

**АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ НА РЕПУБЛИКА
СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**



**ИЗВЕШТАЈ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА ПРОГРАМА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА
ТУРИЗМОТ ЗА 2018 ГОДИНА**

СОДРЖИНА

ВОВЕД.....	2
I ПРОМОЦИЈА.....	4
1.1.Учество на туристички саеми.....	6
1.2.Инфо тури и презентации.....	10
1.3.Медиумска кампања.....	12
1.4.Социјални медиуми, веб страни , електронска промоција и статистички податоци.....	37
II ПОДДРШКА.....	41
2.1Проект „Планински пешачки патеки.....	42
2.2 Проект „Патеки за планинско трчање.....	43
2.3 Проект „Развој на спортското качување и негово ставање во функција на туризмот“.....	45
2.4.Проект „Развој на алпинизам и негово ставање во функција на туризмот“.....	46
2.5 Платформа „Независен патувач“.....	48
2.6. Уредување на полетиште за параглајдинг во Крушево.....	49
2.7. Формирање на авто кампови и нивна промоција.....	52
2.8. Формирање, развој, оградување и означување на туристички развојни зони.....	53
2.9. Остварување на меѓународна соработка со разните меѓународни организации за туризам, зачленување во истите, како и вклучување во заеднички проекти за промоција и развој на туризам.....	54
2.10. Јакнење и развој на туристичката понуда на Република Македонија.....	54
2.11. Финансиска поддршка на манифестаци.....	54
2.12. Субвencionирање на странски организиран туристички промет.....	55
III- РАСХОДИ ПО СТАВКИ ЗА 2018 ГОДИНА	58

ВОВЕД

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е институција основана од Владата на Република Северна Македонија. Основна функција на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е промоција на туристичките ресурси на Република Северна Македонија на странски пазари, како и управување и поддршка на проекти чија цел е развој на туризмот во целина. АППТРМ е основана во 2008 година според Закон за основање на Агенција за промоција и поддршка на туризмот во Република Македонија („Службен весник на Република Македонија“ бр. 103/2008, 156/10, 59/12, 187/13 ,41/2014 и 83/18).

Туризмот е моќен стопански сегмент за развој на економијата, 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. Брзиот раст на туризмот на глобално ниво охрабри голем број држави при преземањето на директни чекори кон развој на туризмот и негов посериозен третман. Согласно оваа динамика на раст и развој како и значењето на туристичката индустрија, визијата и мисијата Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е во насока на одговорно и одржливо развивање на туризмот во Република Северна Македонија, со цел поголем придонес во економскиот развој, намалување на сиромаштијата, зачувување на биодиверзитетот и менаџирање на природните ресурси. За успех во сферата на туризмот е неопходно правилно планирање и менаџирање кое се постигнува со посветена и одговорна работа, но и со отворена и конструктивна меѓусекторска соработка на институциите. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, како маркетинг и пазарно ориентирана институција, преку промотивни активности и креирање на туристички производи во соработка со стопанството, придонесува кон поголема кокурентност и препознатливост на Република Северна Македонија како туристичка дестинација.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот водејќи се од својата заложба за континуиран развој, унапредување и афирмација на туризмот, а имајќи ги предвид

предностите и економската корист од развојот на оваа стопанска гранка, инвестира и работи на реализација на програмските активности, со цел подобра и поефикасна туристичка понуда. Работењето на Агенцијата се заснова врз принципите на: стручност, професионалност, транспарентност, одржливост и одговорност и во тој контекст се цели кон одговорно и професионално работење, особено на можностите за зголемување на бројот на туристи. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е свесна за значењето на маркетингот и брендирањето на државата, како и соодветното позиционирање на Македонија во морето од држави и туристички дестинации преку запознавање на светската јавност природата, историјата, културата и гастрономијата.

Индириктните резултати од досегашното работење на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот се видливи преку постигнување на одредено ниво на препознатливост и конкурентност на македонскиот туристички производ, додека директните резултати покажуваат пораст од 150% во бројот на странски туристи и просечен пораст на годишно ниво од 15% на девизниот прилив од ставка туризам.

Во Програмата за промоција и поддршка на туризмот за 2018 година, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во 2018 година во своите сектори ги реализираше следните активности:

I ПРОМОЦИЈА

Резултатите од досегашното работење се видливи, македонскиот туристички производ станува поконкурентен на светскиот пазар и се зголемува туристичкиот промет во државава. Но, со успесите што ги постигнува Агенцијата се обврзува истовремено таа да работи уште поангажирано. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија водејќи се од својата заложба за континуиран развој, унапредување и афирмација на туризмот, а имајќи ги предвид предностите и економската корист од развојот на оваа стопанска гранка, инвестира и работи на реализација на програмски активности, со цел да се овозможи подобра и поефикасна туристичка понуда. Работењето на Агенцијата се заснова врз принципите на: стручност, професионалност, транспарентност, одржливост и одговорност. Во тој контекст, тимот на АППТ одговорно и професионално работи особено на можностите за зголемување на бројот на туристи, како и врз позиционирањето на Северна Македонија како успешен бренд и запознавање на светската јавност со нејзините природни и историски, единствени, разновидни и атрактивни туристички карактеристики.

Позитивен тренд продолжува и во 2018та година, има покачување од 12% во бројот на туристи во споредба со 2017та година. Процентот на пораст е ист и кога станува збор за ноќевањата, односно има пораст од 15%.

Порастот во бројот на туристи и ноќевања се одразува и во пораст на девизниот прилив по ставка туризам. Народна Банка на РСМ за 2018та година регистрира пораст од 16,7% споредбено со 2017та година.

Очекувањата на Агенцијата за туризам за 2019та година се посета на нашата земја од 1,3 милиони туристи кои ќе остварат близу 4 милиони ноќевања.

Овие позитивни статистики се резултат на континуираната работа на Агенцијата за туризам, а се однесуваат на зголемената промоција и поддршката која ја дава институцијата за реализација на проекти значајни за развој на нови туристички содржини.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на РСМ реализираше 13 интернационални саемски манифестации. На саемите во Утрехт, Брисел, Берлин, Тел Авив, Загреб, Белград, Софија, Истанбул, Хелсинки, Римини, Варшава, Измир и Тирана беа остварени бројни состаноци со тур –оператори и медиуми. Целта на ваквото претставување е да се поддржи приватниот сектор преку остварување на иницијален контакт од наша страна со тур-операторите, кои потоа ги носиме во Македонија на неколкудневна посета при која организираме Б2Б средби.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот има реализирано 13 инфо тури, или информативни патувања со тур оператори од голем број држави од светот. Агенцијата за туризам е активна и на социјалните медиуми. Социјалните медиуми (Фејсбук, Твитер и Инстаграм, како и You Tube) се моќна алатка за презентација на македонските туристички капацитети и промоција на институцијата и нејзината работа. За тоа говорат и бројките на Фејсбук фан страните на Агенцијата за туризам и Macedonia-timeless. Активно се работи на промена на содржината и подобрување на веб страните www.macedonia-timeless.com и www.tourismmacedonia.gov.mk .

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на РС Македонија за 2018 година и согласно одлуката на Управен одбор на АППТ, Агенцијата за туризам ја реализираше медиумската кампања во 13 земји: Словенија, Србија, Бугарија, Албанија, Косово, Хрватска, Полска, Романија, Шведска, Естонија, Израел и Турција. Посакуваните резултати од медиумските активности се задржување и зголемување на бројот на туристи од овие туристички пазар. По спроведените анализи и истражувања на пазарот, медиумските активности и промовирање на туристичките потенцијали на Македонија се реализираат преку следниве промотивни каналии: принтани медиуми, електронски медиуми, билборд кампања, телевизиски прилози, репортажи, видеа и гостувања на ТВ.

1. УЧЕСТВО НА ТУРИСТИЧКИ САЕМИ

1	Vakantiebeurs	Холандија	Утрехт	09-14 јан 2018 год
2	МАТКА	Финска	Хелсинки	18-21 јан 2018 год
3	EMITT	Турција	Истанбул	25-28 јан 2018 год
4	Brussels Holiday fair	Белгија	Брисел	01-04 фев 2018 год
5	IMTM	Израел	Тел Авив	06-07 фев 2018 год
6	HOLIDAY&SPA EXPO	Бугарија	Софија	14-16 фев 2018 год
7	IFT	Србија	Белград	22-25 фев 2018 год
8	ITB	Германија	Берлин	07-11 март 2018 год
9	PLACE2GO	Хрватска	Загреб	16-18 март 2018 год
10	Mediterranean Tourism Fair	Албанија	Тирана	06-07 април 2018 год
11	TTG Rimini	Италија	Римини	10-12 октомври 2018 год
12	TT Warsaw	Полска	Варшава	22-24 ноември 2018 год
13	Travel Turkey Izmir	Турција	Измир	06-08 декември 2018 год

Табела 1: Реализирано учество на саемски манифестации во 2018 година

1.1 Интернационалниот Саем за туризам Vakantiebeurs, во Утрехт, Холандија беше посетен од над 117.000 посетители и над 1200 изложувачи од целиот свет од 65 земји. Vakantiebeurs претставува водечки саем за туризам во Холандија преку кој постои можност за вмрежување помеѓу македонскиот и холандскиот приватен сектор. Националниот штанд беше на простор од 40м². Немаше учество на коегзибитори на националниот штанд. Во 2017 имаше 1 (еден) коегзибитор, односно намалување од 100%.

1.2 Саемот за туризам “Матка” во Хелсинки, Финска оваа година беше посетен од 70.000 посетители и имаше 1.000 излагачи од 84 држави во светот што во суштина укажува на можноста да допрете како до потенцијалните туристи и партнери од Финска така и до партнери од други држави. Националниот штанд беше на простор од 35м². Немаше учество на коегзибитори на националниот штанд. Во 2017 не се учествуваше на горенаведениот саем.

1.3 Саемот за туризам во Истанбул, Турција “East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition- ЕМИТТ” е еден од водечките туристички настани во Турција, кој го соединува туристичкиот сектор на национално и меѓународно ниво секоја година. На последното издание на “East Mediterranean International Tourism & Travel Exhibition- ЕМИТТ” со свој простор беа присутни 1,065 изложувачи од 85 земји, повеќе од 54,364 посетители и 600 купувачи, и што е најважно 7,000 претходно организирани бизнис состаноци. Националниот штанд беше на простор од 72м2. Имеше 8 (осум) коегзибитори на штандот. Во 2017 имаше 5 (пет) коегзибитори, односно зголемување од 60%.

1.4 Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија од 01-04.02.2018 година ја претстави туристичката понуда на Македонија на 60-тиот по ред интернационален саем за туризам во Брисел, Белгија (Brussels Holiday Fair). За време на саемот за туризам во Брисел, АППТ учествуваше на бројни вмрежувања и настани организирани од самиот саем, но и од потенцијалните партнери, што претставуваше дополнителна можност за презентација на земјава и остварување на нови контакти. Националниот штанд беше на простор од 20м2. Немаше учество на коегзибитори на националниот штанд. Во 2017 имаше 1 (еден) коегзибитор, односно намалување од 100%.

1.5 ИМТМ е водечки саем во областа на туризмот во Израел, со голем број на учесници туроператори и медиуми од над 40 земји, како и со голем број на посетители (директори и менаџери на компании, професионалци од областа на туризмот, инвестициите и голем број претставници на медиуми). Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија преку презентации за природата, храната, виното, историјата, културата успеа да допре до голем број потенцијални туристи. За туристичката понуда на Република Македонија имаше неверојатно голем интерес од израелските посетители но и од тур операторите кои се вмрежија со претставниците од приватниот сектор. Националниот штанд беше на простор од 27,5м2. Имеше 2 (два) коегзибитори на штандот. Во 2017 немаше учество на коегзибитор, односно зголемување од 200%.

1.6 Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија со репрезентативен штанд кој ги отсликува убавините на нашата земја и оваа година учествува на интернационалниот саем за туризам "HOLIDAY&SPA EXPO" во Софија, Бугарија. Саемското претставување во Софија е од 14-ти до 16-ти февруари, а целта е да се подобри промоцијата на македонскиот туристички производ на бугарскиот пазар и да се зголеми протокот на бугарски туристи во текот на цела година. Националниот штанд беше на простор од 60м2. Имеше 6 (шест) коегзибитори на штандот. Во 2017 имаше 5 (пет) коегзибитори, односно зголемување од 20%.

1.7 Белградскиот саем за туризам е најголемиот туристички настан во земјата и Југоисточна Европа. Традиционално, 40 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. Меѓународниот карактер на овој настан го потврдија 1.200 излагачи од кои се очекува да ги претстават уникатните туристички производи и новите трендови во туризмот на околу 70.000 посетители и потенцијални патувачи. Националниот штанд беше на простор од 96м2. Имеше 9 (девет) коегзибитори на штандот. Во 2017 имаше 5 (пет) коегзибитори, односно зголемување од 80%.

1.8 "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 се до денес, "ITB Berlin" поздравува околу 10.000 изложувачи од повеќе од 180 земји и региони. Градовите, тур-операторите, 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. Националниот штанд беше на

простор од 51м2. Имеше 8 (осум) коегзибитори на штандот. Во 2017 имаше 7 (седум) коегзибитори, односно зголемување од 14,3%.

1.9 Македонија заедно со уште 190 излагачи беше дел од меѓународниот саем за туризам "Place2go", се одржа во Хрватска. Загреб од 16-ти до 18-ти март и е во фокусот на туристичките случувања, доволно атрактивни за 16 илјади посетители. Претставници на АППТ заедно со приватниот сектор ги промовираа туристичките производи од Македонија. Националниот штанд беше на простор од 12м2. Имеше 2 (два) коегзибитори на штандот. Во 2017 не учествувавме на горенаведениот саем, односно зголемување од 200%.

1.10 Mediteranean Tourism Fair има тенденција да постане еден од најважните настани на регионалниот туризам, кој има за цел да ја охрабри соработката и промоцијата на туристичките дестинации преку трговија, конференции и B2B средби. Учесниците од различни земји ќе го прикажат својот туристички потенцијал во различни категории, како што се: дестинации, сместување, агенции, поморски туризам, планински туризам, гастрономија итн. Овој саем е можност на претпријатијата да понудат специфично и уникатно искуство за посетителите во регионот. Националниот штанд беше на простор од 40м2. Имаше 4 (четири) коегзибитори на штандот. Во 2017 имаше 2 (два) коегзибитори, односно зголемување од 100%.

1.11 TTG Rimini На меѓународниот саем за туризам "TTG Travel Experience" Агенцијата за туризам и приватниот туристички сектор остварија повеќе од 100 бизнис состаноци со тур-оператори, медиуми, блогери и останати професионалци кои ги диктираат трендовите во туризмот во Италија. Од 10-ти до 12-ти октомври претставници на Агенцијата за туризам, предводена од директорот Љупчо Јаневски заедно со приватниот туристички сектор на Македонија, ги промовираа туристичките можности на нашата земја. Италијанскиот туристички пазар е предизвик за туристичките работници од Македонија и можност да се зголеми бројот на италијански туристи кои ќе придонесат за поголем успех и раст на туристичкото стопанство. Новиот концепт на македонскиот штанд го

привлече вниманието на посетителите, доловувајќи го автентичното и уникатното на нашата земја, со можност за остварување на поголем успех во туристичкиот бизнис.

TTG Римини е главен саем за туризам и туристички пазар во Италија за преговарање и вмрежување помеѓу меѓународната понуда и посредниците на туристичкиот производ. Саемот во Римини е исклучиво B2B настан. Тоа е единственото место во Италија каде излагачите можат да ги сретнат сите главни италијански туристички агенции и тур-оператори, остварат деловни контакти и развијат понатамошен успешен бизнис. На 55-тата 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 72.662 посетители. Овие факти и бројки кажуваат за големината и важноста од учество на еден од најголемите бизнис туристички настани во Европа и светот. На штандот учествуваа 4 (четири) коегзибитори. Во 2017 имаше 3 (три) коегзибитори, односно зголемување од 33,3%.

1.12 TT Warsaw саемот за туризам оваа година се организираше за 26ти пат во Палатата на култура и наука од 22 до 24 ноември во главниот град на Полска, Варшава. На овој саем учествуваа голем број држави (над 50) кои се промовираа како туристички дестинации, тур оператори од Полска и дојдовни тур оператори од други држави, туристички списанија, веб портали, винарии и др. Саемот го посетија над 20.000 учесници. На националниот штанд учествуваа 7 коегзибитори во 2018г. Во 2017 имаше 1 (еден) коегзибитори, односно зголемување од 600%.

1.13 Travel Turkey Izmir - Саемот Travel Turkey Izmir се одржа по 12ти пат и на него учествуваа повеќе од 1300 излагачи од 38 земји, 65 градови и над 50000 професионалци од над 90 земји. На официјалното обраќање имаше говор директорот Јаневски од 15 минути во кој ги промовираше убавините на Македонија, а штандот беше посетен од многу турски владини официјални лица, како и амбасадорот на Македонија во Турција, Звонко Муцунски. На штандот имаше 5 ко-егзибитори, а во 2017та година имаше 3 ко-егзибитори, односно зголемување од 66,7%.

ИНФО ТУРИ И ПРЕЗЕНТАЦИИ 2018

2. Во 2018 година се реализираа следните информативни

Туроператори-медиуми	Земја од каде доагаат	Термин на реализација Број на учесници	Бр. на учесници
ELEM-TURS	Србија	02-04 Март 2018 10	10
MOTOCICLISMO	Италија	06-10 Април 2018 2	2
JSP-TURS	Турција, Бугарија, Австрија, Србија, Романија	24-27 Април 2018 6	6
TALLINN, TV ESTONIA		30 Мај- 01 Јуни 2018 2	2
JATA	Јапонија	14-18 Мај 2018 4	6
TV TALINN	Естонија	30 Мај-01 Јуни 2018 2	1
NORDICA	Естонија	01 -04 Јуни 2018 7	10
MIA BEOGRAD, EX JU mediumi	Србија, Босна, Хрватска,	18-21 Јуни 2018 12	7
GLOBUS MEDIA GROUP/TRAVEL TV	Бугарија	13-15 Јули 2018	6
Petra Shephard- Free lancer	Англија	23-26 Септември	1
REGO-BIS	Полски	27 Септември -01 Октомври 2018	25

инфо- тура во соработка со порталот мкд.мк		05-08 Октомври 2018	6
Агенција за млади и спорт (поддршка на дел од тура)	цел свет	25-28 Октомври 2018	120



*компаративна анализа на бројот на коегзибитори на самските манифестации за 2017 и 2018 година

МЕДИУМСКА КАМПАЊА 2018

3.1 Вовед

Според програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија за 2018 година го доставуваме следниов извештај за реализација на медиумските активности за 2018 година.

Се со цел успешно промовирање на туризмот на Република Македонија на овие пазари оваа, 2018 година беа изготвени стандарди за истражување на таргетираниот пазар при изготвување на план за медиумска кампања.

3.2 Поставените стандарди за истражување се следните:

3.2.1 Статистички податоци за бројот на туристи и бројот на ноќевања од странската земја

- Кои месеци доаѓаат туристите во Македонија и изработка на временска рамка во кој период да се рекламираме
- Споредбени статистички показатели на месечно ниво според земји
- Посета на туристите според региони во Македонија
- Посета на странски туристи според градови
- Остварени ноќевања на туристи по години
- Остварени ноќевања по региони во Македонија
- Остварени ноќевања по земји на припадност
- истражувања и податоци од UNWTO и EU STAT
- Просечен престој на странски туристи во Македонија по земји на припадност
- Посетеност на страницата www.macedonia-timeless.com и аналитичките алатки за пребарување достапни од Google Analytics, број на посетеност, земја на припадност, содржини на пребарување, години на старост на пребарувачите, нови посетители, време на задржување и опсег на рударење содржини и др.

3.2.2 Авионски линии и денови на реализиран авио сообраќај

Тренд во светот се покаратки одмори но повеќе пати годишно што доведува до зголемена динамика на патувања. Зголемен број на нови отворени авио-линии на ниско буџетни компании кои овозможуваат полесно поврзување на Македонија со светот и одратно. Доколку авионската линија е петок и вторник тоа е одлична можност за развој на Македонија како викенд дестинација за одредени туристи или Скопје да прерасне во City Break дестинација. Патувањето низ Македонија е бесконечно искуство и затоа многу од нашите посетители се враќаат повеќе пати за да го посетат истото или некое друго место. Кулинарските рути низ целата земја ја поставија патеката за извонредно животно патување, каде што туристот се запознава со културата, поврзува со локалното население и добива високо персонализирани искуства. Гастрономијата е силно вградена во нашата историја и култура, која се разликува по вкус и суштина, со нашите локални свежи производи тоа е секојдневна навика која го промовира здравиот начин на живот и долговечност.

Мора да развиеме нови туристички тематски производи и во исто време да ја продолжиме нашата официјална туристичка сезона за да привлечеме повеќе посетители кои сакаат да ги истражуваат сите аспекти на земјата низ целата година. Ова стратешко планирање вклучува напори за ширење на дополнителни туристички текови во текот на целата година, а исто така им дава можност на нашите посетители да го поминат својот одмор во нашите земји низ годината.

Македонија ги поканува туристите на патување со автентични високо персонализирани искуства и ги поттикнуваме да се изложат на многуте избори што ги нудиме и со кои можеме да ги разгалиме.

Македонија е земја на природата, културата и светлината: светлина на животот, радост што произлегуваат од топлината на сонцето, нашето срдечно чувство на гостопримство и живост на македонскиот народ, кои ќе направат да се чувствувате како дома додека ги истражувате богатствата на нашите шармантни дестинации.

Исклучителниот пејзаж, богатата историја и култура се безвременски елементи кои ги одржуваме со најголема почит во однос на одржливиот туризам и кои ги подобруваме и развиваме нови туристички производи од посебен интерес.

3.2.3 Генерални податоци за странската земја

- Демографија,
- Географска поставеност,
- Религија,
- БДП,
- Интернет корисници.
- просечната потрошувачка на туристите во земјата и надвор, најчести нивни дестинации

3.2.4 Карактеристики на населението и на потенцијалните туристи од дадената странска земја

- Менталитет,
- Култура,
- Обичаи,
- Години на старост.

3.2.5 Трендови и што искуства бараат туристи од дадената странска земја?

- Вкусови и барања на патувачот (храна, сместување, што искуства бараат)
- Каде најмногу патуваат и колку трошат на патувања (Да се најдат статистички податоци од Националните заводи за статистика со цел добивање на дел од горенаведените податоци)

3.2.6 Колку финансиски средства вложила АППТ за маркетинг во дадената земја во 2013, 2014, 2015, 2016 ,2017 и 2018 година, како и ефектите од досегашното рекламирање на тие пазари.

3.2.7 Се прават истражувања на најчитани и најактуелини

- Печатени медиуми (весници, списанија, магазини),
- Интернет портали,
- Билборд компании,
- Блогерски портали кои обработуваат туристички теми и патувања.

3.2.8 Контакт и комуникација со Амбасадата на дадената земја во Македонија и обратно од кои се бара мислење за одредени медиумски канали на рекламирање во одредена земја.

Согласно претходно наведените истражувања, оваа година како таргет земји во кои што се промовира туризмот на Република Македонија со медиумска кампања се:

- Србија,
- Албанија,
- Косово,
- Бугарија,
- Полска,
- Турција,
- Хрватска,
- Израел,
- Естонија,
- Словенија,
- Шведска,
- Романија,
- Италија.

3.3 Главна цел

Промоцијата во овие земји со цел да се зголеми свесноста за туризмот во Македонија и запознавање на можностите за откривање на нови дестинации. Промоцијата е насочена на веќе познатите туристички центри во Македонија надополнети со туристички содржини од авантуристички и активен карактер кои треба да ја мотивираат помладата генерација да не посети. Капмањите се интегрирани со еден слоган „Macedonia your next destination“ и порака која е претставена на сите креативи, текстови и др. При реализација на медиумските активности се пратат новите трендови за дестинациски маркетинг и во промоцијата вклучен е соодносот од 70/30. Односно, 70% од промотивните алатки вклучуваат онлајн рекламирање, останатите 30% се насочени преку конвенционалните медиуми: ТВ, радио и печатени медиуми.

3.3.1 Туристички продукти кои што беа промовирани се следните:

- Природа, авантура и активни форми на туризам во Македонија,
- Гастрономија и вински региони,
- Верски туризам,
- City break,
- Рурален туризам,
- Содржини покрај патниот правец E75 (Стоби, Вински тури, Дојран и др) за транзитните туристи.

Медиумска кампања во Косово

Медиумската кампања во Косово за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлајн рекламирање:

1. www.gazetaexpress.com

- Leaderboard banner 728x90 px
 - Wide skyscraper banners 160x600 px
 - 4 PR Articles
- (Total 2.000.000 impressions)

2. www.telegrafi.com

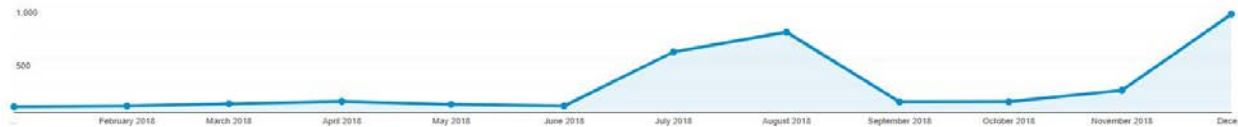
- Banner 300x250px
 - Banner 728x90px
 - Mobile Banner 300x250px
 - 3 PR Article
 - 1 news
 - 1 Sponsored Article
 - Facebook Post PR Article
- (Total 3.350.000 impressions)

Билборд Кампања:

1. **MediaMarketingu**

- Билборд 12x4 м (Регионален пат: Приштина – Аеродром “Адем Јашари”)
- Билборд 4x3 м (Регионален пат: Приштина – Скопје)
- Билборд 4x3 м (Регионален пат: Скопје - Приштина)

Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.



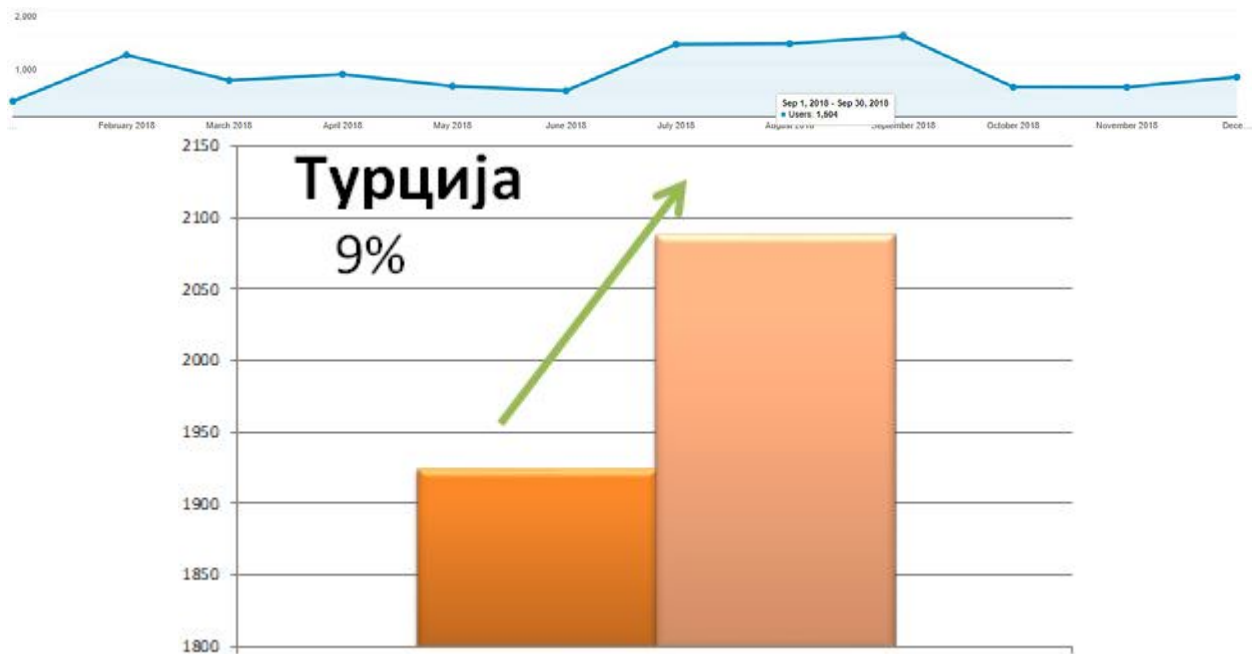
*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Косово

Медиумска кампања во Турција

Медиумската кампања во Турција за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлајн рекламирање:

1. www.gezimanya.com
 - Banner 300x600px
 - Banner 300x250px
 - 3 PR Article
 - 5 Instagram posts
 - 5 Instagram stories
 - 5 Facebook posts



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Турција

Медиумска кампања во Естонија

Медиумската кампања во Естонија за 2018та година се реализираше преку следните медиуми на интернет:

1. Рекламирање во www.eestimedia.ee

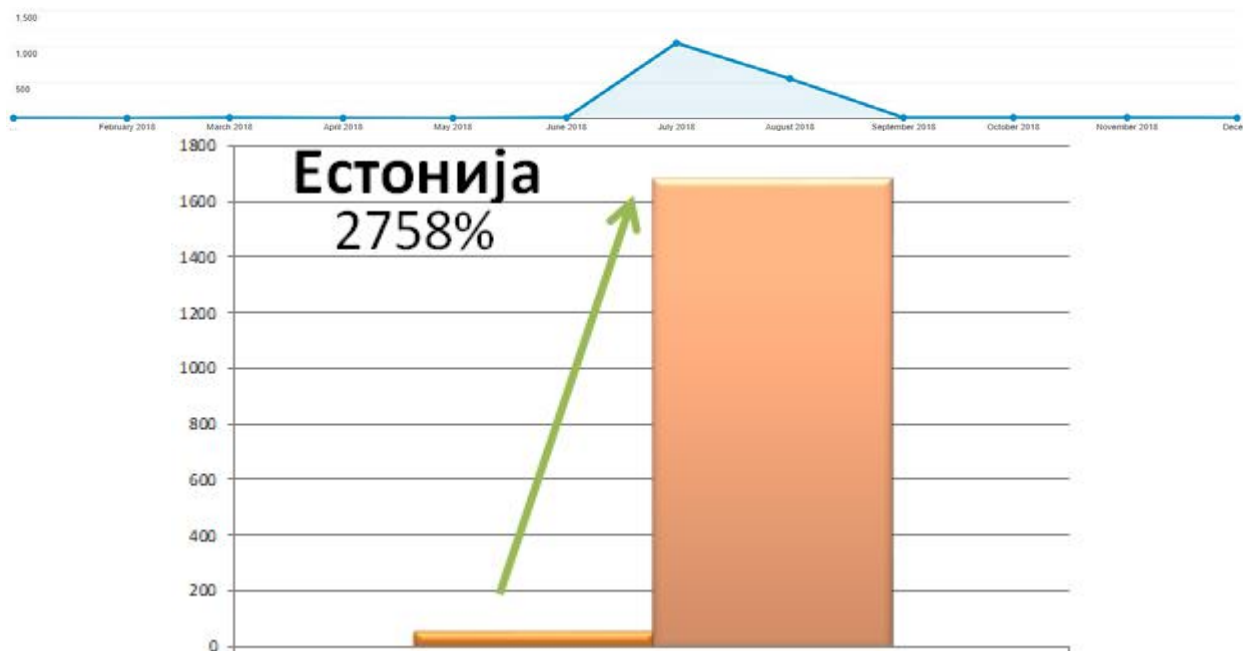
- 2 премиум ПР артикли
- 1 банер со 5 импресии по посетител

(понудата е и за руската верзија на сајтот)

2. Рекламирање во www.expressmedia.ee

- 1 контент банер на сајтот Делфи 995x330
- 1 мобилен банер 600x500
- 1 ПР артикл

- 1 контент банер на експрес медиа 995x300



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Естонија

Медиумска кампања во Албанија

Онлајн рекламирање:

2. www.gazetaexpress.com
 - Leaderboard banner 728x90 px
 - Wide skyscraper banners 160x600 px
 - 4 PR Articles(Total 2.000.000 impressions)

3. www.telegrafi.com
 - Banner 300x250px
 - Banner 728x90px

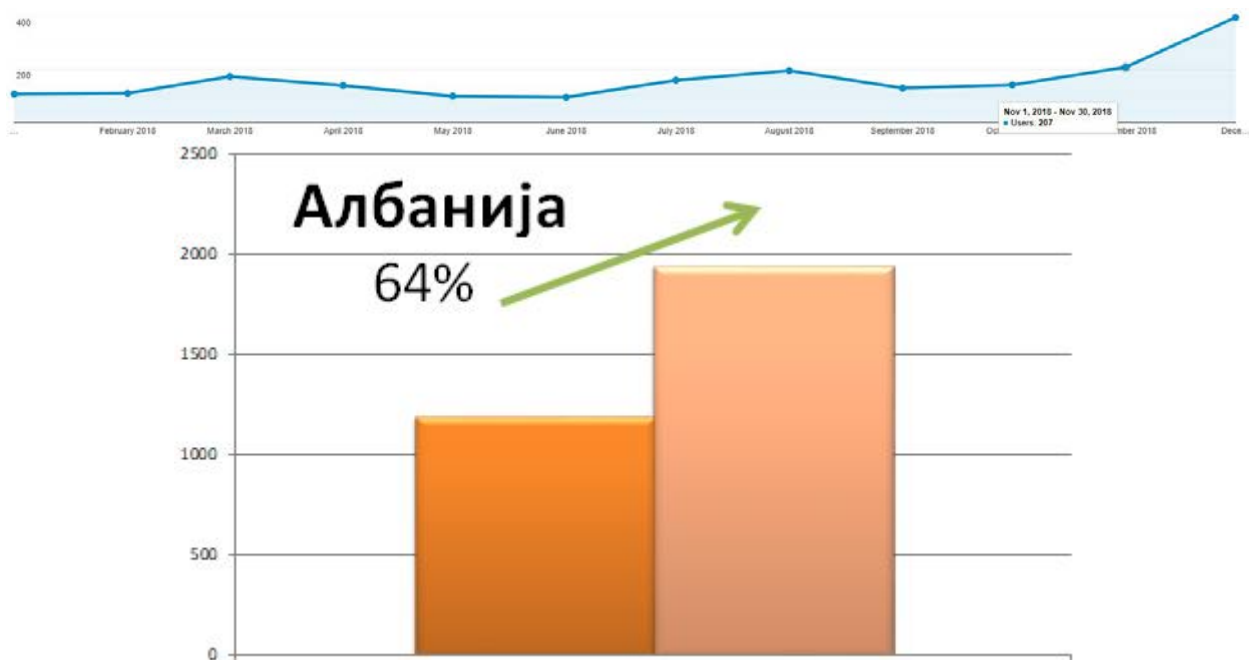
- Mobile Banner 300x250px
 - 3 PR Article
 - 1 news
 - 1 Sponsored Article
 - Facebook Post PR Article
- (Total 3.350.000 impressions)

Билборд Кампања:

1. Albartex

- 9 Citylights Билборди во Тирана

Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Албанија

Медиумска кампања Шведска

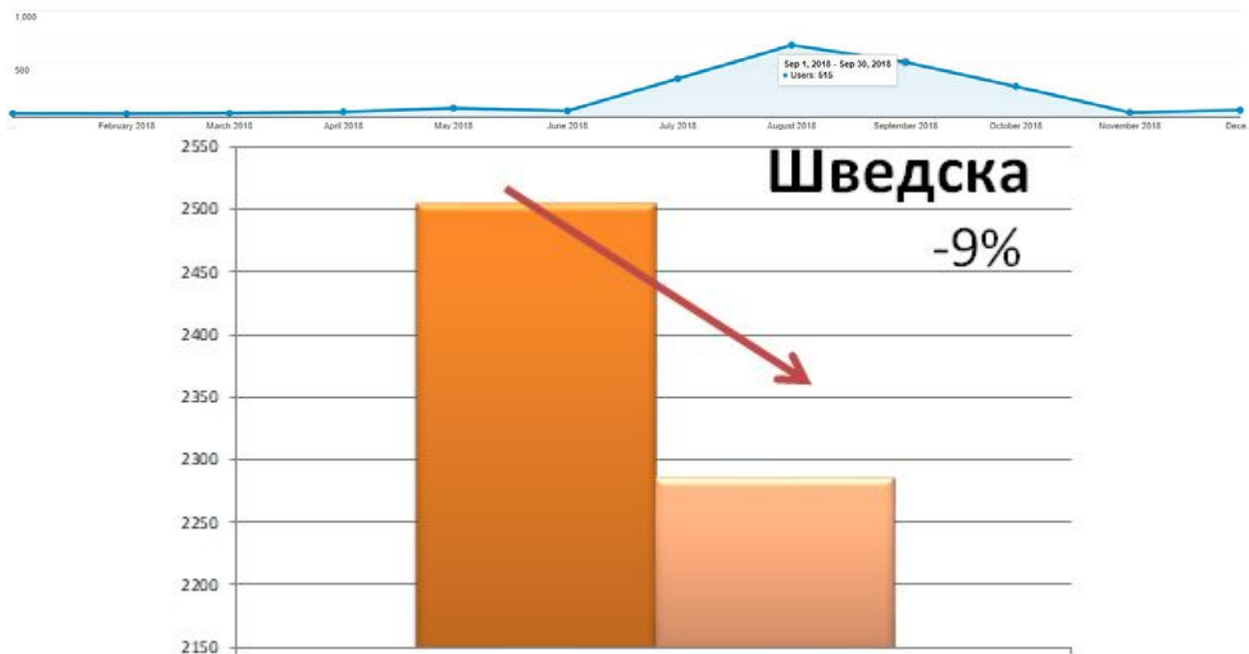
Медиумската кампања во Шведска за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлине рекламирање во www.reseguiden.se преку следните активности:

- Банер desktop: 980x120, 980x240, 250x800, Sticky250x480 Mobile: 320x320 вкупно 1.300.000 импресии

- 1 ПР артикл

- 1 пост на социјалните медиуми ФБ и Инстаграм



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Шведска

Медиумска кампања Романија

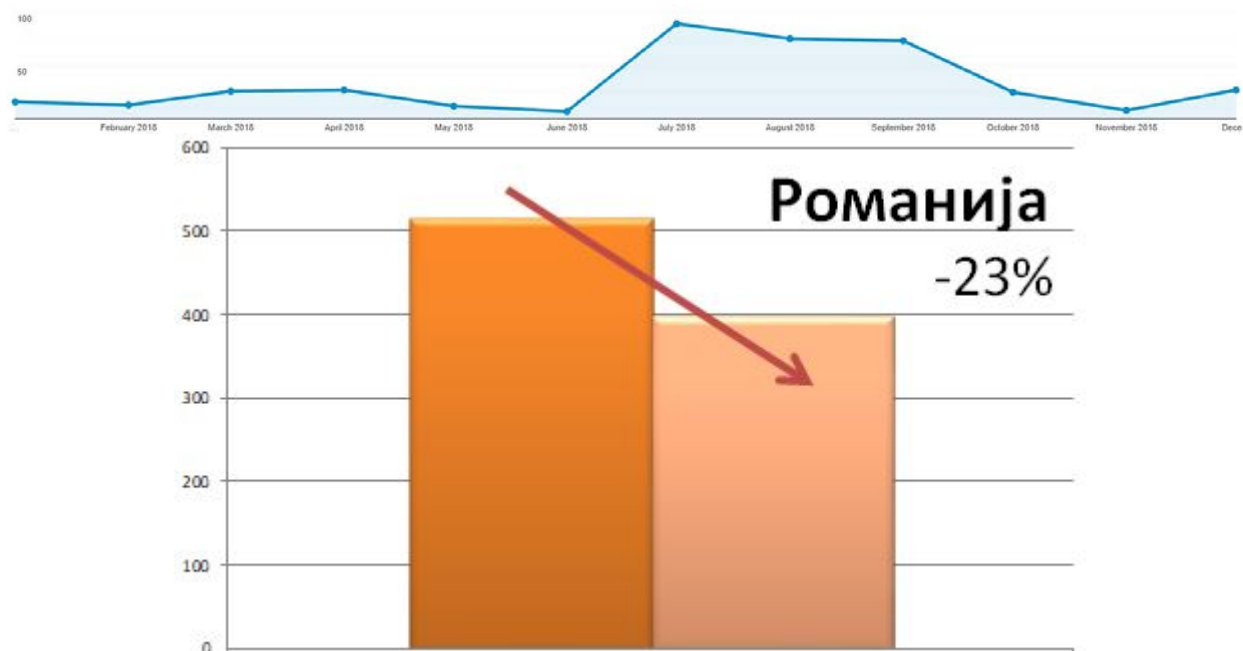
Медиумската кампања во Романија за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

Онлине рекламирање во www.libertatea.ro преку следните активности:

- Банери 250x800, 980x240 со вкупно 2.000.000 импресии.

- 10 ПР артикли

- 10 постови на социјалниот медиум ФБ



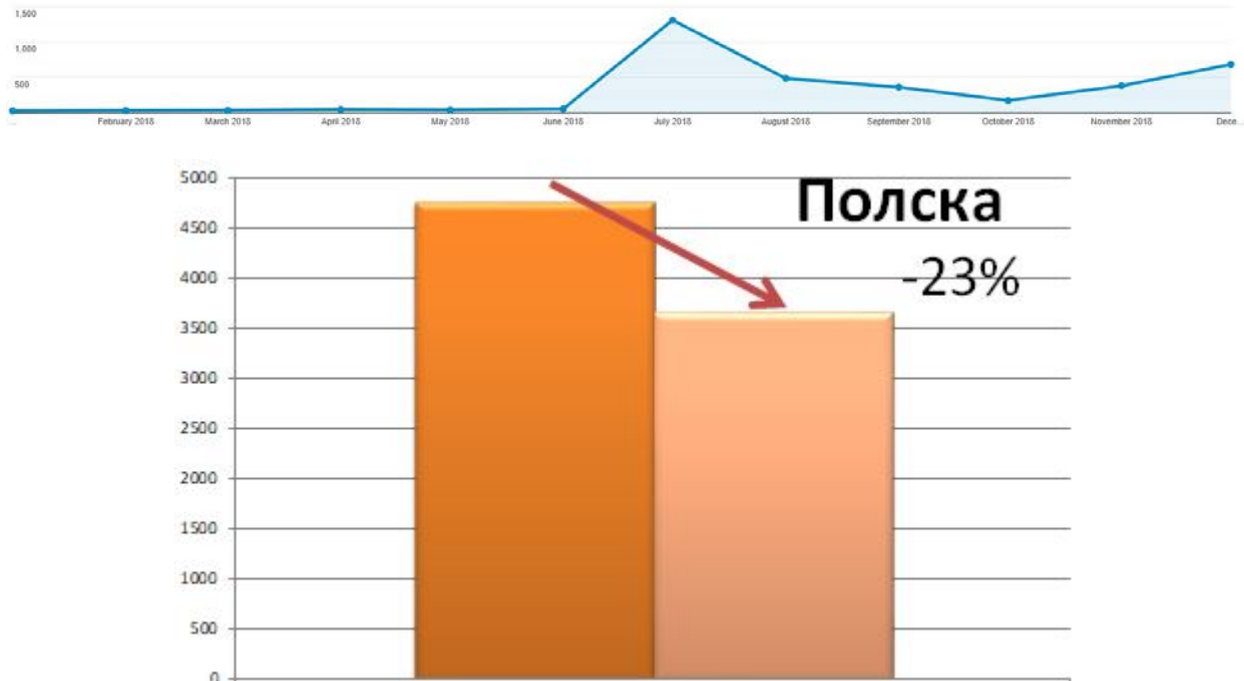
*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Романија

Медиумска кампања во Полска

Медиумската кампања во Полска за 2018 година се реализираше преку следните медиуми:

1. Магазин Подорже (принт) вкупно 4 изданија 1/1 страна
2. Онлине рекламирање во www.wp.pl преку следниот банер 750x200 во 2 (два) периода на рекламирање со вкупно 2.928.570 импресии.
3. Онлине рекламирање во www.wykop.pl преку следните банери 300x600 и 300x200 со вкупно 1.170.000 импресии и со 1 (еден) ПР текст. Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.
4. Онлине рекламирање во www.tur-info.pl преку следните активности:
 - Банер 750x100 (постојано) и банер 300x250 со 500.000 импресии
 - 3 ПР артикли
 - 1 интервју
 - 5 постови на социјалните медиуми
 - 4 newsletter до туристички агенции и 2 newsletters до туристи

Кампањата се одвиваше во 2 (два) периода.



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Полска

Медиумска кампања во Словенија

Онлајн медиуми

- Билборд банери, позадински сид, адваторијал и ПР тексови се рекламните алатки кои се користеа за промотивни цели при релаизација на медиумската кампања во Словенија.

1. TS media / www.siol.net

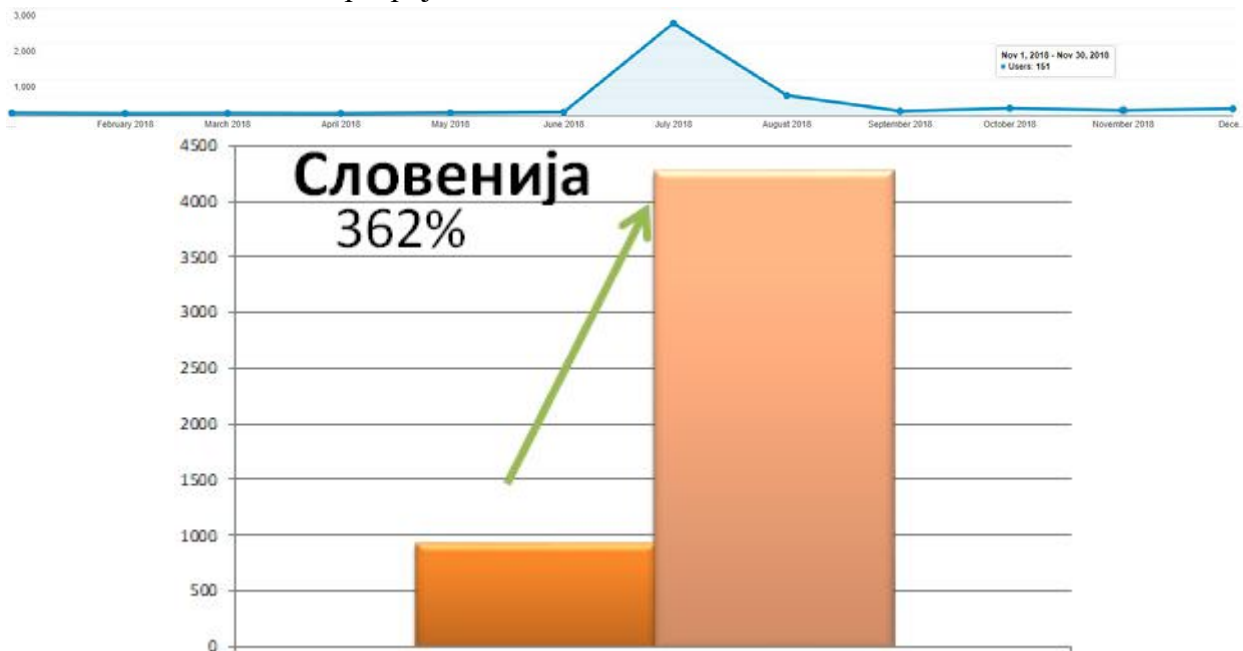
- o 2 x Premium advertorial article (две недели)
- o 2 x advertorial takeover (wallpaper, billboard, 300x250)
- o Siol.net_Wallpaper – section siol.net/trends/traveling – 97.000 impressions
- o Siol.net_mobile 300x250 - section Trends/traveling - <https://siol.net/trendi/potovanja> - 100.000 impressions

2. Delo DOO www.delo.si

- Позадински сид (30.000 импресии)
- Билборд 970x250 (30.000 импресии)
- Банер 300x250
- ПР ТЕКСТ и адваторијал

www.slovenskenovice.si

- Позадински сид (51.143 импресии)
- Билборд 970x250 (50.000 импресии)
- Банер 300x250
- ПР ТЕКСТ и адваторијал



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Словенија

Медиумска кампања во Хрватска

Медиумската кампања во Хрватска за 2018та година се реализираше преку следните медиуми на интернет:

1. Рекламирање во www.24sata.hr
 - 2 PR артикл
 - 2 банер билборд 970x250
 - 4 банери на пола страна 300x600
 - 2 мобилен ректангл банер 300x250

2. Рекламирање во www.jutarnji.hr
 - 3 банери на предна страна 300x600
 - 2 банер на предна страна 300x250
 - 3 мобилен банер 300x250
 - 5 ПР артикл (насловна, колкумна, вести)



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Хрватска

Медиумска кампања во Србија

- **онлајн промоција** со користење на банери, видеа, позадински сид, адваторијал и ПР тексови, како рекламните алатки кои се користеа за промотивни цели при релаизација на медиумската кампања во Србија.

1. Internet Group DOO www.telegraf.rs

- Branded background front page (4 дена)
- Billboard banned 970x250 (20 дена)
- 2 PR articles
- Pre roll video 150.000 impressions

2. Adria media group d.o.o www.kurir.rs

- PR article и позадински сид
- Billboard 970x250px (20 дена, 242.000 илјади импресији)
- 320x100px mobile sticky (30 дена, 1.320.000 илјади импресији, 20 дена, 1.100.000 илјади импресији)

- Preroll –Adriamedia.tv (2- дена, 147.950 илјади импресии)

3. Ringer Alex Springer www.Blic.rs

- blic.rs Native text
- mobile site 300x600 banner near text,
- BILBORD 970 X 250 (11 дена, 233.333 илјади импресии)
- Bilboard 970 X 250 (10 дена, 150.000 импресии)
- Premium 300 x 250 P1 (10 дена, 250.000 импресии)
- Video pre roll (up to 15sec) (15 дена, 200.000 импресии)
- PR TEXT

- Телевизиски репортажи во емисијата “Србија коју волим”

➤ BilbordBox

Билборди по европската интернационала Е-75 банери, во насока Белград-Јужна Србија (5 билборди)

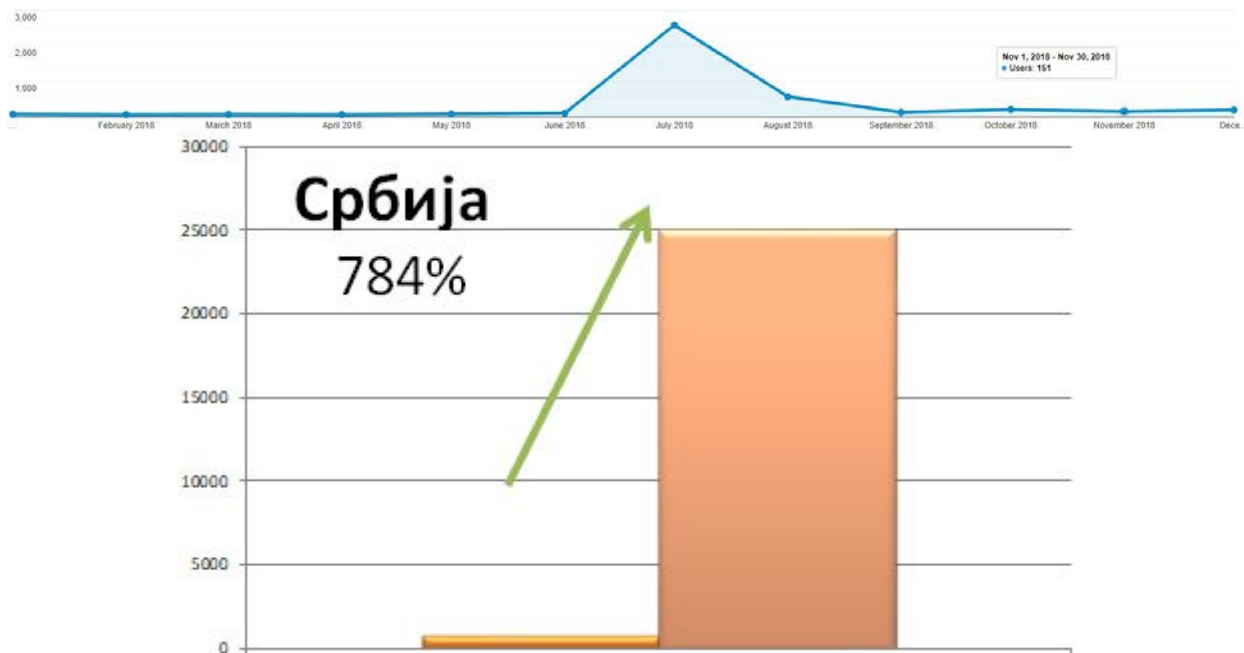
- **Принт медиуми** (ПР текстови и реклами во туристички магазини, дневни и неделни списанија магазин)

1. City Magazine

- 4/1 full colored pages PR advertorials/ mini guide,
- PR in printed magazine
- 1 video (50.000 preview)
- 1xA1 banner 1000x250 + 310x100 with 50.000 views per banner,
- 1 native text on www.citymagazine.rs

2. Туристички свет (туристички магазин)

- Оглас 1/1 x 3
- PR текст 1/1 x 3
- Банер на www.turistickisvet.com август-декември
- Банер во Newsletter
- Интервју со директорот на две страни



*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Србија

Медиумска кампања во Бугарија

➤ **DIR.BG.AD**

- Банер 980x250 630000 импресии (30 дена)
- Банер 300x250 300000 импресии (15 дена)
- Билборд банер 1330x250 107500 импресии (25 дена)
- ПР текст на веб страна 140000 импресии и на мобилна везрија 140.000 импресии (вкупно 5 дена)

➤ **Trud Mdia LTD**

- Дневен весник 8 публикации (реклами) ½ страна

➤ **168 chasa Ltd**

- Дневен весник 4 публикации (реклами) ½ страна и две публикации во магазинот Тренд 1/1 страна

- PR текст на www.24casa.bg , позадински сид 31 ден и билборд банер 292461 импресии.

➤ **IA Blitz Ltd**

- Wallpaper 170000 импресии
- Видео 170000 импресии
- ПР текст
- Билборд банер 750000 импресии



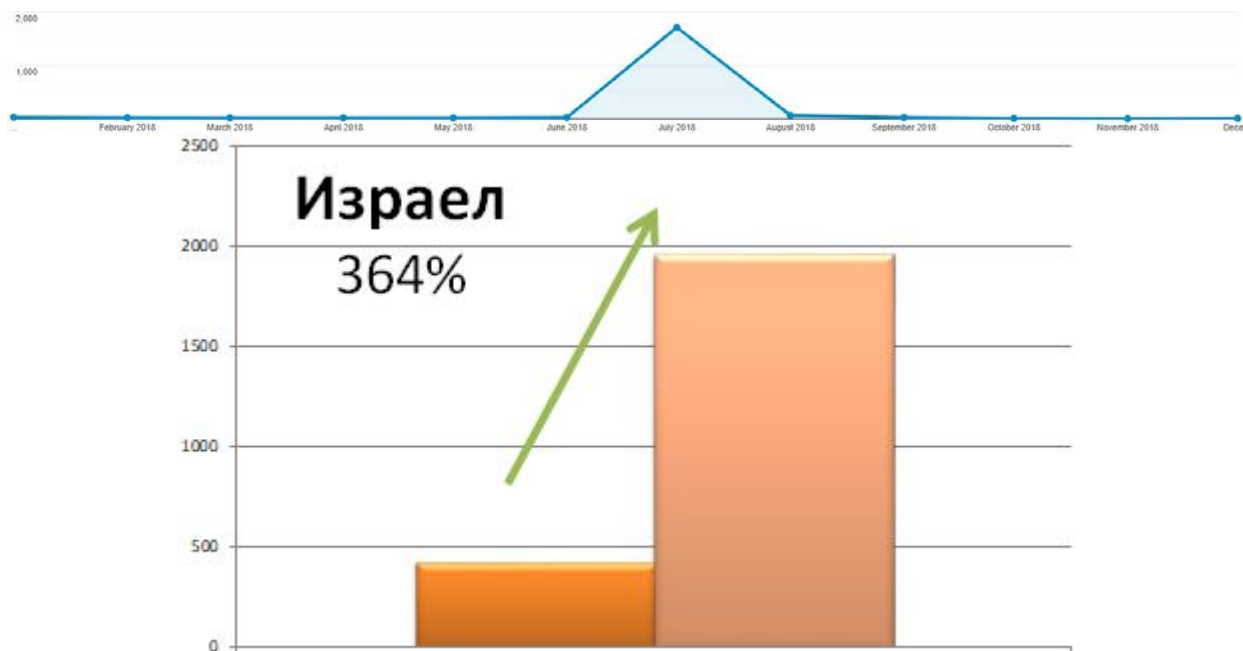
*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Бугарија

Медиумска кампања во Израел

Медиумската кампања во Израел за 2018та година се реализираше преку следните медиуми на интернет:

1. Рекламирање во www.lametayel.il

- 1 десктоп банер 900x300
- 2 топ банер 970x100
- 2 Џамбо банер 300x600
- 4 мобилен банер 320x480
- 2 линк со текст



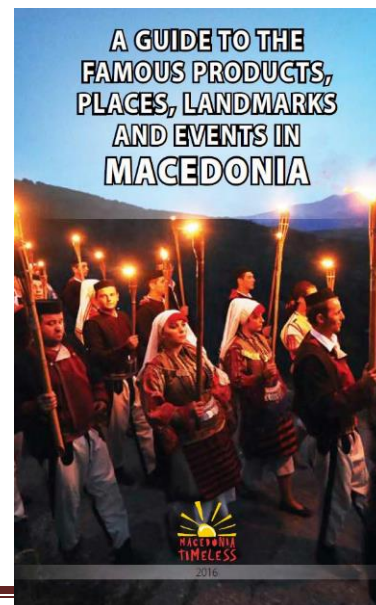
*компаративна споредба на посетата на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година од Израел

Во следниот графикон е претставена компаративно генералната посета на интернет страната www.macedonia-timeles.com за 2017 и 2018 година. Се согледува пораст од 23%.



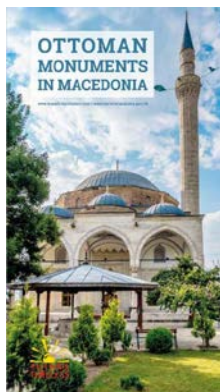
4. Според програмата за промоција и поддршка на туризмот за 2018 година, Агенцијата изработи дизајн на нови промотивни содржини. Во продолжение се издвоени новите изгледи на:

1. Генерална мапа
2. Водич за “Манастирите во Република Македонија”
3. Брошура – Македонија, Неоткриено туристичко богатство
4. Водич за “Препознатливи производи, локации и настани”
5. Брошури за градовите Охрид, Скопје, Крушево, Битола и Струга
6. Документ “Предмет”
7. Папки за документи А4 формат
8. Хартиени кеси
9. Флаери
10. Бизнис картички
11. Карти за играње
12. роло банер
13. Брошура Македонски туристички пасош



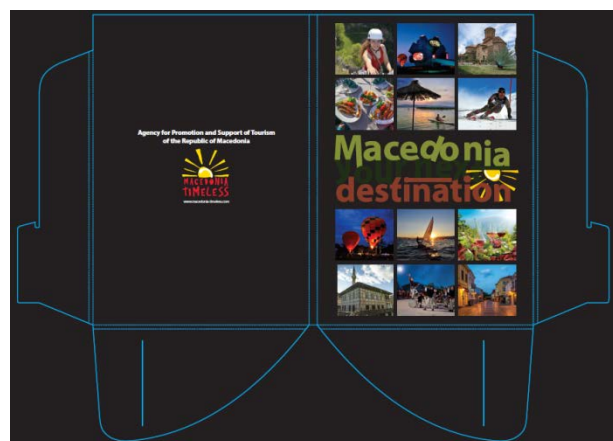
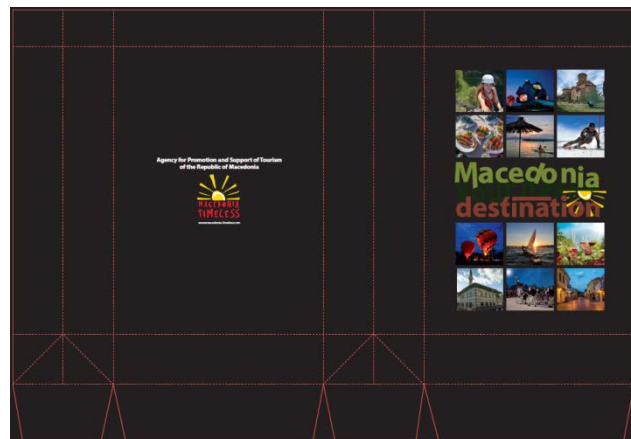
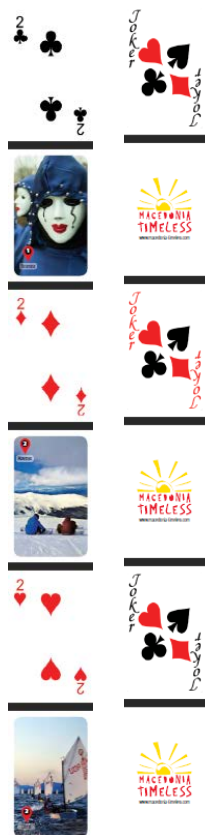
Извештај за реализација на Програмата на Агенција за промоција и поддршка на туризмот за 2018 година





Macedonia
your next
destination

www.macedonia-timeless.com



5. Извештај за веб страниците на АППТ (www.macedonia-timeless.com и www.tourismmacedonia.gov.mk)

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во текот на 2018 година, изработи нова веб страна на постојниот домен: **tourismmacedonia.gov.mk**, со цел да се подобри брзината, поттикне интеракција и да се привлечат повеќе корисници. Изработена за да се зголеми функционалноста, за секој посетител да ги добие потребните корисни информации, со чувство на зголемена ориентација и навигација на целата страна.

Исто така новата веб страна е прилагодена на responsive дизајн во кој овозможува да биде соодветно прикажан на различни уреди како што се: лаптопи, таблети и паметни телефони.

Интегриран е администраторски дел на веб страната кои овозможува креирање на содржини на едноставен и интуитивен начин, поставен е модул за ажурирање и пријава на корисници за саеми со мапа на саемот каде преку mailchimp системот го информираме туристичкиот сектор преку различни newsletter-и за сите постојни и наредни настани.

Креирано е нова функционалност за пријавување на приватниот сектор за одреден меѓународен саем преку системот испрограмиран на веб страна, систем за електронски пораки и менаџирање со корисници, се со цел полесно и поедноставно аплицирање со прикачување на потребните документи за учество во меѓународни саеми и манифестации.

Страната содржи информации за АППТ, секторската поставеност, законските процедури и регулативи, стратегии и годишни извештаи. Како и информации за активностите кои се реализираат од страна на директорот и вработените, согласно годишната програма на Агенцијата за туризам. Објавени преку тековни соопштенија, објави за реализација на информативни патувања и медиумска кампања, како и известувања за реализација на проектите и поддршка на манифестации во Македонија.

Изработена е во тријазична верзија: македонски, албански и англиски јазик.

На веб страната **macedonia-timeless.com**, направени се следниве измени и функционалности:

- Репрограмирано е делот на евенти (по реден број) во подредување по дата,
- Додадено е таб за рурални сместувачки капацитети (Rural Accomodation) каде истовремено е извршена комплетна промена на дизајнот и функционалноста на страните за сместувачки капацитети (обични и рурални),
- Повеоочливо прикажување и респонсивно за мобилни и таблети,
- Во детали се прикажани сите податоци во формат на микро страна за сместувањето,
- Додадена е картата со полиња на интерес на Е75 текстот каде со кликање на различните полиња на интерес ги прикажува: Бензиските пумпи, патарините, рестораните, историските знаменитости, хотели, болници итн.
- Конвертирани се и поставени брошурите електронски во модерен HTML5 формат во делот публикации, функционира на сите мобилни, таблети и останати уреди, со функционалности како прелистување, зумирање, панирање, фулскрин и сите команди се извршуваат со тач/допир или движење, со цел поблиска промоција на материјали изготвени од Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот.

-

Статистички податоци

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

Во Република Северна Македонија имаме континуиран раст во туризмот во последните години, а подолу се наведени компаративни податоци за бројот на туристи и никевања за 2017 и 2018 година конкретно за државите во кои имаме медиумски активности и учество на саемски манифестации.



*компаративна споредба на број на туристи за 2017 и 2018 година



*компаративна споредба на број на остварени ноќевања за 2017 и 2018 година

Хрватска	2017	2018	%
Туристи	15860	23829	50.2%
Ноќевања	30139	46005	52.6%

Србија	2017	2018	%
Туристи	53121	57460	8.2%
Ноќевања	100692	100520	-0.2%

Косово	2017	2018	%
Туристи	17494	24014	37%
Ноќевања	36857	48167	31%

Албанија	2017	2018	%
Туристи	21194	27311	29%
Ноќевања	44928	53531	19%

Холандија	2017	2018	%
Туристи	26889	27918	4%
Ноќевања	141675	136663	-4%

Турција	2017	2018	%
Туристи	129708	111667	-14%
Ноќевања	185628	166620	-10%

Белгија	2017	2018	%
Туристи	7499	9966	33%
Ноќевања	24903	33582	35%

Бугарија	2017	2018	%
Туристи	45958	52659	15%
Ноќевања	79370	89028	12%

Германија	2017	2018	%
Туристи	23544	30173	28%
Ноќевања	46899	62238	33%

Велика Британија	2017	2018	%
Туристи	11396	13269	16%
Ноќевања	24520	26845	9%

Полска	2017	2018	%
Туристи	22281	34575	55%
Ноќевања	73064	126613	73%

Финска	2017	2018	%
Туристи	1629	2275	40%
Ноќевања	3328	4707	41%

Изрел	2017	2018	%
Туристи	7967	10767	35%
Ноќевања	23730	31216	32%

Словенија	2017	2018	%
Туристи	12815	16890	32%
Ноќевања	24904	32896	32%

II ПОДДРШКА

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот како дел од своите активности во секторот проекти, поддршка на туризмот и административно правни работи во континуитет дава поддршка на проекти, со цел истите да станат дел од богатата традиција на државата. Република Северна Македонија како дестинација има интересни места и настани кои како туристички продукти преку канлаите за промоција на АППТ можат да бидат промовирани на светско ниво и да допринесат кон зголемување на атрактивноста на Македонија, а со тоа и зголемување на бројот на туристите. За таа цел во 2018 година Аппт преку соработката на разни институции, здруженија и преку различни проекти дава особен интерес и потенцијал за развивање на проектите.

Имајќи ја предвид главната активност на АППТ на Република Северна Македонија, е да придонесе и значително збогатување на туристичките содржини на ниво на општините и пошироко, а со тоа и можност за привлекување на поголем број на странски и домашни туристи.

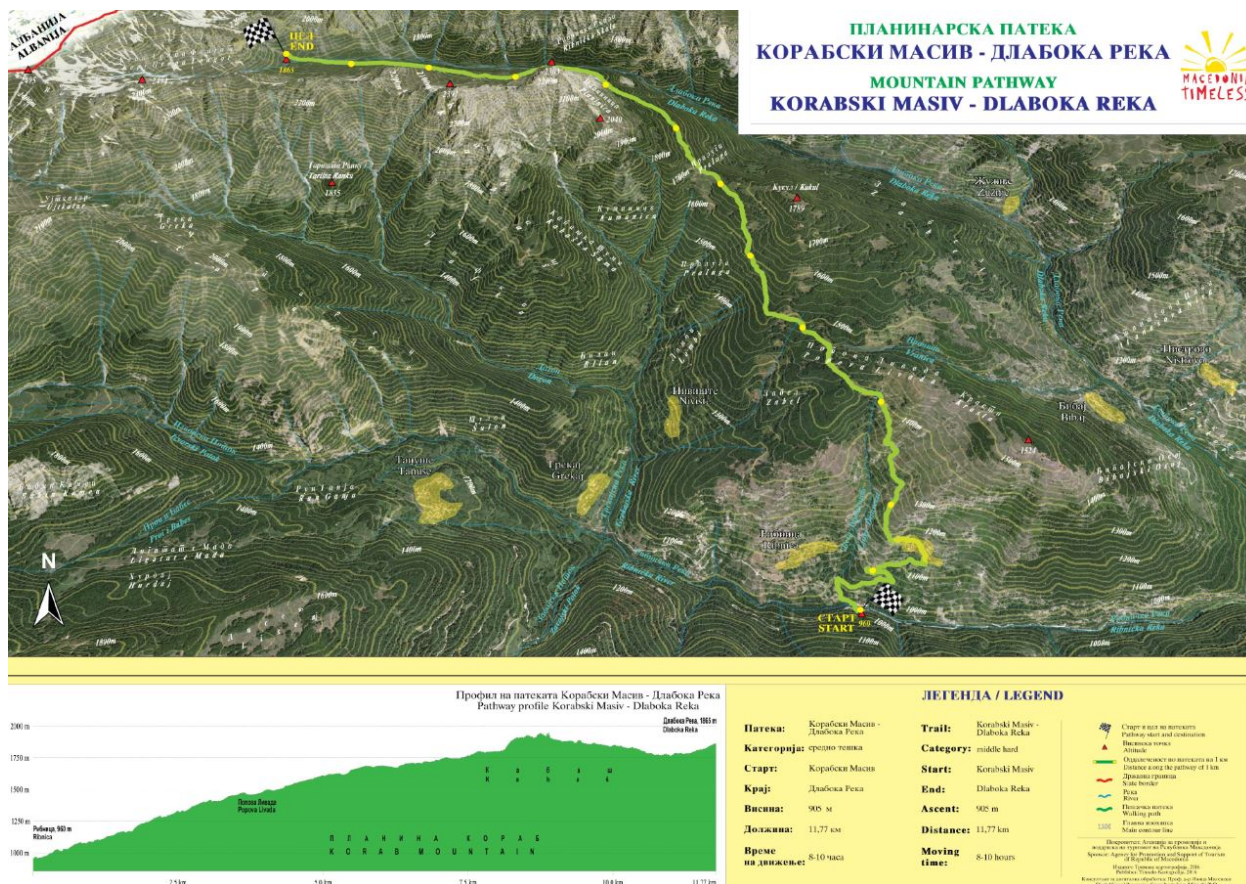
АППТ како знак за поддршка на проектите влезени во Програмата за 2018 година пристапи и кон интензивна интернет промоција на официјалната интернет страна на АППТ (www.macedonia-timeless.com), која овозможи поголема застапеност во сите промотивни брошури и публикации кои ги продуцира АППТ. Во контекст на ова, АППТ овозможи и поддршка во поглед на организација на дополнителни активности од сите димензии со цел поедноставување на процесот на брендирање како атрактивна туристичка дестинација.

1. Проект „Планински пешачки патеки” - уредување, означување и обележување нови планински пешачки патеки како и промоција на истите со цел збогатување на туристичката понуда на Република Северна Македонија и развој на активниот туризам и руралните средини;

Проектот го реализира АППТ во соработка со Федерација на планинарски спортови и со клубовите и друштвата кои се членки на ФПСМ. Уредувањето на 11 планинарски патеки на цела територија опфаќа одредување на нивната проодна траса, поставување на соодветна сигнализација што ја сочинуваат маркации, патокази и други ознаки наменети за ориентирање на корисниците, уредување на газечката површина на патеката со посипување на патеките со природен материјал и нивно зацврстување, поставување на соодветна заштитна опрема на опасни места заради нивно безбедно користење, како и одржување на планинските патеки и на нивната инфраструктура.

Пречка за нереализација на проектот за тековната 2018 година се слабите страни односно правни пречки бидејќи согласно Законот за планински патеки потребни се одобрение и мислења од повеќе институции и тоа: Министерство за животна средина и просторно планирање, ЈП Пасишта, Министерство за земјоделие, шумарство и водостопанство, ЈП Македонски шуми како и за една патека од Институт за старословенска култура во Прилеп, кои се административно правни пречки и за кои 11 патеки беа потребни цела година за собирање на мислењата од наведените институции. Па од вкупно 11 патеки само за 6 се даде позитивно мислење кои ќе се реализираат во 2019 година. Затоа е потребно и од наша страна беше побарано менување на истиот закон и негово приспособување со реалната пракса.

Проектот е предложен за реализација во програмата на АППТ за 2019 година и е комплетно архивиран со Елаборати, за кој исто така е изработена и презентација.



2.Проект „Патеки за планинско трчање“ - уредување, означување и обележување нови патеки за планинско трчање како и промоција на истите со цел збогатување на туристичката понуда на Република Северна Македонија и развој на активниот туризам и руралните средини;

Во Програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за 2018 година беше предвиден и проектот „Патеки за планинско трчање,, Предлог патеките за планинско трчање беа доставени од страна на Здружение за планинско трчање, алпинизам, експедиции и други адреналински активности во планина –ТРЕКС. Целта на овој прокет е маркирање на 5 пешачки патеки во пределот на Берово кој значително ќе придонесат за збогатување на туристичките содржини како на ниво на општината така и пошироко, а со тоа и можност за привлекување на поголем број на странски и домашни туристи.

Пред отпочнување на реализација на проектот Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот оствари работна средба со еден од членовите на ова Здружение за планинско трчање, алпинизам, експедиции и други адреналински активности во планина –ТРЕКС . На состанокот се дискутираше за отпочнување на реализација на овој проект.



Преставникот кој беше присутен не извести за направената детална теренска проверка на предложените патеки на локалитетите во општина Берово, патеките биле веќе маркирани (со свежа боја) и имало поставени патокази и на нивно барање, проектот е повлечен од програмата. Поради не можноста за реализација на овој проект, Агенијата за промоција и поддршка на туризмот во јуни направи измена и дополна на Програмата за 2018 година каде проект „Патеки за планинско трчање“ беше заменет со проект „Вкусовите на Македонија,, кој беше целосно реализиран и испечатен на 196 страници на македонски и англиски јазик, каде беа преставени по најмалку 10 традиционални локални јадења од 8-те региони во државата.

3. Проект „Развој на спортското качување и негово ставање во функција на туризмот“ – развој на рекреативен спортски туризам, преку уредување на нови и санација на постоечки тренинг локации за качување на карпа;

Овој проект е продолжување на веќе отпочнатиот проект кој претходните години, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот ги имаше во своите програми и каде на неколку локации низ државата беа поставени вакви насоки. За 2018 година Агенцијата активно превзема иницијатива за реализација на овој тип на проект со поставување на 10 нови локации бо еден од најинтересните терени за оваа намена Демир Капија.. Со зголемување на насоките за качување ќе се допринесе Република Северна Македонија да прерасне во конкурентна и атрактивна дестинација за спортско качување. За таа цел и поради фактор дека може да се придонесе до брз развој на качувачкиот туризам во Република Северна Македонија, Агенцијата започна со реализирање на овој проект кој ги опфаќа следниве локалитети во секторите во Демир Капија и тоа сектор Хамбургерберг и Кинцаца, Сектор Плажа, Сектор Козја Пештера, сектор Еротика.

Ние како Агенција за промоција и поддршка на туризмот со промовирање на овој спорт сакаме да овозможиме почесто качување по овие насоки кои ќе бидат стандардизирани согласно светските прописи за спортско качување, уредени, означени и редовно одржувани од страна на избрани домаќини а со тоа ќе произлезе нов туристички производ во тој регион како и во Република Северна Македонија, а со тоа ќе се зголеми туристичката понуда.

Во тековната 2018 година Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот објави два тендери за јавни набавки за материјали и услуги, каде што се потпишаа договори за нивна реализација. Според договорот набавени се:

- Клинови количина 1080 парчиња
- Сидршта колична 240 парчиња
- Скалички количина 150 парчиња
- Лепак во туба количина 150 парчиња



4. Проект „Развој на алпинизам и негово ставање во функција на туризмот“ – уредување на локации за алпинистичко качување со цел зголемување на безбедноста и атрактивноста на локациите и привлекување на поголем број на туристи од еден од најбрзо растечките пазари;

Според податоците за овој сегмент од авантуристичкиот пазар во изминатите неколку години се забележува најголем процентуален пораст, дури до 75% во одредени сегменти и географски региони, а предвидувањата за наредните десетина години се дека стапката на раст ќе се зголемува, што е условено од општите трендови во светот за зголемување на популарноста на спортовите на отворено, посебно на спортовите на планина, меѓу кои што е и алпинизмот.

Следствено на горе изнесеното, можеме да очекуваме дека тенденцијата на зголемената посетеност на домашните алпинистички локалитети од страна на странски туристи, од година во година ќе се зголемува, а за тоа какви ќе бидат конечните резултати во поглед на посетеноста и ефектите врз домашниот туризам.

Согласно овие податоци со кои располагаме, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во Програмата за 2018 година започна со реализација и на овој проект.

Во Република Северна Македонија има повеќе од триесетина алпинистички локалитети кои имаат потенцијал да бидат атрактивни за туристичка експлоатација. Во првата половина од 2018 година, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот ги опфати најпосетуваните локалитети за алпинистичко качување како што се Демир Капија, Острова Карпа, Камена Баба и Лешница за кои објави постапка за јавна набавка на хоризонтални алпинистички клинови, дијагонални алпинистички клинови, експанзиони клинови, јажиња, гуртни, замки и карабинери за алпинизам.

Во тековната 2018 година Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот објави два тендери за јавни набавки за материјали и услуги, каде што се потпишаа договори за нивна реализација. Според договорот набавени се:

- Хоризонтален алпинистички клин со завршен врв количина 400 парчиња
- Хоризонтален алпинистички клин со благо зашилен врв количина 250 парчиња
- Дијагонален алпинистички клин 500 парчиња
- “V” профилен алпинистички клин количина 200 парчиња
- “Z” профилен алпинистички клин количина 150 парчиња
- Експанзионен клин – комплет ушка со типла количина 300 парчиња
- Динамички алпинистички јажиња количина 8 парчиња
- Статички јажиња количина 2 парчиња
- Тубуларни грутини количина 50 метри
- Помошни алпинистички јажиња количина 100 метри

- Комплет од два карабинери со жичена вреатичка и кратка грутина количина 40 парчиња.



5. Платформа „Независен патувач“ – мапирање на туристичките потенцијали на територијата на Република Северна Македонија и создавање на платформа наменета за туристи кои не користат услуги од туристички агенции и сами го организираат сопственото патување. Со платформата ќе се овозможи развој на малите и фамилијарни бизниси на територијата на Република Северна Македонија, нивна промоција и зајакнување на локалните економии;

Поради не можноста за реализација на овој проект, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во јуни направи измена и дополна на програмата за 2018 година каде платформата

„Независен патувач,, беше заменет со дореализација на „Водич на **Отомански споменици,,** на македонски и албански јазик како и на неколку странски јазици англиски, турски и др. Целта на овој проект е користење на културно историските споменици од овој период и нивно ставање во функција на туризмот на целна група на туристи.

5. Уредување на полетиште за параглајдинг во Крушево – поставување на вештачка трева на полетиштето заради зголемување на безбедноста на параглајдеристите и исполнување на стандарди за одржување на меѓународни натпревари со цел промоција на Република Македонија како дестинација за параглајдинг;

6.

Параглајдерството во Македонија е застапено уште од самите почетоци на овој спорт. Следејќи ги светските трендови се повеќе луѓе се присутни и вклучени како во натпреварите така и во рекреативното летање. Спортот е под покровителство на Воздухопловната Федерација на Македонија која е членка на интернационалната организација за воздухопловство ФАИ.

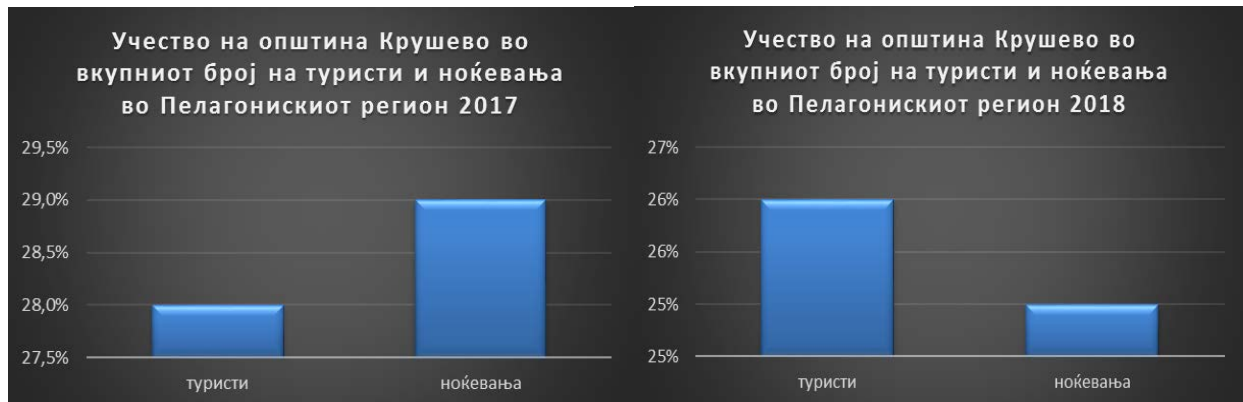
Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот согласно Програмата за 2018 година започна да го реализира и овој проект. Целта на овој проект беше уредувања на полетиштата за параглајдинг со што ќе се зголеми безбедноста при полетување на параглајдеристите, а со тоа и локациите за параглајдинг ќе станат поатрактивни за користење. Со уредување на полетиштата ќе се исполнат стандардите кои треба да ги има едно полетиште и ќе се помогне во создавање на инфраструктура за одржување на меѓународни натпревари а со тоа и подобра промоција на регионите каде што се наоѓаат истите.



Целната група која би се опфатила се сите љубители на активниот туризам, екстремните спортисти, независните активни туристи, домашните и странските туристи, организирани групи а можат да ги користат локалното население, претпријатијата, туристичките агенции ,федерациите на палнинарските спортови како и сите здруженија за трчање по планински патеки, но и идни индивидуалните туристи. Во овој проект активно учество зема и Општина Крушево кои помогнаа со поставување на тампон маса од 100м² на полетувалиштето се со цел зголемена безбедност на летачите односно параглајдеристите. Со постигнување на целта на овој проект може да се види со следните резултати :

- Според Заводот за статистика на Република Северна Македонија во Пелагонискиот регион бројот на туристи во 2017 година бил 63,549 , а во 2018 година е 70,798 односно бројот на туристи е зголемен за 11% односно 7249 туристи.
- Според Заводот за статистика на Република Северна Македонија во Општина Крушево бројот на туристи за 2017 година изнесува 17,694 ,а во 2018 година имаме зголемување од 3% односно 18,288.
- Според Заводот за статистика на Република Северна Македонија во Пелагонискиот регион бројот на ноќевања во 2017 изнесувал 161,751 ,а додека во 2018 имаме зголемување од 26% односно 203,620 ноќевања.
- Според Заводот за статистика на Република Северна Македонија во Општина Крушево вкупниот број на ноќевања за 2017 изнесува 46,741 ,а во 2018 имаме зголемување од 10% односно 51,526.
- Според Заводот за статистика на Република Северна Македонија, учеството на Општина Крушево во вкупниот број туристи во Пелагонискиот регион за 2017 година изнесува 28% додека во 2018 година изнесува 26%.
- Според Заводот за статистика на Република Северна Македонија, учеството на Општина Крушево во вкупниот број ноќевања во Пелагонискиот регион за 2017 година изнесува 29% додека во 2018 година изнесува 25%.

Пелагониски регион			
	2017	2018	
туристи	63549	70798	11%
ноќевања	161751	203620	26%
Општина Крушево			
	2017	2018	
туристи	17694	18288	3%
ноќевања	46741	51526	10%
Учетво на Општина Крушево во Пелагониски регион			
	туристи	ноќевања	
2017	28%	29%	
2018	26%	25%	



7. Формирање на авто кампови и нивна промоција - зголемување на туристичката понуда, развој на автокамперскиот туризам, нивна промоција и привлекување на странски и домашен капитал за формирање на автокампови;

Во 2018 година продолжи постапката за формирање на автокампови и тоа во општина Велес, езеро Младост урбана единица 2-Блок 1 и 2 КП 108/49 КО Башино село, вонград 7738м² имотен лист бр.608 сопственост на државата и изработена урбанистичко планска документација со А4 намена за автокам со шатори. Формирана е комисија која ги разгледа сите документи и ќе отпочне постапка за јавно наддавање во 2019 година.

Исто така Агенција продолжува и со постапката за формирање на автокамп Катланово, општина Петровец за кој Владата донесе одлука за формирање на автокамп на седница одржана на ден 04.09.2018 година на дел од КП бр.91/1, КО Катланово, катастерска култура шума, катастерска класа 5 на површина од 19620м², запишан во ИМ бр.1132 сопственост на РСМ. Пратени се барања по институции за да се формира комисија за јавно наддавање и разгледување на докумените. Постапката е пристигната до тука. За овој автокам нема урбанистичко планска документација и Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во соработка Агенција за Пространо Планирање има предлог доставен до Влада за сите идни автокампови за кои треба да се изработи урбанистичко планска документација да ја изработуваат АПП.

8. Формирање, развој, оградување и означување на туристички развојни зони;

Како дел од програмските активности за 2018 година во секторот проекти, поддршка на туризмот и административно правни работи на почетокот од 2018 година беше доставено барање за добивање согласност за основање на туристичко развојна зона локалитет „Езеро Треска,, од општина Сарај .

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот работи согласно Законот за развој на туристичките развојни зони.

Согласно овој член од овој закон Агенцијата за промоција и поддршка по добиеното мислење од општина Сарај достави информација до Владата на Република Северна

Македонија каде што по побараните мислења од надлежните институции по основ на ова барање посочија дека урбанистичкото планска документација од страна на општина Сарај за која бара формирање на туристичка зона 2 (двете) катастерски парцели се спорни во делот на имотно правните односи. Со доставениот извештај од Владата и посочи на општина Сарај во соработка со Државното правобранителство на РСМ заедно со своите надлежности во најкраток рок да се реши воочениот спор односно да се достави документација дека парцелите се во сопственост на Република Северна Македонија.

Имено во Министерството за економија на почетокот на месец јуни , се одржа работен состанок со претставници од Министерството за економија , Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот како задолжен орган за спроведување на законската регулатива за основање на зоните и општина Сарај, како предлагачи за формирање на истата.

На работниот состанок се дискутираше за зоната и заклучокот од состанокот беше да го повлече барањето Општина Сарај - предлогот на зоната , од причина навремено да ја дополни и разработи урбанистичко планската документација .

10. Јакнење и развој на туристичката понуда на Република Северна Македонија - организирање на информативни работилници и обуки наменети за работниците во туристичката индустрија, во функција на создавање на нови туристички производи и нивна промоција како и подобрување на сервисните услуги со вклучување на домашни и странски реномирани експерти и туроператори;

Во тековната 2018 година Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот објави тендер за јавни набавки кој истот не беше реализиран од причина што никој не пројави интерес за да учествува на оваа јавна набавка и на тој начин оваа активност не беше реализирана.

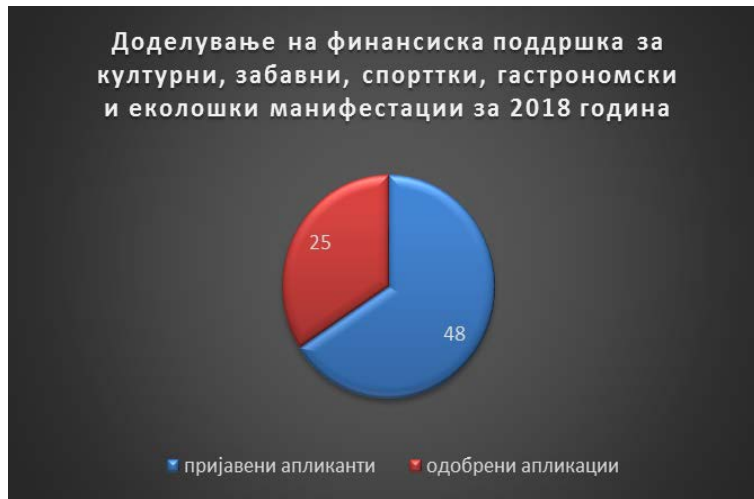
11. Финансиска поддршка на препознатливи културни, забавни, спортски, гастрономски и еколошки манифестации на локално организирани туристички настани избрани преку објавување на јавен повик, а со цел зголемување и поттикнување на туристичката понуда на Република Северна Македонија;

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на 01/03/2018 година на својата веб страна и во два печатени медиуми го објави јавниот повик за пријавување на сите заинтересирани субјекти, правни и физички лица, владини и невладини организации кои организираат културни, забавни, спортски, гастрономски и еколошки манифестации а со значење за туристичката понуда во Република Северна Македонија.

Изборот на корисниците на финансиска поддршка на манифестации се вршеше согласно критериумите наведени во правилникот во кој се содржина на програма, медиумска експонираност, традиција, изворни на финансирање како и сопствен извор на финансирање.

Постапката за доделување на финансиска поддршка Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот ја спроведува со формирање на комисија од страна на директор каде што е задолжена да го објави повикот, да ги прибира понудите, отвара, разгледува и евалуира барањата и да достави записник од евалуирање на барањата и на крај извештај за постапка со квалификувани барања.

Во 2018 година на јавниот оглас беа пријавени 48 апликанти од разни здруженија, невладини организации, општини, физички и правни лица. Според критериумите финансиска поддршка добија 25 апликанти на кои им беа дадени решенија за избор и склучија договор за доделување на финансиска поддршка за културни, забавни, спортски, гастрономски и еколошки манифестации.

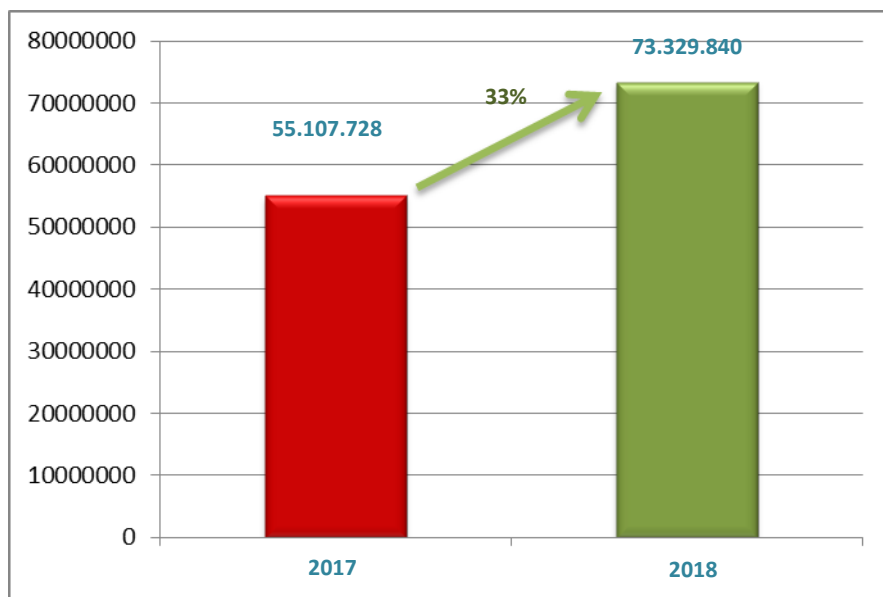


Во програмата за промоција и поддршка на туризмот за 2018 година Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за субвенционирање на странскиот организиран туристички промет се наменети вкупно 76.000.000,00 денари.

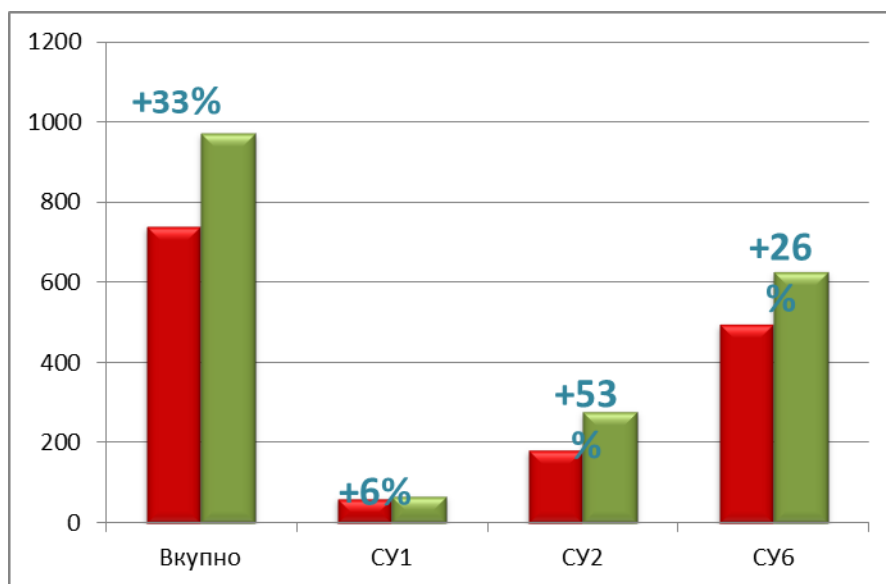
Доставените предметни барања се примени и обработени согласно одредбите од Правилникот за начинот, видот и висината на субвенциите (“Службен весник на Република Северна Македонија” бр.53/13, 147/14, 50/15 и 32/16) и Законот за општо управна постапка (“Службен весник на Република Северна Македонија” бр. 124/15).

Во прилог податоци за барањата изработени според различни критериуми и врз основа на електронски регистар за 2018 година.

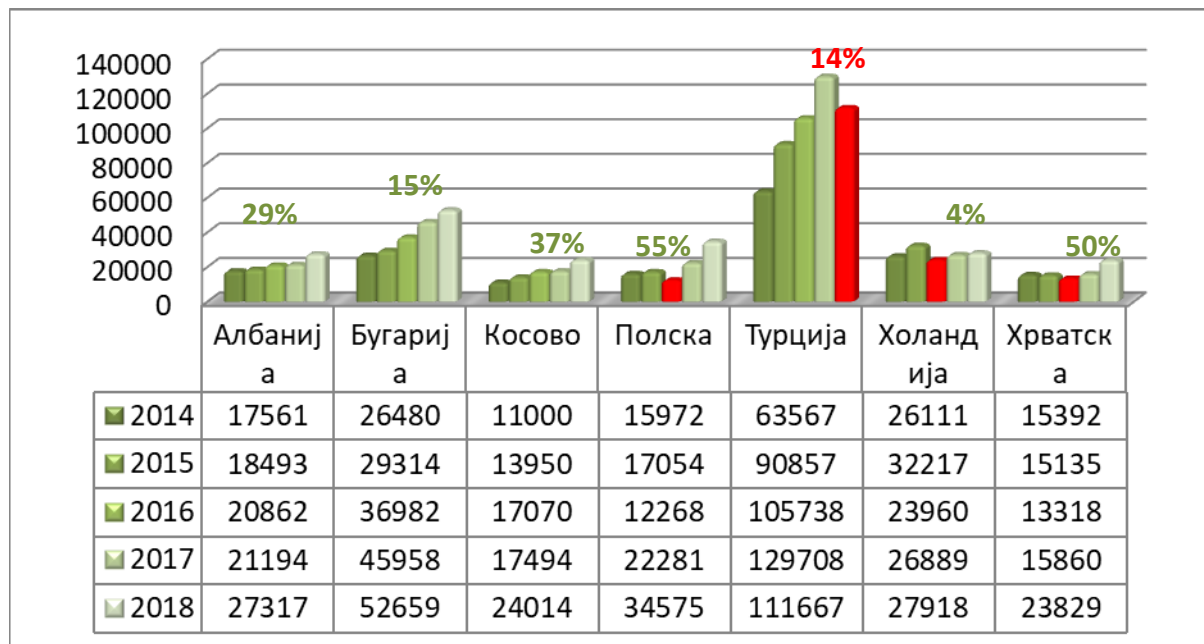
ИСПЛАТЕНИ СУБВЕНЦИИ



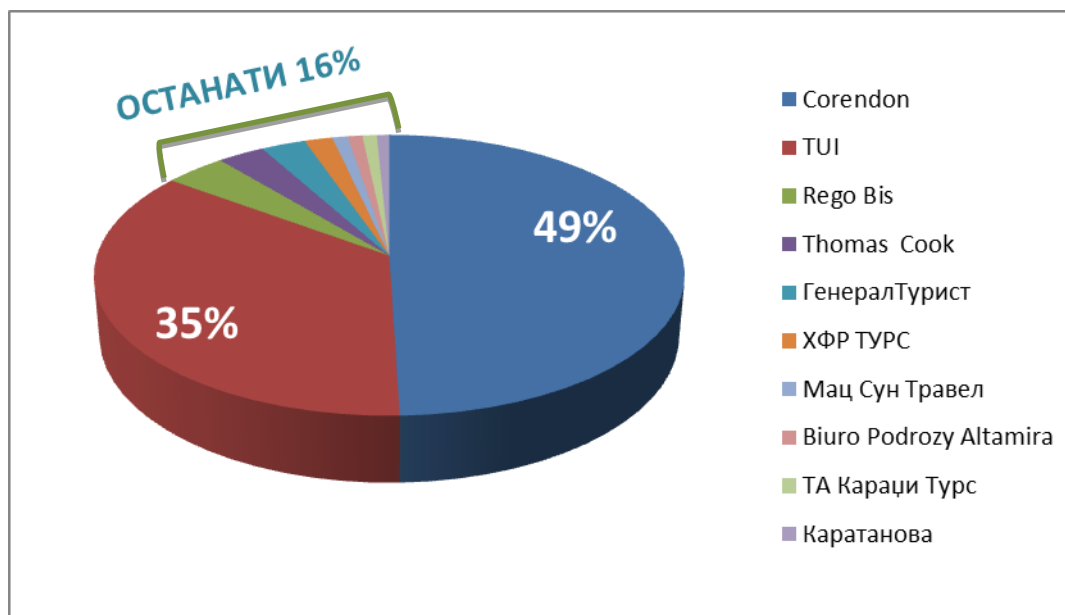
ОБРАБОТЕНИ БАРАЊА ЗА СУБВЕНЦИИ СПОРЕДБЕНО 2017/2018 ГОДИНА



БРЗО РАСТЕЧКИ ПАЗАРИ



ИСПЛАТЕНИ СУБВЕНЦИИ 2018



III- РАСХОДИ ПО СТАВКИ ЗА 2018 ГОДИНА

Расходи по ставки за буџетска сметка 637 за 2018та година

Расходи по ставки за 2018 година				
#	Програма - Ставка	Одобрен план	Реализација	Остаток
1	420 - Патни и дневни расходи	1,700,000.00	1,167,170.00	532,830.00
2	421 - Комунални услуги	2,300,000.00	1,908,351.00	391,649.00
3	423 - Материјали и ситен инвентар	1,450,000.00	137,174.00	1,312,826.00
4	424 - Поправки и тековно одржување	510,000.00	448,052.00	61,948.00
5	425 - Договорни услуги	33,209,301.00	31,819,620.00	1,389,681.00
6	426 - Други тековни расходи	4,000,000.00	2,088,137.00	1,911,863.00
7	462 - Субвенции	61,000,000.00	60,961,966.00	38,034.00
8	465 – Исплата по извршни исправи	90,699.00	90,699.00	0.00
9	480 - Купување на опрема и машини	300,000.00	239,761.00	60,239.00
10	482 – Градежни објекти	100,000.00	0,00	100,000.00
	Вкупно	104,660,000.00	98,860,930.00	5,799,070.00

Сметка 787 за 2018 та година

	Програма – Ставка	Одобрен план	Реализација	Остаток
1	425 – договорни услуги	2,214,000.00	0,00	2,214,000.00

Сметка 631 за 2018 та година

	Програма – Ставка	Одобрен план	Реализација	Остаток
1	462 - Субвенции	40,500,000.00	12,367,874.00	28,132,126.00