските туристи во Скопје бележат раст, тоа се гледа на графичкиот приказ бр. 5, каде што домашните туристи се зголемени за 16%, странските за 0,2% а вкупно и домашни и странски туристи се зголемени за 2%.

Графички приказ бр.6 Домашни и странски туристи Охрид 2019 споредбено со 2023



Извор: Државен завод за статистика

Странските туристи во Охрид бележат раст од 4% првите 6 месеци од 2019 година, споредбено со првите 6 месеци од 2023 година, а истиот период домашните туристи имаат пад од минус 6%.



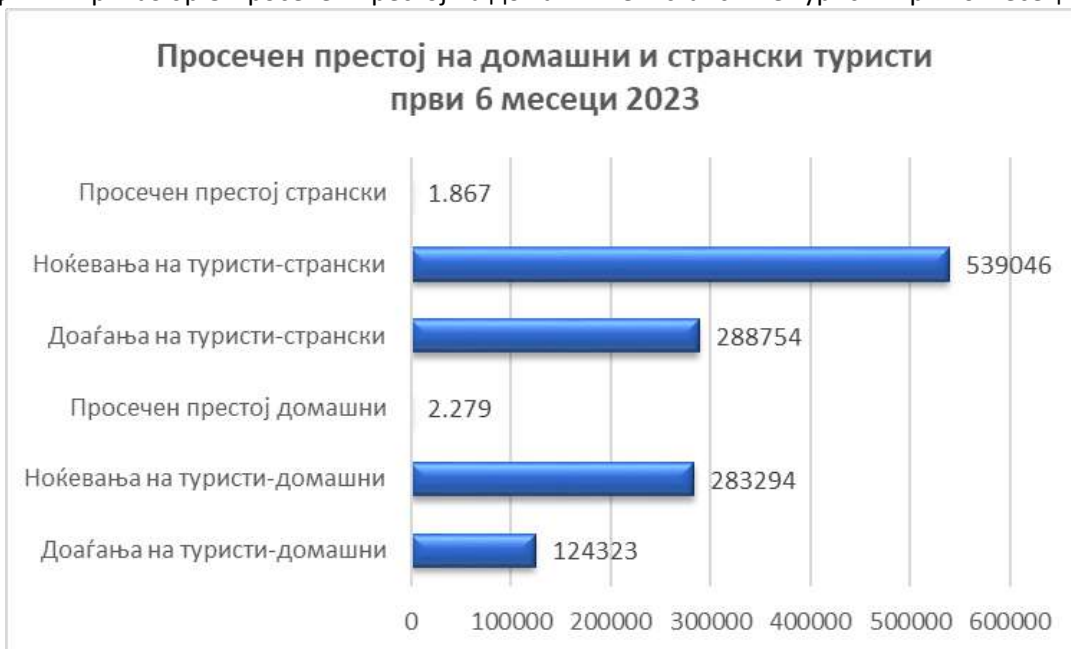
Графички приказ бр.7 Топ 5 земји по посети први 6 месеци 2023



Извор: Државен завод за статистика

На Графички приказ број7, може да се видат 5 топ земји за 2023 година. Посета на туристи по држави во Република Северна Македонија, прикажано со бројки и проценти. Најголеми посетители во државата првите 6 месеци во 2023 година се гости од: Турција, Србија, Грција, Германија и Бугарија, што може да се види во графичкиот приказ.

Графички приказ бр.8 Просечен престој на домашните и странските туристи први 6 месеци 2023



Извор: Државен завод за статистика



Просечниот број на ноќевања на странските и домашните туристи е прикажан во Графичкиот приказ бр.8, според кој се прикажува ситуација за првите 6 месеци во 2023 година во која странските туристи останале 1.867 ноќи, домашните туристи 2.279 ноќи.

Табела бр.1: Домашни и странски туристи 2022 споредбено со 2023

	I-XII 2021	I-XII 2022	%
<b>Број на туристи</b>			
<b>Вкупно</b>	<b>702 463</b>	<b>969 277</b>	<b>38,0%</b>
Домашни	408 500	431 841	5,7%
Странски	293 963	537 436	82,8%
<b>Број на ноќевања</b>			
<b>Вкупно</b>	<b>2 313 543</b>	<b>2 848 604</b>	<b>23,1%</b>
Домашни	1 643 083	1 703 841	3,7%
Странски	670 460	1 144 763	70,7%

Во текот на 12-те месеци од 2021 година споредбено со 12-те месеци од 2022 година, вкупниот број на домашни и странски туристи е зголемен за 38%, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 5,7%, а кај странските има зголемување за 82,8%. Во 12-те месеци од 2021 година споредбено со 12-тр месеци од 2022 година, бројот на вкупните ноќевањата кај домашните и странските туристи е зголемен за 23,1%, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 3,7%, а кај странските има зголемување за 70,7%. Ова може да се види во табела број 1.

Табела бр.2: Домашни и странски туристи први 6 месеци 2022 споредбено со 2023

	I-VI 2022	I-VI 2023	%
<b>Број на туристи</b>			
<b>Вкупно</b>	<b>317 539</b>	<b>413 077</b>	<b>30%</b>
Домашни	120 906	124 323	3%
Странски	196 633	288 754	47%
<b>Број на ноќевања</b>			
<b>Вкупно</b>	<b>692 493</b>	<b>822 340</b>	<b>18,8%</b>
Домашни	286 866	283 294	-1,2%
Странски	405 627	539 046	32,9%





Во првите 6 месеци од 2022 година споредбено со првите 6 месеци од 2023 година, бројот на вкупните домашни и странски туристи е зголемен за 30%, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 3%, а кај странските има зголемување за 47%. Во првите 6 месеци 2022 споредбено со првите 6 месеци 2023 година, бројот на вкупните ноќевањата кај домашните и странските туристи е зголемен за 18,8%, и тоа: кај домашните туристи има пад од 1,2%, а кај странските има зголемување за 32,9%. Ова може да се види во табела број 2.

Графички приказ бр.9 Девизен прилив од туризам по години споредбено

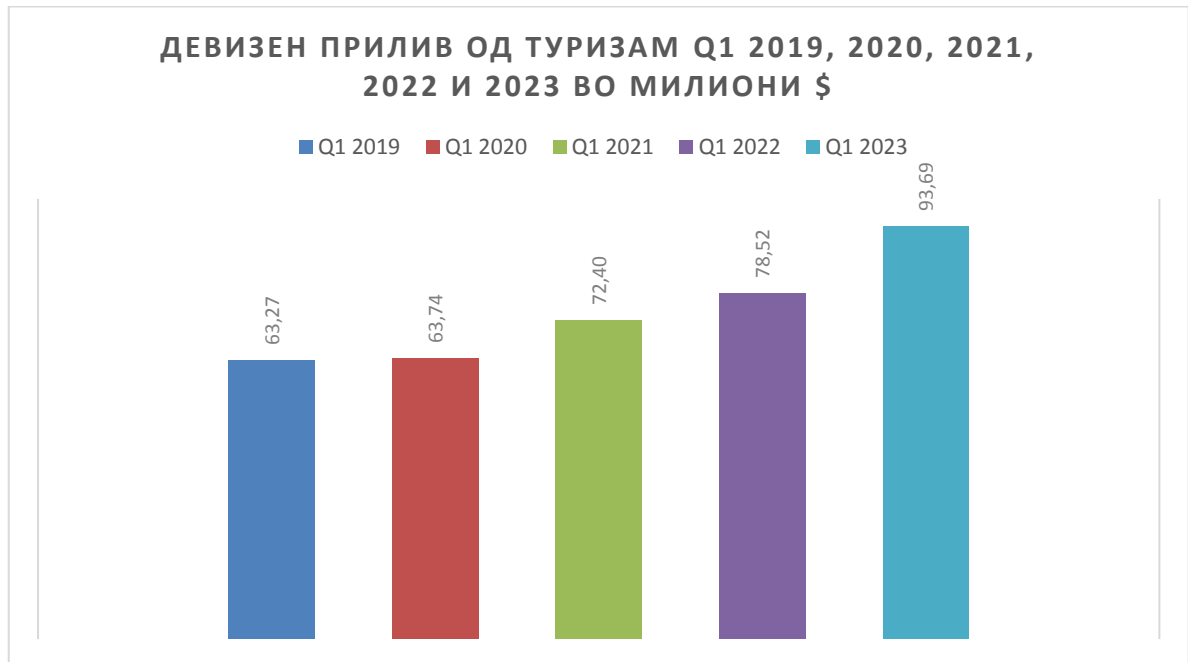


Извор: НБРМ

На графичкиот приказ бр.9 е прикажан вкупниот девизен прилив во 2020 година. Истиот што изнесува 252.05% и во споредба со 2019 година имаме пад од -36,34% поради КОВИД 19 кризата и затворените граници. Во 2020 година споредбено со 2021 година имаме драстичен раст на девизен прилив од туризам од 52% или од девизен прилив во 2021 година имаме остварено 385,04 милиони долари. Исто така 2021 година споредбено со 2022 година имаме раст на девизен прилив од туризам од 24,8% или од девизен прилив во 2022 година имаме остварено 480,38 милиони долари.



## Графички приказ бр.10 Први квартал девизниот прилив од туризам за 2019, 2020, 2021, 2022 и 2023



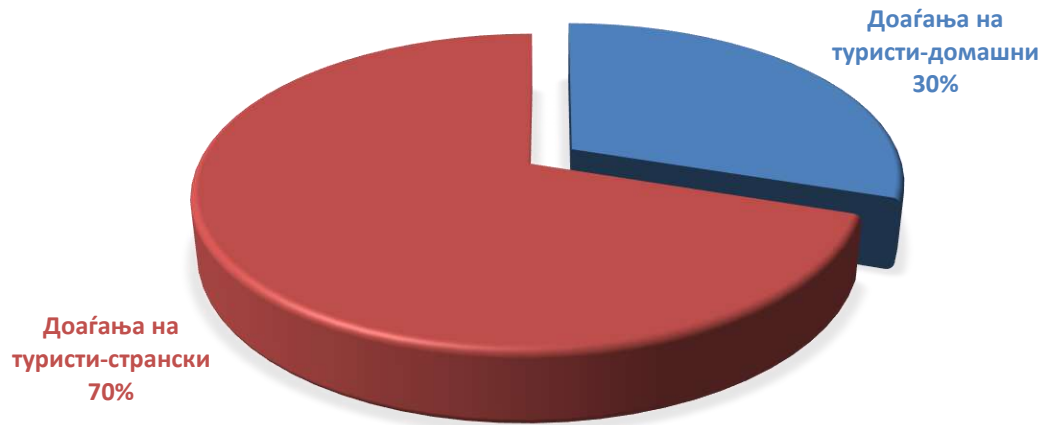
Извор: Народна банка на Република Северна Македонија

Доколку го компарираме учеството на туризмот во бруто домашниот производ - БДП што во 2011 година изнесувал 0,4%, 2018 година изнесувал 2,4% додека во 2022 година изнесува 3,6%, достигнувајќи 481 милион долари. Доколку ги споредиме првите квартали (Q1) на приливот од туризмот 2018/2019/2020/2021/2022 година, што и покрај пандемијата која започна во 2020 година, нема забележено пад, што не може да се случи ако изостанува планирање, мерливост и евалуација на стратешките планови во АППТ. За прв пат во првиот квартал на 2023 година, туризмот во македонската економија влеал 93 милиони долари, што е за 19% повеќе од 2022 година или 41% повеќе од 2019 година. Тоа што со право не охрабрува да констатираме дека сме на вистински пат да ги зацртаме целите за 2023 година и да продолжиме кон целта за 2025 година кога треба да ја надминеме најуспешната 1988 година во македонскиот туризам со над 3,7 милиони ноќевања.



Графички приказ број.11 Учеството на странските и домашните туристи во вкупниот број на туристи за првите 6 месеци 2023 година

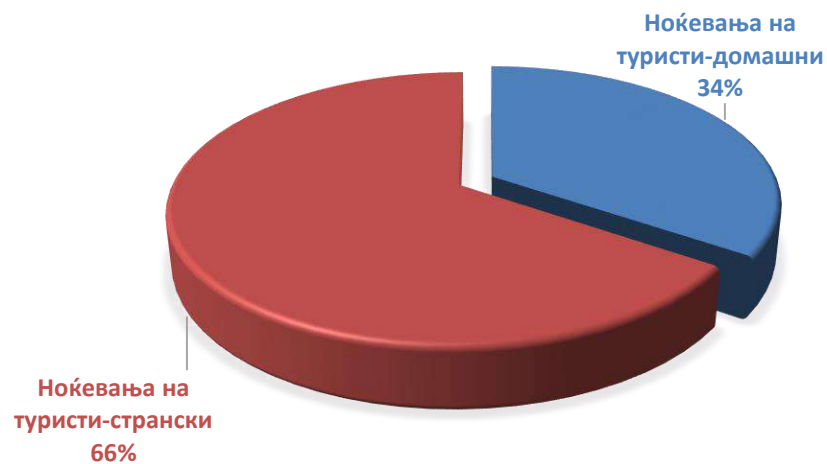
### УЧЕСТВО НА ДОМАШНИТЕ И СТРАНСКИТЕ ТУРИСТИ ВО ВКУПНИОТ БРОЈ ТУРИСТИ ПРВИ 6 МЕСЕЦИ 2023



Извор: Државен завод за статистика

Графички приказ број.12 Учеството на странските и домашните ноќевања во вкупниот број на ноќевања за првите 6 месеци 2023 година

### УЧЕСТВО НА ДОМАШНИТЕ И СТРАНСКИТЕ НОЌЕВАЊА ВО ВКУПНИОТ БРОЈ НОЌЕВАЊА ПРВИ 6 МЕСЕЦИ 2023



Извор: Државен завод за статистика



Графички приказ бр.13 Странски туристи по региони 2022



Извор: Државен завод за статистика

Странските туристи во текот на 2022 година најмногу го преферираат скопскиот регион, односно 50% од нив го посетиле, додека 31% југозападниот и 8% југоисточниот регион. Според Графичкиот приказ бр.13, најслабо посетен е североисточниот и источниот регион, со 1% од вкупните посети на странски туристи.



Графички приказ бр. 14 Вкупен број на туристи по региони први 6 месеци 2023



Извор: Државен завод за статистика

Домашните туристи, од друга страна пак, го преферираат скопскиот регион, а веднаш зад него е југозападниот. Вардарскиот и североисточниот регион се најмалку посетени и од домашни туристи, што е прикажано во Графичкиот приказ бр. 14.

Графички приказ бр.15 Примарните земји: Албанија, Бугарија, Косово, Турција, Полска, Србија и Хрватска учествуваат во вкупниот број на туристи во првите 6 месеци 2023



Извор: Државен завод за статистика



Според ова, во Графичкиот приказ бр.15, претставени се двата круга на целни земји од каде најмногу пристигнувале туристи во први 6 месеци во 2023 година. Примарните пазари оствариле 33% од вкупниот број на посети на странски туристи и тие се од Албанија, Бугарија, Косово, Турција, Полска, Србија и Хрватска, додека останатите проценти се посети на туристи од останатите пазари.

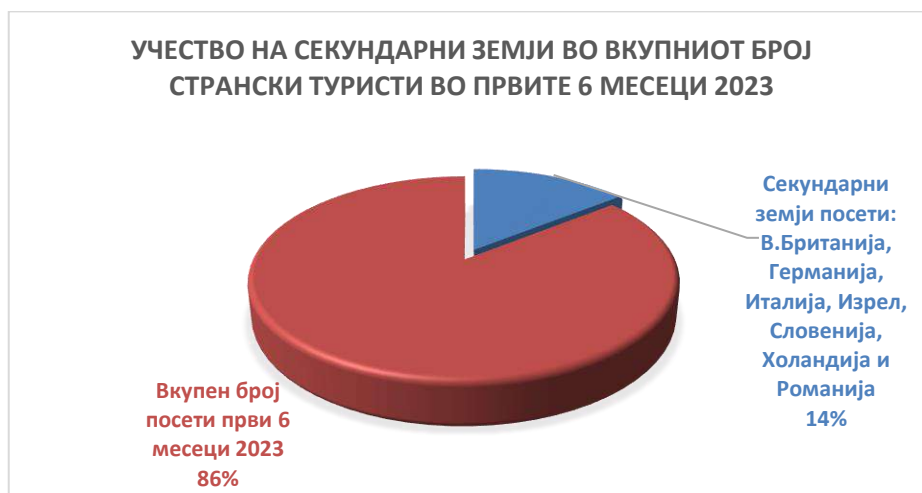
Графички приказ бр. 16 Примарните земји: Албанија, Бугарија, Грција, Косово, Турција, Полска, Србија и Хрватска учествуваат во вкупниот број на ноќевања во 2021



Извор: Државен завод за статистика

Дополнително, во првите 6 месеци во 2023 година 32% припаѓаат на вкупниот број на ноќевања остварени од странски ноќевања, што е видливо во Графичкиот приказ бр. 16.

Графички приказ бр.17. Секундарните земји: В.Британија, Германија, Италија, Изрел, Словенија, Холандија и Романија учествуваат во вкупниот број на туристи во 2021.



Извор: Државен завод за статистика



Во Графичкиот приказ бр 17 може да се забележи дека секундарните пазари вклучуваат учество од 14% од вкупниот број странски туристи во првите 6 месеци во 2023 година, а во нив влегуваат : Велика Британија, Германија, Италија, Изрел, Словенија, Холандија и Романија.

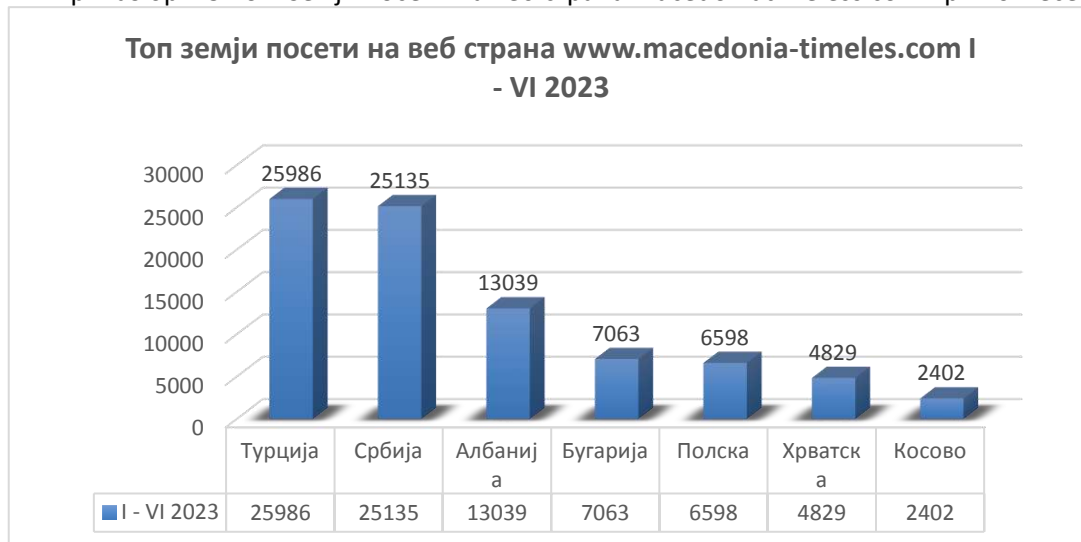
Графички приказ бр.18 Секундарните земји: В.Британија, Германија, Италија, Изрел, Словенија, Холандија и Романија учествуваат во вкупниот број на ноќевања во 2021



Извор: Државен завод за статистика

Дополнително, од првите 6 месеци во 2023 година 16% им припаѓаат на вкупниот број на ноќевања остварени од странски ноќевања, што е видливо во Графичкиот приказ бр. 18.

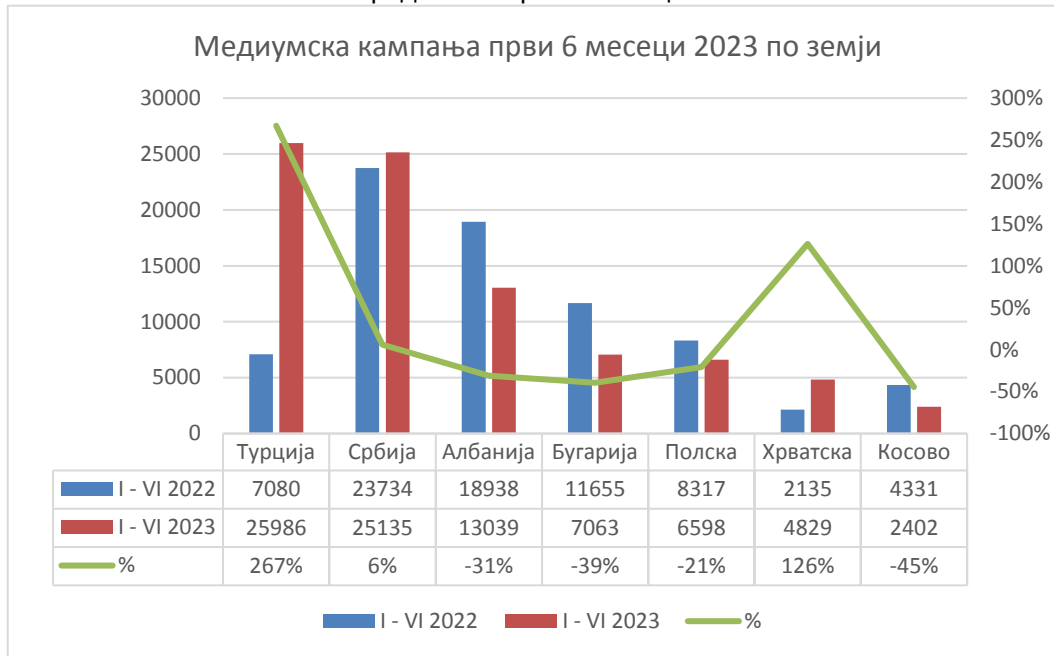
Графички приказ бр. 19 Топ земји посети на веб страна macedoniatimeless.com први 6 месеци 2023



Извор: Google analytics



Графички приказ бр.20 Посети на Веб страна од земји со медимска кампања први 6 месеци 2023 споредбно со први 6 месеци 2022



Извор: Google analytics

Во првите топ 5 земји за првите 6 месеци во 2023 година, остварени се посети на вебсајтот на Агенцијата за туризам од потенцијални туристи од Турција и Хрватска, додека пак најмал број на посети има од Косово, Бугарија и Албанија.



**ПЛАНИРАНО УЧЕСТВО НА ТУРИСТИЧКИ САЕМИ ЗА 2024 г.**

	САЕМИ	ПЛАНИРАН БУЏЕТ 2024
1	FITUR MADRID	2.500.000,00 денари
2	EMITT ISTANBUL	2.700.000,00 денари
3	SAJAM TURIZMA BELGRAD	1.500.000,00 денари
4	ITB BERLIN	3.500.000,00 денари
5	ITF TIRANA	650.000,00 денари
6	TTG RIMINI	2.400.000,00 денари
7	WTM LONDON	3.500.000,00 денари
8	TT WARSAW	1.500.000,00 денари
9	TRAVEL TURKEY IZMIR	1.300.000,00 денари
10	PLACE 2 GO ZAGREB	1.000.000,00 денари
11	ITB ASIA	1.800.000,00 денари
12	BIT MILANO	1.200.000,00 денари
13	TRAVEL & ADVENTURE SHOW NEW YORK	2.000.000,00 денари
14	TTR BUCHAREST	1.200.000,00 денари
	<b>ВКУПНО</b>	<b>26.750.000,00 денари</b>

1. FITUR MADRID како 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 2023 година на FITUR земаа учество преку 8.000 изложбени компании од 165 земји/региони, 80.000 туристички работници/професионалци и 50.000 посетители од општата јавност. FITUR претставува водечки саем за туризам кој поврзува повеќе континенти и преку кој постои можност за вмрежување помеѓу македонскиот, 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 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 95%.



На последниот настап на АППТ во FITUR 2023, учествуваа 3 коезибитори: Туринг Македонија, Time to Travel и МакСан Травел.

2. Саемот за туризам во Истанбул, Туркије „East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition- EMITT“ е водечкиот туристички настан во Туркије, 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 35.000 посетители и 200 купувачи, и што е најважно преку 5.000 претходно организирани бизнис состаноци.

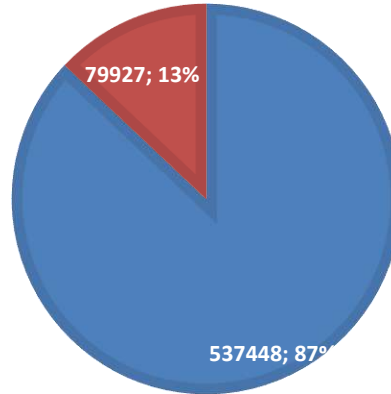
Националниот штанд беше на простор од 40м<sup>2</sup>, со 6 (шест) учесници на штандот: Бадемтур, Су Хотел, ПЦС тур, Хотел Фама, ЈК травел, Општина Струга. Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Туркије е во пораст, во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 193%.

Учеството на туристите од Турција е во вкупниот број странски туристи е 13 %.



## УЧЕСТВО НА ТУРИСТИТЕ ОД ТУРЦИЈА ВО ВКУПНИОТ БРОЈ СТРАНСКИ ТУРИСТИ 2022

■ Вкупен број туристи 2022 ■ Туристи од Турција 2022



3. Белградскиот саем за туризам е најголемиот туристички настан во Србија 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. Овој настан со меѓународен карактер, секоја година се одржува на површина од 30.753 m<sup>2</sup> и е 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 12 години континуирано и активно ги промовираат туристичките можности и дестинации на Македонија, на интернационалниот саем за туризам во Белград, Србија.

Белградскиот саем за туризам е најголемиот туристички настан во земјата и Југоисточна Европа. Традиционално, 45 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 45-от меѓународен саем за туризам "SAJAM TURIZMA" во Белград, заедно со општините и туристичкиот сектор: Хотел Мизо, Општина Дојран, Општина Ресен, Глобус Травел, Општина Гевгелија, Општина Крушево, Мали семејни Винарији, ХОТАМ и Општина Охрид. Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Србија е во пораст, во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 45%.

Учеството на туристите од Србија во вкупниот број странски туристи е 11%.



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. Оваа година, АППТ зема учество на овој престижен меѓународен саем заедно со: G Hotels, ТУРИНГ БАЛКАН, Општина Ресен, АБЦ Рент а Кар, Бадемтур, Хотел Голд, Фибула Ер Травел, Виш ко травел, Камелија травел и ТАВ.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Германија е во пораст, имено во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 71%.

Учеството на туристите од Германија во вкупниот број странски туристи е 5%.



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 го прикажуваат 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, имено во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 26%.

Учеството на туристите од Албанија во вкупниот број странски туристи е 4%



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. При последното учество, пред COVID-19 пандемијата, на нашиот штанд со површина од 32 m2, учествуваа како ко-егзибитори следните правни лица од Република Северна Македонија:



- 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, имено во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 114%.

Учеството на туристите од Италија во вкупниот број странски туристи е 2%



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 m<sup>2</sup> учесници од приватниот сектор од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беа:

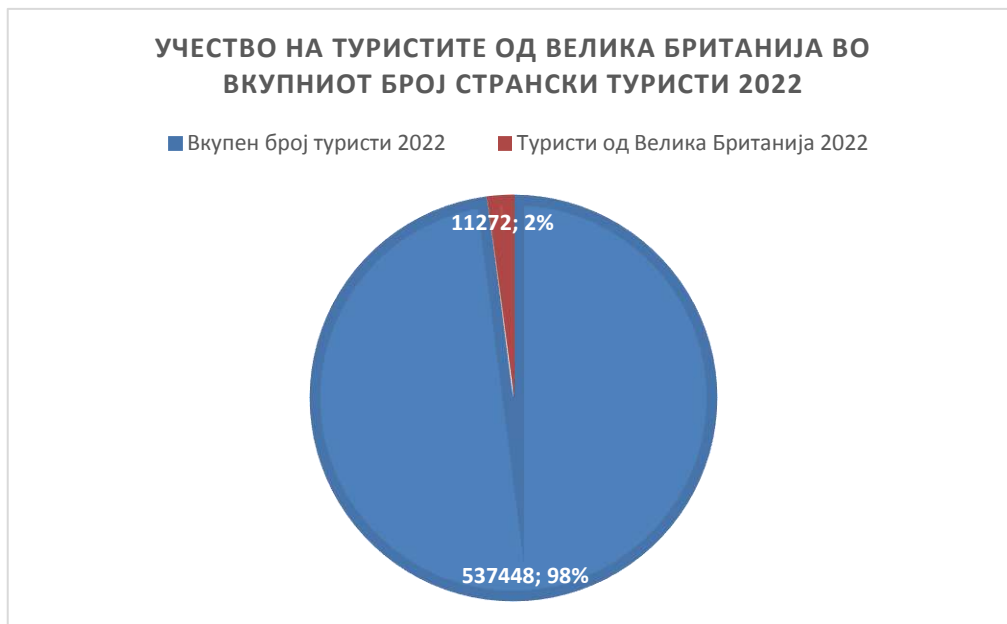
- Бадемтур
- Фибула
- Висит Македонија
- Експириенс Балкан
- Камелија
- Бохемиа
- Хотел Парк
- НАИТМ

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Велика Британија е во пораст, имено во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 183%.





Учеството на туристите од Велика Британија во вкупниот број странски туристи е 2%



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

На овој саем, како интернационална бизнис туристичка манифестација во Варшава, туристичката програма ја претставува над 500 изложувачи од 50 земји и повеќе од 20.000 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 за посета е голема.

Учесници на штандот на Република Северна Македонија:

- На нашиот штанд со површина од 25m<sup>2</sup> во 2022 година, учесници од приватниот сектор од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беа:
- Мак Сан Травел,
- Експериенс Балкан



- ДМС Балканс
- Туринг Македонија

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Полска е во пораст, имено во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 17%.

Учеството на туристите од Полска во вкупниот број странски туристи 4%



9. Интернационалниот саем за 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 1.200 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.

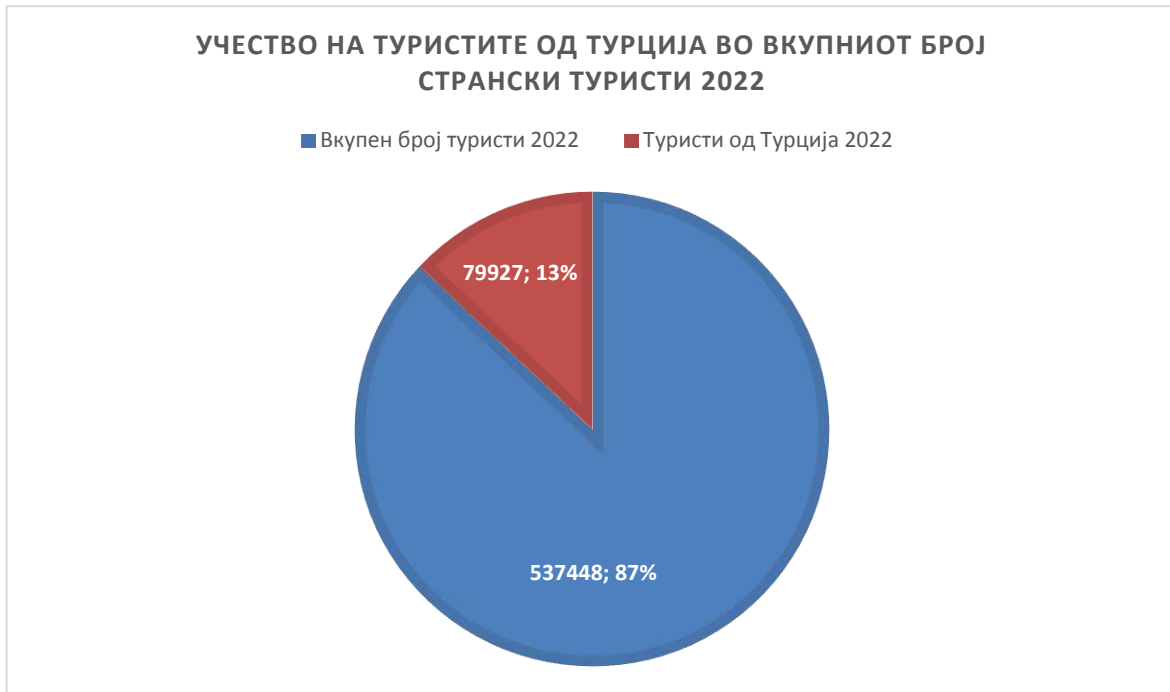
Учесници на штандот на Северна Македонија во 2022 година:

- Хотел Радика
- ДМЦ Балканс,
- ПЦС Тур



Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Турција е во пораст, во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 193%.

Учеството на туристите од Турција во вкупниот број странски туристи е 13 %.



10. PLACE 2 GO ZAGREB меѓународна саемска манифестација која се организира во Загреб, Хрватска. На овој меѓународен саем за туризам, АППТ учествуваше неколку години по ред, и во 2019 година бевме земја партнер. Истиот има големо влијание на хрватскиот туризам и е од големо значање за македонскиот туристички сектор за одржување и на соработката.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Хрватска е во пораст, во 2022 година во споредба со 2021 година е забележан раст од 138%.



Учеството на туристите од Хрватска во вкупниот број странски туристи е 3%.



11. ITB ASIA, е највлијателниот саем за туризам во азискиот континент, истиот ги обединува голем дел на азиските држави и е покажан како многу ефикасен саем кога се во прашање „В Б2Б состаноците и наоѓање на бизнис партнери.

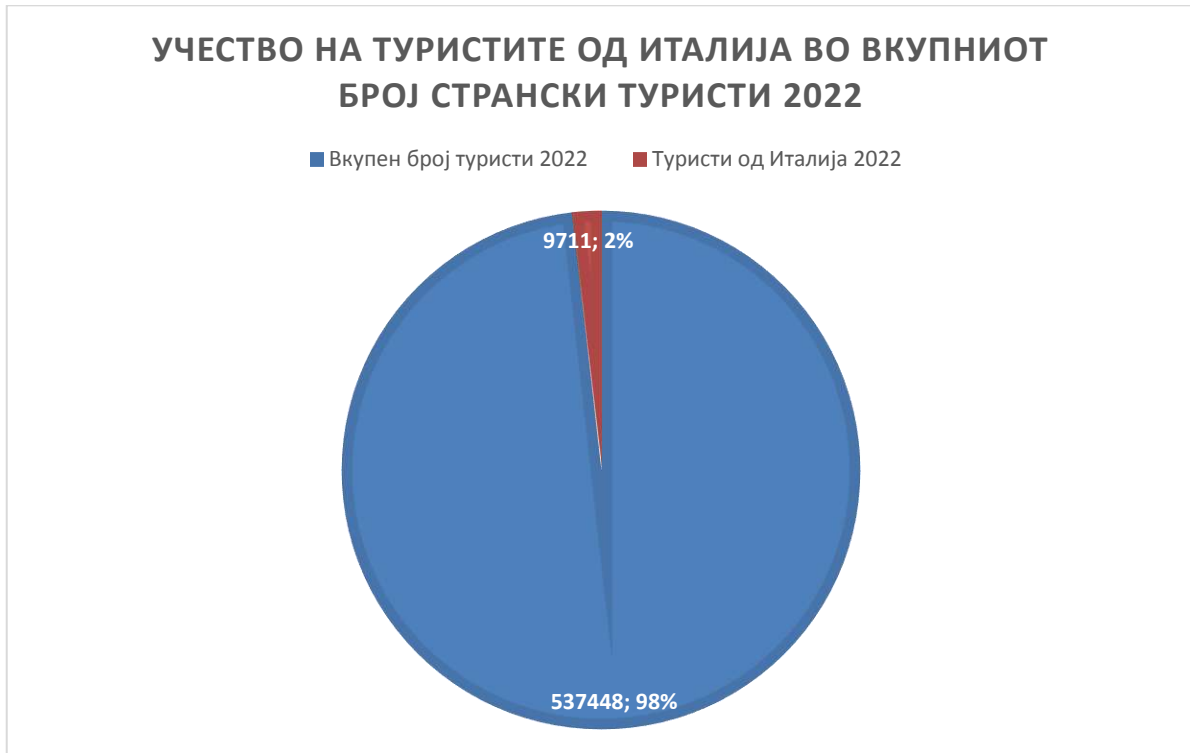
Во 2019 година, АППТ заедно со Националните туристички организации на Србија и Црна Гора, учествуваше за прв пат на овој саем, и го оцени како еден од најуспешните саемски настапи. Имајќи во предвид и големиот интерес од азиските земји за посета на Балканскиот регион, потребно е заедно со македонските туроператори да бидеме присутни на овој престижен саем.

12. BIT MILANO е еден од најзначајните саемски манифестации во Италија. АППТ во 2023 година учествуваше на овој саем преку проектот ABOVE.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Италија е во пораст, имено во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 114%.



Учеството на туристите од Италија во вкупниот број странски туристи е 2%



### 13. TRAVEL & ADVENTURE SHOW NEW YORK

На овој меѓународен саем за туризам, којшто е меѓу најпознатите саемски манифестации во САД, а согласно со барањата од туристичкиот сектор и истражувањата кои покажуваат дека има се поголем интерес од страна на Американските туристи за посета на Балканскиот регион и Република Северна Македонија, АППТ смета дека е потребно заедно со македонскиот туристички сектор да се учествува како претставници на државата.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од САД е во пораст, имено во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 128%.



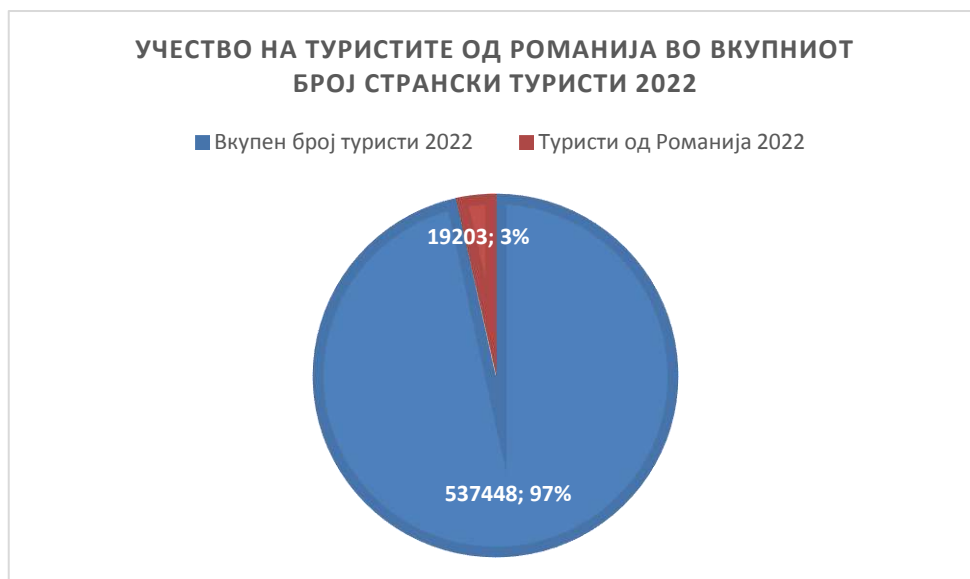
Учеството на туристите од САД во вкупниот број странски туристи е 4 %.



14. TTR BUCKHAREST, саем за туризам кој се организира во пролет и во есен, во главниот град на Романија, Букурешт, претставува најзначаен туристички настан во Романија и има голема посетеност.

Според официјалните податоци од Државниот завод за статистика во Република Северна Македонија бројот на туристи од Романија е во пораст, во 2022 година во споредба со 2021 година, забележан е раст од 63%.

Учеството на туристите од Романија во вкупниот број странски туристи е 3 %





## ТАБЕЛАРЕН ПРИКАЗ НА СТРАТЕШКИ ПЛАН 2024

ПРОГРАМА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ	
<b>Назив на Програмата:</b>	Програма за промоција и поддршка на туризмот
<b>Цел на Програмата:</b>	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 меѓу познатите светски туристички места, како туристичка дестинација која вреди да се посети. Тоа ќе се постигне преку запознавање на светската јавност со уникатноста и разноврсноста што ја псоедуваме како држава, а е отсликано преку природата, историјата, културата и ено-гастрономијата и друго.. Целта е да се постигне 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 кои што се поврзани со туризмот, намалување на сиромаштијата, зачувување на биодиверзитетот и менаџирање на природните ресурси.
<b>Програмата е:</b>	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 позиција 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.

<b>Очекувани резултати (компоненти) од Програмата :</b>	<b>Показатели за успех на Програмата:</b>
<b>Резултат 1: Зајакната промоција во поголем број на земји;</b>	<b>Показател за успешност:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– Зголемена промоција на повеќе целни пазари (учество на саеми).</li><li>– Зголемени маркетинг активности за промоција на туристичките дестинации и производи со цел постигнување на одредено ниво на препознатливост и конкурентност на македонскиот туристички производ,</li><li>– Исполнување на очекувањата на Агенцијата за туризам за посета на нашата земја од вкупно 3,5 милиони ноќевања со повеќе од</li></ul>





	530 милиони долари промет од туристичката индустрија да се влејат во македонската економија.
<b>Резултат 2: Зајакнување на односот со туристичкото стопанство</b>	<b>Показател за успешност:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>– 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).</li><li>– Вмрежување на планирањето е потребно од сите засегнати страни со цел поедноставување на сложените односи, координација во заедничките активности 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.</li></ul>
<b>Резултат 3: Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракци</b>	<b>Показател за успешност:</b> <p>Развојна, применлива и селективна реализирана програма со активности за поддршка на проекти во создавање на нови туристички атракции, зголемување на туристичката понуда, како и задоволување на туристичката перцепција кај голем број на туристи и посетители.</p>



<b>Резултат 4: Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор</b>	<b>Показател за успешност:</b> 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.
<b>Резултат 5: Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор</b>	<b>Показател за успешност:</b> Зголемена поддршка со кофинансирање на дел од средствата за разни локални и туристички манифестации од владиниот и невладиниот сектор, како и во делот на субвенционирањето на организираниот туристички промет во странство.

## 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/година)	Крај (месец/година)	човечки	финансиски МКД
Учество на меѓународни, регионални и локални туристички саеми во Мадрид, Истанбул, Белград, Берлин, Тирана, Лондон, Римини, Варшава, Измир, Загреб, Сингапур, Милано, Њујорк, Букурешт и други.	АППТ Туристичко стопанство	Туристичко стопанство	1/2024	12/2024	4	26.750.000,00



Организирање на државна кампања за туризам и визуелизација на бренд идентитет на Република Северна Македонија	АППТ		1/2024	12/2024	4	30.000.000,00
Организирање на промотивни кампањи кои ќе се водат во земји кои се примарен и секундарен пазар и тоа Србија, Хрватска, Бугарија, Албанија, Косово, Полска, Турција, Словенија, Романија, Велика Британија, Италија и Словачка но и во Република Северна Македонија и други. Промотивните кампањи ќе содржат:  – 100% онлајн – Електронска промоција, – Промовирање преку блогери и инфлуенсери – Социјални медиуми – Facebook кампања – Инстаграм кампања – Youtube кампања	АППТ		1/2024	12/2024	4	16.200.000,00
Организација на регионален туристички форум во Република Северна Македонија	АППТ	Туристичко стопанство	1/2024	10/2024	10	3.000.000,00



Продукција на 360 виртуелни тури за туристички манифестации во Република Северна Македонија, кои ќе бидат интегриран дел од интернет порталот <a href="http://www.northmacedonia-timeless.com">www.northmacedonia-timeless.com</a> , прикажувајќи ги најатрактивните дестинации и препознатливи манифестации во форма на виртуелна реалност.	АППТ		1/2024	12/2024	3	600.000,00
Хостинг, поддршка и одржување на македонскиот официјален туристички портал <a href="http://www.northmacedonia-timeless.com">www.northmacedonia-timeless.com</a> , како и хостинг поддршка и одржување на веб страната <a href="http://www.tourism.macedonia.gov.mk">www.tourism.macedonia.gov.mk</a> како и хостинг и одржување на мобилна апликација <a href="http://visitnorthmacedonia">visitnorthmacedonia</a>	АППТ		1/2024	12/2024	3	300.000,00
Надградба на национална мобилна апликација за туризам Visit North Macedonia	АППТ		1/2024	12/2024	3	1.800.000,00



Организација на информативни патувања во Република Северна Македонија за блогери, 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		1/2024	12/2024	3	2.000.000,00
Дизајн, изработка и печатење на промотивна туристичка брошура за национално претставување на ОСАКА 2025 г.	АППТ		1/2024	12/2024	3	3.000.000,00
Печатење и дистрибуција на промотивен материјал (брошури, водичи, флаери, мапи, бизнис картички и слично) за потребите на АППТ и останатите владини институции и туристички	АППТ		1/2024	12/2024	3	1.200.000,00



сектор.						
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		1/2024	12/2024	2	1.000.000,00
Создавање на национален бренд идентитет (лого и слоган)	АППТ	Туристичко стопанство	1/2024	12/2024	3	900.000,00
Дизајн, изработка и печатење на фото брошура	АППТ		1/2024	12/2024	3	600.000,00
Конкурс за откуп на фотографии	АППТ		1/2024	12/2024	3	600.000,00
Дизајн, изработка и припрема за печатење на брошура за активни форми на туристичка понуда	АППТ		1/2024	12/2024	3	600.000,00
Дизајн, изработка и припрема за печатење на брошура за македонското нематеријално културно наследство.	АППТ		1/2024	12/2024	3	600.000,00
Дизајн, изработка и припрема за печатење на брошура македонски културен мозаик	АППТ		1/2024	12/2024	3	600.000,00



Дизајн, изработка и припрема за печатење на туристичка брошура “Скопје град на солидарноста”	АППТ		1/2024	12/2024	3	600.000,00
Е-туризам платформа	АППТ		1/2024	12/2024	4	6.000.000,00
Архитект за изработка на идејно решение за визуелен изглед на штанд	АППТ		1/2024	12/2024	3	300.000,00
<b>Година на реализација:</b>			<b>Активности</b>			<b>Средства</b>
<b>2022</b>			<b>11</b>			<b>39.750.000,00</b>
<b>2023</b>			<b>14</b>			<b>52.100.000,00</b>
<b>2024</b>			<b>20</b>			<b>96.650.000,00</b>
<b>Вкупно за резултат 1:</b>			<b>45</b>			

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

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човечки	финансиски МКД
Учество на меѓународни, регионални и локални туристички саеми во Мадрид, Истанбул, Белград, Берлин, Тирана, Лондон, Римини, Варшава, Измир, Загреб,	АППТ  Туристичко стопанство	Туристичко стопанство	1/2024 4	12/2024 4	4	26.750.000,00



Сингапур, Милано, Њујорк, Букурешт и други.						
Организирање на државна кампања за туризам и визуелизација на бренд идентитет на Република Северна Македонија	АППТ	Туристичко стопанство	1/2024	12/2024	4	30.000.000,00
Создавање на национален бренд идентитет (лого и слоган)	АППТ	Туристичко стопанство	1/2024	12/2024	3	900.000,00
Организација на регионален туристички форум во Република Северна Македонија	АППТ	Туристичко стопанство	1/2024	10/2024	10	3.000.000,00
<b>Година на реализација:</b>				<b>Активности</b>		<b>Средства</b>
<b>2022</b>				<b>3</b>		<b>3.600.000,00</b>
<b>2023</b>				<b>2</b>		<b>19.150.000,00</b>
<b>2024</b>				<b>4</b>		<b>60.650.000,00</b>
<b>Вкупно за резултат 2:</b>				<b>9</b>		

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

Активности	Одговорни	Консултанти	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/ година)	Крај (месец/ година)	човечки и	финансиски МКД





Проектот „10 планински врвови“ - Кораб – Голем Кораб, Шар Планина – Титов Врв, Шар Планина – Љуботен, Стогово – Бабин Срт, Баба – Пелистер, Ниџе – Кајмакчалан, Јакупица – Солунска Глава, Осогово – Царев Врв, Плачковица – Лисец, Беласица - Тронеѓа, проект кој има за цел промоција на авантуристичкиот туризам на овие најпознати врвови во државата, и тоа со означување на истите за полесно пристигнување до нив, поставување на атракции на врвовите на овие десет планински масиви во државата; изработка на водич во планините и мобилна апликација за таа намена.	АППТ, Планински федерации	<b>МЕ, МФ, Секрет ријат за законо давств о</b>	2/2024	8/2024	2	3.000.000,00  Буџетска програма
Проект „Означување на културни добра“, селекција и означување на локалитетите Скупи, Аквадукт, Тауресиум, Бразда и Говрлево, со цел збогатување на туристичката понуда со културолошки вредности.	АППТ, Град Скопје, Културн и институц ии	<b>МЕ, МФ, законо давств о</b>	3/2024	7/2024	2	500.000  Буџетска програма
Проект „Ено-гастро концепт“, во соработка со МЗШВ и Агенцијата за рурален развој, ќе се означуваат 225 винарии во државата, винските патишта како и нивна зголемена промоција со изработка на водич и мобилна апликација. Овој проект и двегодишен проект/	АППТ МЗШВ Агенција за рурален развој	<b>МЕ МФ Законод авство</b>	01/2024	12/2024	3	6.000.000,00 Буџетска Програма Донации, Фонд за рурален развој
Отпочнување со повеќегодишен Проект “50 села, 50 приказни“, за интегриран рурален развој кој ги таргетира селата со потенцијал за агротуризам, рурален туризам, социо-економски развој, културно наследство, а со цел нивна развојна компонента, промотивна можност и намалување на миграцијата.	АППТ Мин за земјодел ие, Фонд за рурален развој, Мин за економиј а, МТВ	<b>МЕ МФ Законод авство</b>	01/2024	12/2024	2	3.000.000,00 Буџетска програма Донации Фонд за рурален развој



„Платформи за видиковци“, селектирање на 3-5 платформи со видиковци во одредени локации на Национални паркови и планински предели, заради природни атрактивности и промоција на планинскиот туризам и авантуризам.	АППТ МЖЦПП НП	<b>МЕ, МФ, законода вство</b>	4/2024	9/2024	1	600.000,00 Буџетска програма
Проектот „Заштита на постоечките и обнова на старите занаети во функција на туризмот“. Проектот предвидува иницирање на креирање на зачувување и промоција на 20 активни живи занаети, преку изработка на водич и мобилна апликација.	АППТ Комора на заетчии	<b>МЕ МФ законодавт сво</b>	03/2024	8/2024	2	300.000,00  Буџетска Програма
Изложба на слики со туристички мотиви изработени од деца со посебни потреби, со цел анимација во туристичките движења на овие лица.	АППТ Детски домови		04/2024	7/2024	2	100.000,00 Буџетска Програма

Година на реализација:	Активности	Средства
<b>2022</b>	<b>7</b>	<b>13.500.000,00</b>
<b>2023</b>	<b>7</b>	<b>15.000.000,00</b>
<b>2024</b>	<b>7</b>	<b>16.000.000,00</b>
<b>Вкупно за резултат 3:</b>	<b>21</b>	<b>44.500.000,00</b>

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

Активности	Одговорни	Консултанти	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	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	<b>МФ,</b> <b>МТВ</b>	1/2024	12/2024	1	600.000,00  Буџетска Програма
Формирање, развој, оградување и означување на Туристички развојни зони.	АППТ, МТВ,	<b>МФ,</b> <b>МТВ.</b> <b>општини</b>	1/2024	12/2024	1	3.000.000,00  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,  Секретаријат за ЕУ, донатори	<b>МФ,</b> <b>Секретарија</b> <b>тза ЕУ</b>	1/2024	12/2024	2	300.000,00  Буџетска Програма

Година на реализација:	Активности	Средства
2022	3	3.900.000,00
2023	3	4.000.000,00
2024	3	4.500.000,00
<b>Вкупно за резултат 4:</b>	<b>9</b>	<b>12.400.000,00</b>

**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 и МКД
Субвенционирање на Странскиот организиран Туристички промет	АППТ		1/2024	12/2024	6	Буџетска програма
<b>Година на реализација:</b>				<b>Активности</b>	<b>Средства</b>	
2022				1	60.000.000,00	
2023				1	60.000.000,00	
2024				1	60.000.000,00	
<b>Вкупно за резултат 5:</b>				<b>3</b>	<b>180.000.000,00</b>	

## ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ

Во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија во моментот се вработени 28 лица, од кои едно работно место е во мирување заради назначување на вработеното лице како директор на институцијата.

Во табеларниот приказ е прикажана застапеноста на вработените од аспект на образование и родова еднаквост.

Следниот табеларен приказ ја прикажува потребата од нови вработувања кои ќе влијаат врз

Работно место	Високо		Средно		Основно		Вкупно	
	Мажи	Жени	Мажи	Жени	Мажи	Жени	Мажи	Жени
	Раководни	1	0	0	0	0	0	1
Нераководни	10	16	0	1	0	0	10	17
<b>Вкупно</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11</b>	<b>17</b>

подобрувањето и

функционирањето на институцијата.

Влијанија врз човечките ресурси				
Р. бр	работно место (шифра и назив)	Во орг. единица	Финасиски средства потребни за плата за период од 12 месеци	
1	Советник за правни и административни работи	Одд. за административни – правни работи	12	538.188
2	Помлад соработник за превод и лекторирање од македонски на албански јазик и обратно	Одд. за административни – правни работи	12	457.212,00
3	Помлад соработник за превод и лекторирање од македонски на англиски јазик и обратно	Одд. за административни – правни работи	12	457.212,00
4	Помлад соработник за јавни набавки	Одд. за финасиски прашања	12	457.212,00
5	Помлад соработник за односи со јавност и меркетинг истражување	Одд. за промоција, маркетинг и меѓународна соработка	12	457.212,00
6	УПР0101В04000 Помлад соработник за административна поддршка на проекти	Одд. за проекти и поддршка на туризмот - Струга	12	457.212,00



7	УПР0101В04000 Помлад соработник за административна поддршка на проекти	Одд. за проекти и поддршка на туризмот - Струга	12	457.212,00
---	---	---	----	------------

Очекувано влијание во 2024 година			
Со комплетирање и реализација на потребните вработувања и унапредувања согласно Годишниот план за 2024 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		Пополнување на слободните работни места во одделението за финансии
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
Спроведувањена 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 2024 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 2024 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 2024 година	Предложени нови проекти за 2024 година.
3.1.4 Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор	Промоција и основање на Туристичките развојни зони и автокамповите.	Тековно 2024 година	80% зголемена промоција Основана 1 ТРЗ-ТРЕСКА .
3.1.5 Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор	Решавање на барања за финансиски поддршка и субвенционирање на странскиот организиран туристички промет.	Тековно 2022 година	95% исплатени барања за странскиот Организиран туристички промет.
Структура на органите на државната управа	Планирани промени за 2022 г.	Планирани промени за 2023 г.	Планирани промени за 2024 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.	/	/	/



Тоа што 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 е : Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот да се дефинира како тело кое ќе биде одговорно за сите туристичко-развојни активности во земјата, односно да се трансформира во Национална туристичка организација, во која што јасно ќе се одделат сите нејзини обврски кои што не се поврзани со активностите за промоција на туризмот на Секторот за туризам и угостителство при Министерството за економија, што истовремено ќе овозможи утврдување на организациската структура , бројот на вработени и финансиските извори на двете институции.





За таа цел, 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 вкупно 5 (пет) одделенија, 3 (три) самостојни одделенија надвор од сектори и 1 (една) проектна единица.

Вкупно се предвидени 49 работни места за вкупно 55 извршители.

Врз основа на моменталната состојба односно заклучно со 30 Јули 2023 година во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот пополнети се вкупно 28 работни места, кои ги извршуваат 27 (дваесет и седум) административни службеници, додека работното место на 1 (еден) извршител е во мирување, поради негово назначување за директор во Агенцијата.

Врз основа на добиените податоци во оваа анализа, утврдено е дека потребно е да се направат следниве промени со цел да се подобри работата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, а 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 споени 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 - Скопје - Север
  - 3.1.1 Отсек за поддршка на туризмот - Југ
  - 3.1.2 Отсек за поддршка на туризмот - Исток
  - 3.1.3 Одделение за поддршка на туризмот – Струга - 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 човечки ресурси
- 4.3 Одделение за јавни набавки

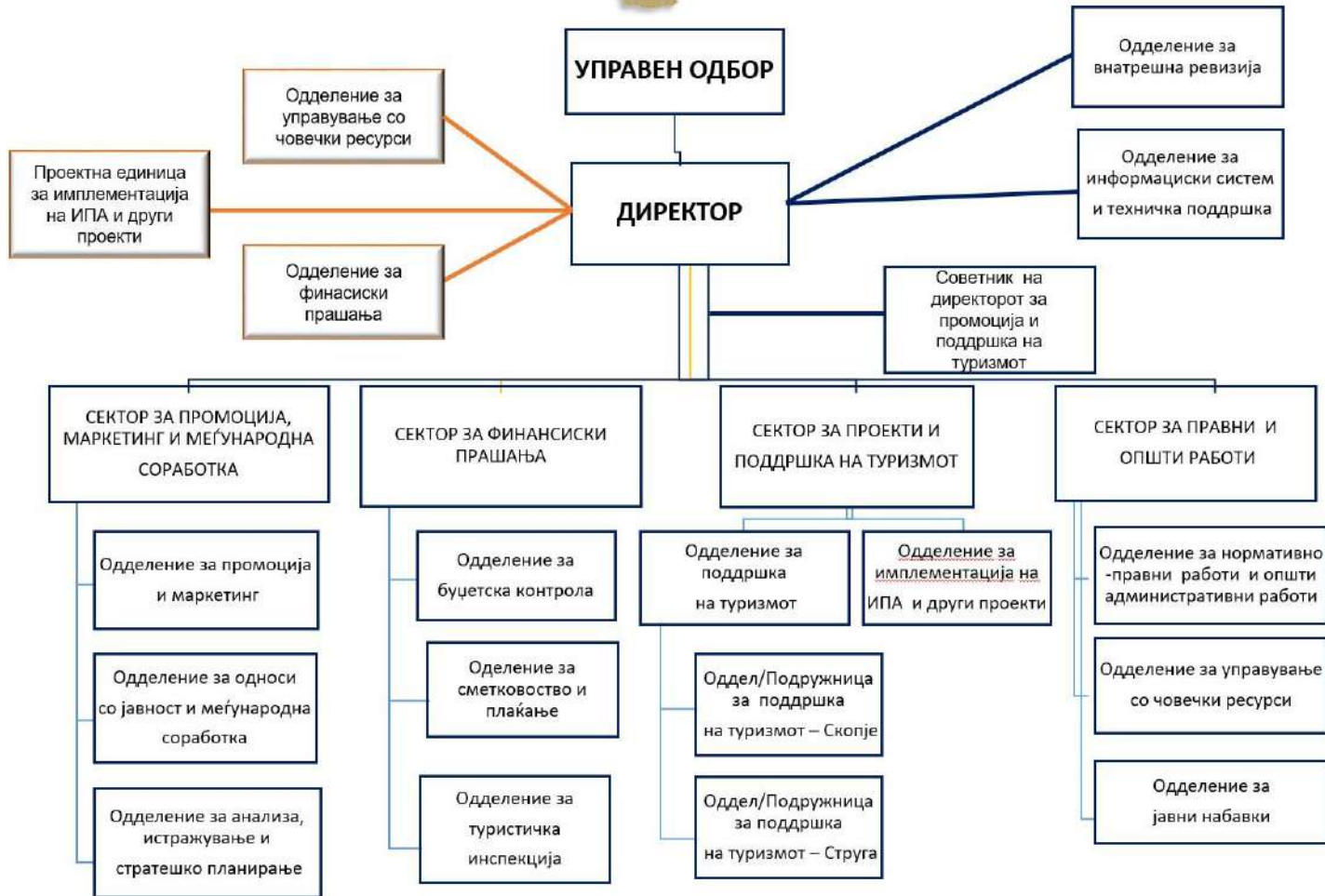


Постоечка внатрешна организација на АППТ



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. Неполнеи работни места и недостаток на стручен кадар	Голема	Големо	Навремено планирање и пополнување на потребниот број вработени

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

Ризици на ниво - Одделение за финансиски прашања

Ризици на ниво - Одделение за човечки ресурси



## ОСВРТ И ПРЕДВИДУВАЊА

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот изработува стратегиско планирање за секоја година. Нашите циклуси се на годишни и три годишни периоди и истите треба да ја следат Националната стратегијата за туризам, а последната Стратегија (2016-2021) е со истечен рок и треба да биде ревидирана за да даде резултати.

Бидејќи во туристичкиот сектор се случуваат промени од аспект на промена на начинот и стилот на живеење и перцепција на исполнување на слободното време на индивидуалците, како и постоење на различните целни групи на туристи кои имаат различни мотиви за посета, како активни номади, алтернативни и активни туристи и посети во мали групи. Потребни ни се атракции кои ќе бидат многу поинтересни, а кои ќе се создаваат за да одговорат на потребите на самите туристи. На таков начин ќе овозможиме дополнителни можности за младите, ранливите категории и за локалниот економски развој, но ќе се овозможи и доволен поттик на луѓето од локалната власт 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 2024 година, 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 во меѓународни рамки.

За да ја развиваме туристичката дестинација треба да имаме одредени вложувања во дестинацијата кои ќе се базираат на државна стратегија по која што треба да работиме и која ќе даде насока и програмирање на каде и на каков начин да се движиме. Покрај краткорочната стратегија, потребата од долгорочна стратегија како државен документ која ќе ги дефинира и впрегне сите релевантни сродни сектори како политика на делување е повеќе од потребна. Ваквата стратегија треба да ја утврди визијата и да ги проектира насоките и активностите кои треба да се превземат со цел дефинирање на следните чекори кон каде треба да се движиме и што треба да создаваме. Во време на корона кризата сите светски стратегии за одредени дестинации беа ревидирани, што како активност не очекува да се направи. Колку побрзо ќе ја направиме и истата ќе биде



одобрена од целиот туристички сектор, толку подобро ќе имаме по што да постапуваме во годините што следат.

### **Поглед наназад на изминатата година /UNWTO**

Изминатата година, и покрај економските и геополитичките тешкотии, закрепнувањето на секторот за патувања и туризам продолжи со раст од 22% на годишно ниво и достигна 7,7 трилиони долари. Ова закрепнување претставуваше 7,6% од глобалната економија во 2022 година, што е највисок придонес на секторот од 2019 година, иако нејзиниот глобален БДП сè уште е 22,9% зад својот врв во 2019 година.

Во 2021 година глобалниот сектор порасна за 24,7% на годишно ниво, а минатата година порасна за дополнителни 22% за да достигне придонес во БДП од 7,7 трилиони долари. Истражувањето покажува дека тековниот конфликт во Украина и пролонгираните ограничувања за патување наметнати од голем број земји како Кина имаа значително влијание врз глобалното закрепнување. Но, неодамнешната одлука на кинеската влада да ги отвори своите граници од јануари ќе го поттикне секторот и ќе го види закрепнувањето на нивоата пред пандемијата следната година.

Од највисокото ниво пред пандемијата од повеќе од 334 милиони, пандемијата COVID-19 го опустоши вработувањето во секторот кој забележа загуби од повеќе од 70 милиони за да го донесе вкупниот број вработени во 2020 година на само 264 милиони. По закрепнувањето на 11 милиони работни места во 2021 година, туризам како сектор отвори 21,6 милиони нови работни места во 2022 година за да достигне повеќе од 295 милиони на глобално ниво - едно од 11 работни места ширум светот. Трошоците од странските посетители се зголемија за рекордни 82% и достигнаа 1,1 трилиони долари во 2022 година, што покажува дека меѓународното патување е цврсто вратено на вистинскиот пат.

Џулија Симпсон, претседател и извршен директор на WTTC, рече: „Секторот за патувања и туризам продолжува да закрепнува со темпо, покажувајќи ја издржливоста на секторот и трајната желба за патување.



„До крајот на годината, придонесот на секторот ќе биде на растојание од врвот во 2019 година. Очекуваме 2024 година да ја надмине 2019 година. Закрепнувањето ќе се забрза оваа година бидејќи кинеските патници повторно ќе влезат на пазарот и во следните 10 години, Патувањето и туризмот ќе продолжи да расте како сектор“.

### **Како изгледа следната деценија?**

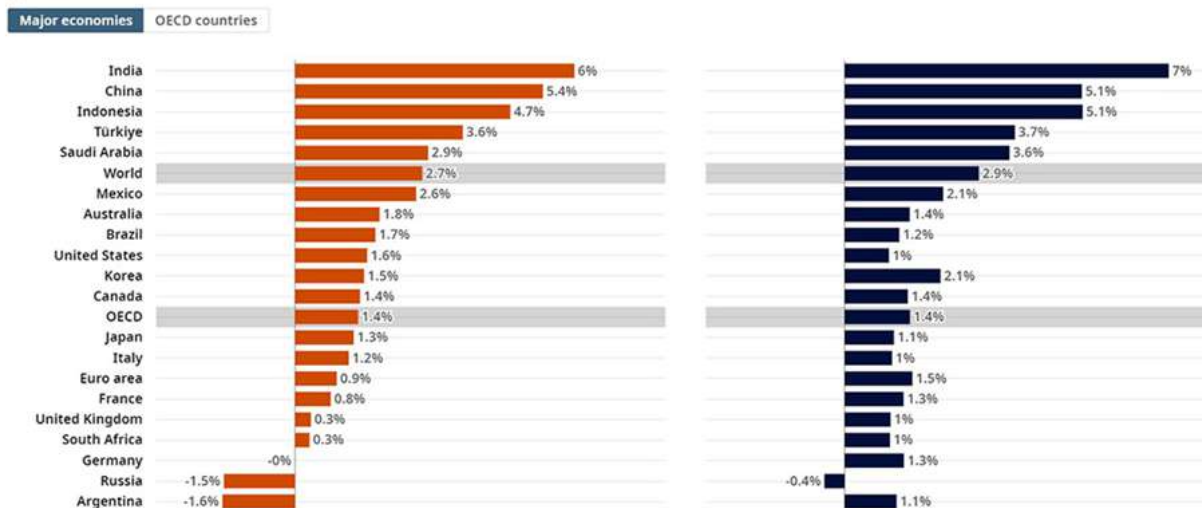
Глобалното туристичко тело прогнозира дека секторот ќе го зголеми својот придонес во БДП до 15,5 трилиони долари до 2033 година, што претставува 11,6% од глобалната економија и ќе вработи 430 милиони луѓе ширум светот, со речиси 12% од работоспособното население вработено во секторот. Најновиот EIR (Economic Impact Report), исто така, открива дека 34 од 185 земји анализирани во EIR сега се опоравиле на нивоата пред пандемијата во однос на придонесот во БДП. WTTC прогнозира дека до крајот на 2023 година, речиси половина од 185 земји или целосно ќе се опорават на нивоата пред пандемијата или ќе бидат во рамките на 95% од целосното закрепнување.

Организацијата за економска соработка и развој (OECD) проценува дека глобалниот раст е стабилизан, но подобрувањето е крeвко. Растот на глобалниот БДП во 2023 година се предвидува да биде 2,7%, најниската годишна стапка од глобалната финансиска криза, со исклучок на периодот на пандемијата во 2020 година. Се предвидува скромно подобрување до 2,9% за 2024 година. Годишниот раст на БДП на OECD се предвидува да биде под трендот и во 2023 и во 2024 година, иако постепено ќе се зголемува до 2024 година, бидејќи инфлацијата ќе биде умерена и ќе се зајакнат реалните приходи.



## Real GDP growth projections for 2023 and 2024

% , year-on-year



Source: OECD Economic Outlook, June 2023.



Често потенциран факт е дека Северна Македонија претставува дестинација за четири сезони, односно дестинација со голем број на атракции кои се достапни низ целата година. Ваквиот тип на дестинации кои немаат море, а изобилуваат со природни и културни убавини овозможуваат практикување на различните туристички форми преку целата година, вклучително и во руралните делови на нашата земја. Токму предноста, ја гледаме во алтернативните форми на туристичка понуда, културниот етно туризам, силниот концепт на оддржлива дестинација доволно одговорна кон локалната заедница и поддршка на локалното производство. За ова да стане стварност, мора да се работи на долгорочен развоен пристап во руралните и селски средини во развојот на еко туризмот и генерално руралниот туризам кој доведува до зголемување на сместувачките капацитети, нови микро и семејни услужни бизниси, отворање на нови работни места во тие средини и намалување на миграцијата. Долгорочен процес кој ќе донесе директен раст на локалниот економски развој зацврстувајќи го туризмот помеѓу петте столбови на македонската економија опфаќајќи директно или индиректно повеќе од дваесет економски гранки. Во овој момент 5% од вкупниот број на вработувања во нашата татковина се во туристичкиот сектор со простор за реален раст во идните пет години достигнувајќи го





светскиот просек кој е многу повеќе од моменталниот процент. На полето од развојот на руралниот и еко туризмот имаме голем број на примери од регионот, а во рамките на Отворениот Балкан потребно е доволно брзо да станеме конкурентни со останатите две дестинации користејќи и применувајќи ги нивните искуства. Создавањето на исти услови во руралните како во градските средини треба да мобилизира голем број на институции и министерства, а тоа е возможно единствено ако туризмот се третира еднакво со другите сектори во државата претставуван од министерство за туризам преку кое ќе се спроведуваат и исцртуваат идните движења и цели во македонскиот туристички сектор.

Периодов ни покажа дека еко и руралниот туризам како и ено-гастро туризмот се една од основните работи за одржливост на сите туристички дестинации и туристички сектори. Генерално ние можеме да говориме за постоење на села кои се податни за туризам, 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 да биде повеќе на младите луѓе коишто и покрај комодитетот и интензитетот на градската средина и гужва, ќе одберат да престојуваат надвор од Скопје и други градови и да почнат да развиваат форми и понуди на туризам во руралните средини. Тоа што нам ни недостасува се новите практики и некои други елементи и програми за развој на еко и рурален туризам.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот согласно програмските активности за 2023 година продолжува со медиумска кампања. Туристичката промоција на земјава ќе се реализира во земјите од регионот Србија, Бугарија, Албанија, Косово, Турција, Хрватска, Словенија, Романија, 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, параглајдерство, кајакарство, искачување по карпи, нуркање, јавање на коњ, велосипедизам, планинарење и слично. 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.

**Видови на туризам кои согласно истражувањата на Светската туристичка организација (UNWTO) ќе земат примат во годините што следат.**

## **СПОРТСКИ ТУРИЗАМ**

На Второто издание на Светскиот конгрес за спортски туризам (WSTC), организиран од UNWTO, одржан во Април 2023 во Хрватска, под темата „Туризмот и спортот обединети за одржливост“, се фокусираше на клучните прашања како што се економското влијание на спортскиот туризам и неговиот придонес кон Целите за одржлив развој (SDG). Спортскиот туризам може да игра сè поважна улога во економската диверзификација, растот и одржливиот развој на дестинациите ширум светот. Тој игра клучна улога во зајакнувањето на економскиот раст и социјалниот развој на многу дестинации. Отвора работни места и поддржува бизниси во градовите и руралните заедници. Покрај проценката на влијанијата на спортскиот туризам, Конгресот, исто така, ги истражи потенцијалните придобивки од овој сектор, вклучувајќи ги неговите врски со здравјето и благосостојбата, како и неговата важност за промовирање на дестинации на поголема и поразновидна публика.



## ПЛАНИНСКИ ТУРИЗАМ

Во Април 2023 е објавена студија, заеднички развиена од Организацијата за храна и земјоделство на Обединетите нации (ФАО), Секретаријатот за планинско партнерство и Светската туристичка организација (UNWTO), а се однесува на потребата од релевантни податоци и обезбедува информации за подобрување на нашето разбирање за планинскиот туризам. Студијата, исто така, ги идентификува трендовите и дава збир на препораки за унапредување на мерењето на планинскиот туризам, вклучително и подобрување на официјалната туристичка статистика преку употреба на големи податоци и нови технологии.

Планинскиот туризам претставува помеѓу 9% и 16% од меѓународните туристички пристигнувања ширум светот, што се преведува на 195 до 375 милиони туристи само за 2019 година. Планините се дом на околу 1,1 милијарда луѓе, некои од нив меѓу најсиромашните и најизолираните во светот. Во исто време, планините долго време привлекуваат туристи заинтересирани за природата и дестинации на отворено и активности на отворено, како што се пешачење, качување и зимски спортови. Тие исто така привлекуваат посетители со нивниот богат биодиверзитет и енергичните локални култури. Со одржливо управување, планинскиот туризам има потенцијал да ги зголеми приходите на локалните заедници и да помогне во зачувувањето на нивните природни ресурси и култура.

Преку извештајот, ФАО, UNWTO се истакнува важноста на колективните напори, вклучувајќи ги јавниот и приватниот сектор како засегнати страни, за да се подобри собирањето на податоци, стандардизацијата и испораката, за да се добие посеопфатна проценка на планинскиот туризам во однос на обемот и влијанијата, со цел истиот подобро да се разбере и развие усогласен со Целите за одржлив развој. Извештајот, исто така, повикува на заедничка работа за да помогне во подигнувањето на свеста за социо-економското значење на туризмот во планините и насочените политики за создавање работни места, поддршка на малите и средни бизниси и привлекување зелени инвестиции во инфраструктурата и дигитализацијата на туристичките услуги.



## **УРБАН ТУРИЗАМ**

Според UNWTO, урбаниот туризам е „вид на туристичка активност што се одвива во урбан простор со неговите вродени атрибути кои се карактеризираат со економија која не се базира на земјоделството, како што се администрацијата, производството, трговијата и услугите и со тоа градските дестинации нудат широк и хетероген опсег на културни, архитектонски, технолошки, социјални и природни искуства и производи за одмор и бизнис“.

Според Обединетите нации, во 2015 година, 54% од светското население живеело во урбани средини, а до 2030 година овој удел се очекува да достигне 60%. Заедно со другите клучни столбови, туризмот претставува централна компонента во економијата, општествениот живот и географијата на многу градови во светот и затоа е клучен елемент во политиките за урбан развој. Исполнувањето на потенцијалот на туризмот како алатка за оддржлив и инклузивен раст за градовит, бара пристап од повеќе засегнати страни и повеќе нивоа, заснован на тесна соработка меѓу туристичките и нетуристичките администрации на различни нивоа од управување, приватниот сектор, локалните заедници и самите туристи. Исто така, одржливиот развој и управувањето со туризмот во градовите треба да се интегрираат во пошироката урбана агенда.

## **РУРАЛЕН ТУРИЗАМ**

Руралниот туризам има висок потенцијал да го стимулира локалниот економски раст и социјални промени поради неговата комплементарност со другите економски активности, неговиот придонес во БДП и отворањето нови работни места. UNWTO го разбира руралниот туризам како „вид на туристичка активност во која искуството на посетителот е поврзано со широк спектар на производи генерално поврзани со активности засновани на природата, земјоделство, рурален начин на живот/култура, риболов и разгледување знаменитости.

Активностите за рурален туризам се одвиваат во неурбани (рурални) области со следните карактеристики:



а) ниска густина на население,

б) пејзаж и користење на земјиштето во кое доминираат земјоделството и шумарството и

в) традиционалната социјална структура и начин на живот“.

### **НАЈДОБРИ ТУРИСТИЧКИ СЕЛА НА UNWTO**

Со визија да го направи туризмот позитивна сила за трансформација, рурален развој и благосостојба на заедницата, UNWTO ја започна иницијативата „Најдобри туристички села од UNWTO“. Истата се стреми да ја унапреди улогата на туризмот во вреднувањето и заштитата на руралните села заедно со нивните придружни пејзажи, системи на знаење, биолошка и културна разновидност, локални вредности и активности (земјоделство, шумарство, сточарство и/или рибарство), вклучувајќи ја и нивната гастрономија.

### **ГАСТРОНОМИЈА И ВИНСКИ ТУРИЗАМ**

Како што глобалниот туризам е во пораст и конкуренцијата меѓу дестинациите се зголемува, уникатното локално и регионално нематеријално културно наследство станува се попребирлив фактор за привлекување туристи. За многу дестинации, производството на храна и вино претставуваат составен дел од нивната историја и идентитет и станаа клучен елемент во имиџот на брендот на нацијата.

Гастрономијата и винскиот туризам претставуваат можност за ревитализација и диверзификација на туризмот, промовирање на локалниот економски развој, вклучување на многу различни професионални сектори и внесување нови намени во примарниот сектор. Оттука, гастрономијата и винскиот туризам придонесуваат за промовирање и брендирање на дестинации, одржување и зачувување на локалните традиции и различности, како и искористување и наградување на автентичноста.

Комитетот за туризам и конкурентност (СТС) на UNWTO го дефинира гастрономскиот туризам како вид на туристичка активност која се карактеризира со искуство на посетителот поврзано со храна и сродни производи и активности додека патува. Заедно со автентични, традиционални и/или иновативни кулинарски искуства, гастрономскиот



туризам може да вклучи и други поврзани активности како што се посета на локални производители, учество на фестивали на храна и посетување часови за готвење.

Светската туристичка организација (UNWTO) и нејзината придружна членка, Баскискиот кулинарски центар (BCC), објавија дека 8-от Светски форум на UNWTO за гастрономски туризам ќе се одржи во октомври 2023 година во Доностија-Сан Себастијан, Шпанија. Светскиот форум на UNWTO за гастрономски туризам е создаден со цел да се промовира размената на искуства помеѓу експерти во туризмот и гастрономијата, да се идентификуваат добрите практики и да се промовира гастрономскиот туризам како фактор на развој на дестинации. Додека ено-туризмот (винскиот туризам) како подвид на гастрономскиот туризам, се однесува на туризам чија цел е посета на лозја, винарии, дегустација, конзумирање и/или купување вино, често на или во близина на изворот.

Седмото издание на Глобалната конференција на Светската туристичка организација (UNWTO) за вински туризам ќе се одржи во Ла Риоха во ноември 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. Генералниот секретар на UNWTO Зураб Поликашвили го истакнува потенцијалот на винскиот туризам како двигател на растот на локалните економии и како мотор за општествени промени. Според него „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“. Винскиот туризам „придонесува за економска, социјална, еколошка одржливост, додава вредност, ги десезонализира понудите на производи и ни овозможува да ја посетиме руралната средина“.

Дојдено е време кога мора да бидеме свесни за тоа „Каков туристички сектор ќе изградиме во таков туристички сектор ќе работиме и ќе го оставиме на генерациите после нас“. Едноставно кажано, дојдено е време за секојдневни индивидуални победи во македонскиот туристички сектор кои ќе ни овозможат да стигнеме до зацртаните цели.



Преку нашето максимално вложување да го собереме плодовите кои ќе направат да се гордееме со резултатите.“

### Користени извори

1. Конечен извештај за извршена ревизија на успешност „Ефикасност на преземените мерки и политики за намалување на ефектите од пандемијата во секторот туризам“ бр 29-51/9 од 31.05.2022, Државен завод за ревизија, Скопје, Мај 2022 година, достапно на [<https://tourismmacedonia.gov.mk/wp-content/uploads/2022/06/Izvestaj-Drzaven-Zavod-za-Revizija-2018-2021.pdf>]
2. АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА
  - „Извештај за планирани и потрошени средства по ставки за 2022 година на Агенција за промоција и поддршка на туризот на Република Северна Македонија“ бр 05-245/2 од 02.05.2023 г.,
  - Годишни програми на АППТ за 2020, 2021, 2022, 2023, достапно на [<https://tourismmacedonia.gov.mk/programa/>] ДРЖАВЕН ЗАВОД ЗА СТАТИСТИКА НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Статистички податоци-Туризам и угостителство (2021, 2022, 2023), достапно на [<https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto.aspx?id=25>]
3. НАРОДНА БАНКА НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА, [<https://www.nbrm.mk/>]
4. Национална стратегија за туризам 2016-2021, Кол & Партнер ДОО Скопје (2016), Проект “Подготовка на Национална стратегија за развој на туризмот 2016-2021“, имплементиран од страна на Министерството за економија, достапно на [[https://tourismmacedonia.gov.mk/wp-content/uploads/2019/04/Kohl-Partner\\_Tourism-Strategy-Macedonia\\_FINAL-REPORT\\_16-04\\_MK.pdf](https://tourismmacedonia.gov.mk/wp-content/uploads/2019/04/Kohl-Partner_Tourism-Strategy-Macedonia_FINAL-REPORT_16-04_MK.pdf)]
5. EUROPEAN TRAVEL COMMISSION (ETC)  
Annual Reports, достапно на [<https://etc-corporate.org/annual-reports/>]
6. EUROSTAT -EUROPEAN COMMISSION



Expenditure by LMP Intervention (2020, 2021, 2022) ,

[\[https://data.europa.eu/data/datasets?query=Expenditure%20by%20LMP%20Intervention%20%282020,%202021,%202022&locale=en\]](https://data.europa.eu/data/datasets?query=Expenditure%20by%20LMP%20Intervention%20%282020,%202021,%202022&locale=en)

7. Google analytics

8. ICEF MONITOR

UNWTO data shows that international tourism arrivals are approaching pre-pandemic

levels, 17 May 2023, достапно на [\[https://monitor.icef.com/2023/05/unwto-data-shows-that-international-tourism-arrivals-are-approaching-pre-pandemic-levels/\]](https://monitor.icef.com/2023/05/unwto-data-shows-that-international-tourism-arrivals-are-approaching-pre-pandemic-levels/)

9. Internet Stats (2020) Internet Live stats, [\[https://www.internetlivestats.com/\]](https://www.internetlivestats.com/)

10. National Bank of the Republic of North Macedonia, Tourism inflow (2021, 2022, 2023) [\[https://www.nbrm.mk/\]](https://www.nbrm.mk/).

11. OECD BETTER POLICIES FOR BETTER LIVES

OECD Economic Outlook, June 2023, достапно на [\[https://www.oecd-ilibrary.org/sites/ce188438-en/index.html?itemId=/content/publication/ce188438-en\]](https://www.oecd-ilibrary.org/sites/ce188438-en/index.html?itemId=/content/publication/ce188438-en)

12. UNITED NATION WORLD TOURISM ORGANISATION, [\[www.e-unwto.org\]](http://www.e-unwto.org),

UNWTO unites south east Europe Tourism Ministers around shared sustainability goals, 05 April 2023, достапно на [\[https://www.unwto.org/news/unwto-unites-south-east-europe-tourism-ministers-around-shared-sustainability-goals\]](https://www.unwto.org/news/unwto-unites-south-east-europe-tourism-ministers-around-shared-sustainability-goals),

2<sup>nd</sup> World Sports Tourism Congress: Tourism and Sports united for sustainability, 27 April 2023, достапно на [\[https://www.unwto.org/news/2nd-world-sports-tourism-congress-tourism-and-sports-united-for-sustainability\]](https://www.unwto.org/news/2nd-world-sports-tourism-congress-tourism-and-sports-united-for-sustainability),

Tourism's potential for mountain ecosystems and communities outlined in new report, 26 April 2023., достапно на [\[https://www.unwto.org/news/tourism-s-potential-for-mountain-ecosystems-and-cmmunities-outlined-in-new-report\]](https://www.unwto.org/news/tourism-s-potential-for-mountain-ecosystems-and-cmmunities-outlined-in-new-report)

UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, May 2023, достапно на [\[https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2023.21.1.2\]](https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2023.21.1.2)

UNWTO World Tourism Barometer, Volume 21, Issue 2, May 2023, EXCERPT, достапно на [\[https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-](https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-)





[05/UNWTO Barom23 02 May EXCERPT final.pdf?VersionId=gGmuSXlwfM1yoemsRrBI9ZJf.Vmc9gYD\]](#)

UNWTO: Tourism on track for full recovery as new data shows strong start to 2023, 09 May 2023, достапно на [\[https://www.hospitalitynet.org/news/4116302.html\]](https://www.hospitalitynet.org/news/4116302.html)

UNWTO Commission for Europe meets in Sofia, 02 Jun 2023, достапно на [\[https://www.unwto.org/news/unwto-commission-for-europe-meets-in-sofia\]](https://www.unwto.org/news/unwto-commission-for-europe-meets-in-sofia),

TOURISM DATA AND MATCHING PRIORITIES-NORTH MACEDONIA, достапно на [\[https://www.unwto.org/europe/north-macedonia\]](https://www.unwto.org/europe/north-macedonia)

### 13. WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL, Economic Impact Research

[\[https://wtcc.org/research/economic-impact\]](https://wtcc.org/research/economic-impact)

-Global Travel & Tourism Catapults into 2023 Says WTTC, 26 April 2023, достапно на <https://wtcc.org/news-article/global-travel-and-tourism-catapults-into-2023-says-wtcc>

-World Economic Impact Report 2023, 29 May 2023, достапно на [\[https://researchhub.wtcc.org/product/world-economic-impact-report-2023?utm\\_id=20289622737&gclid=EAlaIqobChMItKaK2oqEgQMVSUhBAh3oxQrIEAAYA SAAEgLYEvD BwE\]](https://researchhub.wtcc.org/product/world-economic-impact-report-2023?utm_id=20289622737&gclid=EAlaIqobChMItKaK2oqEgQMVSUhBAh3oxQrIEAAYA SAAEgLYEvD BwE)

### 14. WORLD ECONOMIC FORUM

Travel and Tourism Competitiveness Index (2020), <https://www.weforum.org/>