

АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ НА
РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



**ГОДИШЕН ИЗВЕШТАЈ ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА ПРОГРАМА ЗА ПРОМОЦИЈА И
ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ ВО 2023 ГОДИНА**



СОДРЖИНА

ВОВЕД

I ПРОМОЦИЈА

1.1 . Учество на меѓународни, регионални и локални туристички саеми во Истанбул, Мадрид, Берлин, Белград, Тирана, Ниш и други, како и учество и организација на меѓународни, регионални и локални инвестициски и други семинари, конференции, самити и форуми од областа на туризмот во странство и во Република Северна Македонија, согласно потребите и барањата од туристичкото стопанство и Владата на Република Северна Македонија

1.2. Организирање на промотивни кампањи кои ќе се водат во земји кои се примарен пазар, и тоа Србија, Хрватска, Бугарија, Албанија, Косово, Полска, Турција, како и во земји кои се секундарен пазар и тоа Словенија, Италија, Грција, Шпанија, но и во Република Северна Македонија и други.

1.3. Хостинг, поддршка и одржување на македонскиот официјален туристички портал веб страната www.northmacedonia-timeless.com, како и хостинг поддршка и одржување на веб страната www.tourismmacedonia.gov.mk

1.4. Организација на информативни патувања во Република Северна Македонија за блогери, влогери, инфлуенсери, туроператори, медиуми, новинари и други, чија цел е запознавање со туристичките потенцијали на нашата земја и промоција на туристичките дестинации и производи со цел постигнување на одредено ниво на препознатливост и конкурентност на македонскиот туристички производ

1.5 Печатење на промотивен материјал (брошури, водичи, флаери, мапи, визит картички и слично).

1.6. Дизајн и изработка на ситен промотивен материјал (пенкала, чаши, УСБ, беџови, тефтери и друго) за промотивни туристички цели со цел промоција на Република Северна Македонија како туристичка дестинација

1.7. Продукција, дизајн и изработка на електронски изданија на туристичка брошура со печатена подготовка како и продукција на видео материјал за:

- Верски туризам (манастири, цркви, џамии и др.) во Република Северна Македонија како туристичка дестинација согласно стратегијата за развој на верски туризам;

- еколошки одржлив туризам “Travel like a local” во Република Северна Македонија;

- традиционални специјалитети кои се важен дел од понудата во регионите, со цел збогатување на туристичката понуда и зголемување на промоцијата на државата;

II ПОДДРШКА

III Субвенционирање на странски организиран туристички промет

IV Расходи по ставки за 2023 година



ВОВЕД

Предвидувањата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за туристичките текови за 2023 година, се остварија, напоредно со реализација на програмските активности. Целокупните резултати во туризмот се во насока не само на закрепнување на овој сектор, туки и на негов раст, со позитивен импакт во македонската економија. АППТ активно ги реализираше програмските активности за достигнување на целите во туризмот, во периодот јануари – декември 2023 година, во однос на истиот период од претходната година, бројот на туристите е зголемен за 20.6 %, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 0.6 %, а кај странските има зголемување за 36.6 %. Во периодот јануари – декември 2023 година, во однос на истиот период од претходната година, бројот на ноќевањата е зголемен за 10.1 %, и тоа: кај домашните туристи има зголемување за 1.4 %, а кај странските има зголемување за 22.9 %.

Графички приказ бр.1 Странски туристи и ноќевања 2019- 2023 споредбено во %

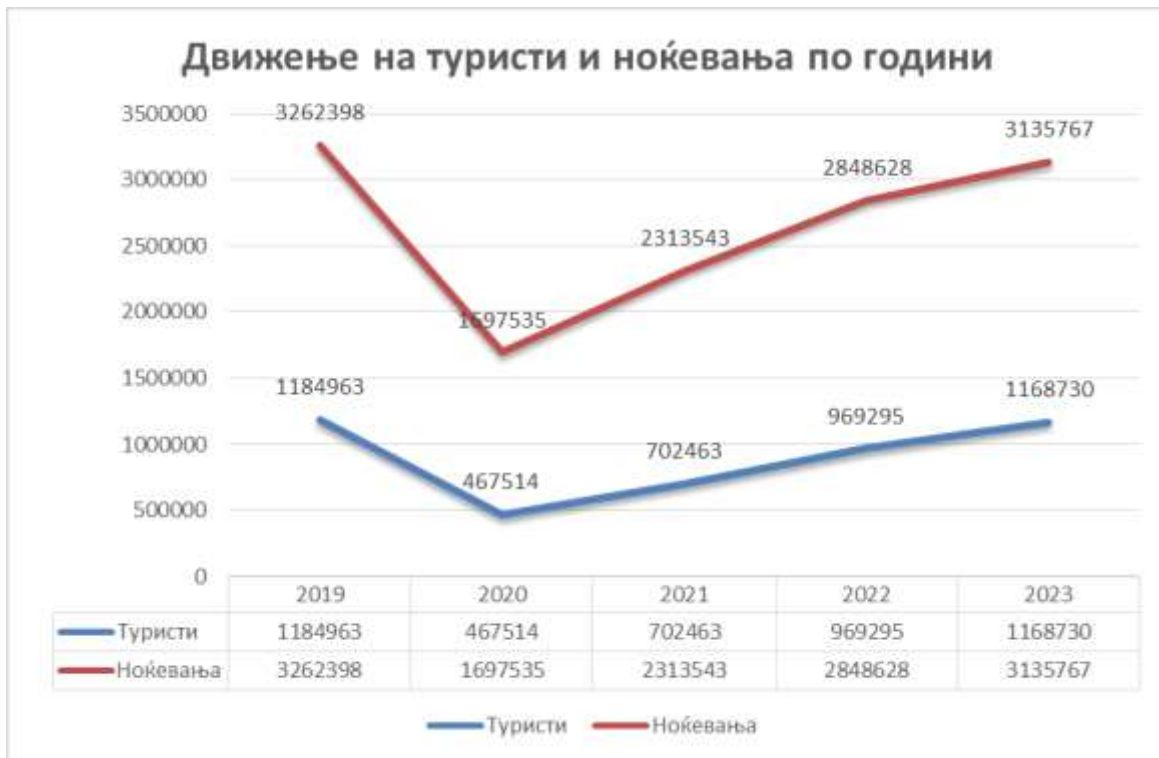


Извор: Државен завод за статистика



На графичкиот приказ бр. 1 може да се забележи дека во 2023 година споредбено со 2022 година имаме раст во бројот на странски туристи од 37% а кај ноќевања од 23%.

Графички приказ бр.2 Вкупно туристи и ноќевања 2019-2023



Извор: Државен завод за статистика

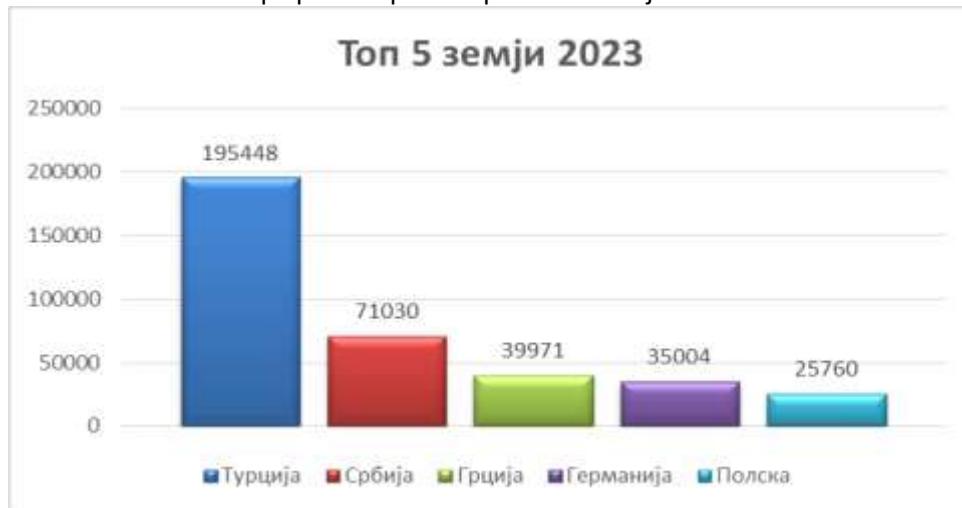
Во 2023 година повторно ја надминавме бројката од еден милион туристи како во најреферентната туристичка 2019г. со забележани 1168730 посети, со остварени 3135767 ноќевања. Истото може да се види во графичкиот приказ бр.2

Бројките говорат дека Северна Македонија е дестинација за 4 сезони, се продолжува сезоналноста, континуирано се поместуваат целите со фокус не само на квантитет туку и на квалитет. АППТ продолжува заедно со туристичките субјекти за 2023 година да ги подобрува резултатите од 2019 година во македонскиот туристички сектор. Фокусот е на активните форми на туризам, руралниот и еко туризам, како и зајакнета понуда на ено-гастро концептот.



Оттука, се наметнува потребата од креативна иновативна дигитална туристичка понуда како важен старатешки фактор за создавање лојални туристи.

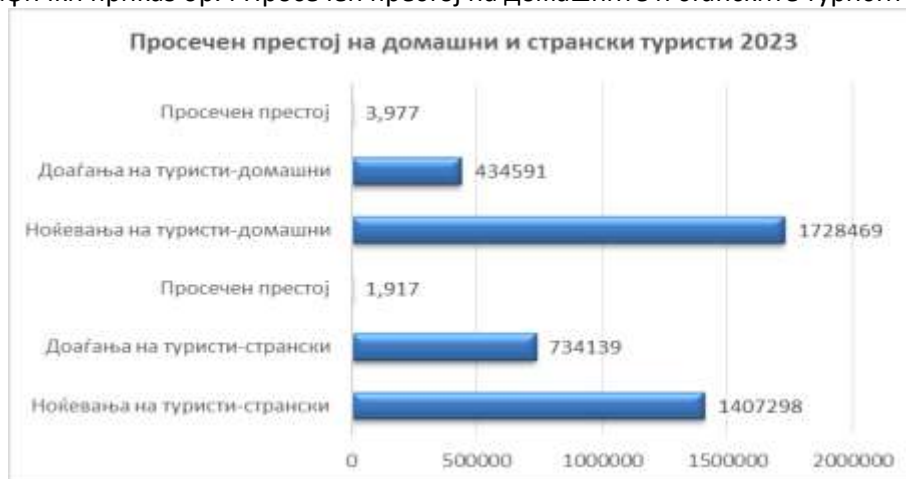
Графички приказ бр.3 Топ 5 земји 2023



Извор: Државен завод за статистика

На Графички приказ број 3, 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 во 2023 година се гости од: Турција, Србија, Грција, Германија и Полска, што може да се види во графичкиот приказ.

Графички приказ бр.4 Просечен престој на домашните и странските туристи 2023

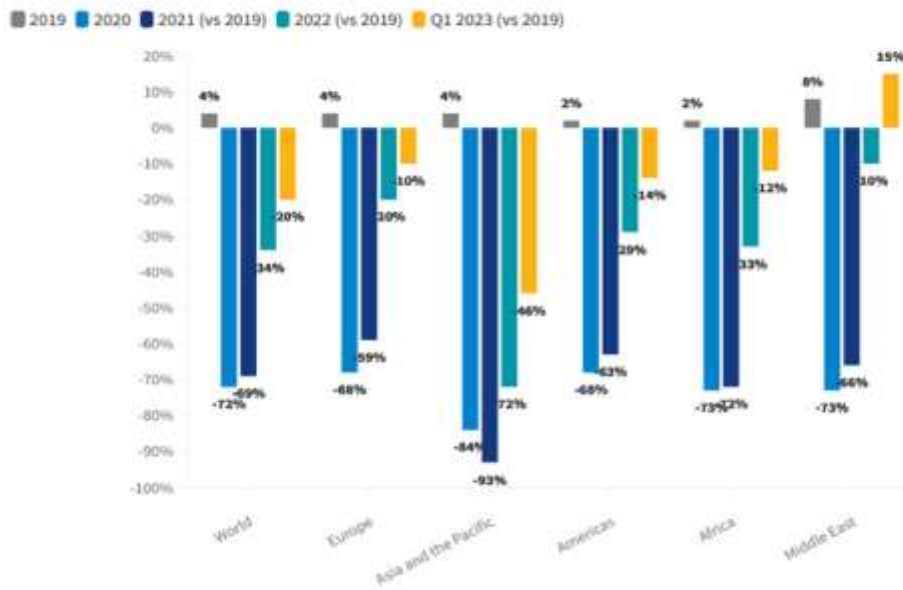


Извор: Државен завод за статистика



Просечниот број на ноќевања на странските и домашните туристи е прикажан во Графичкиот приказ бр.5, според кој се прикажува ситуација за 2023 година во која странските туристи останале 1.917 ноќи, домашните туристи 3.077 ноќи.

International Tourist Arrivals, World and Regions



Source: World Tourism Organization /UNWTO ©
Data as collected by UNWTO, May 2023. Published: 09/06/2023

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. UNWTO Светски Туристички Барометар покажува дека пристигнувањата достигнуваат 88% од нивото пред пандемијата во 2023 година, со 1.3 милијарди меѓународни пристигнувања.

За прв пат во 2023 година, туризмот во македонската економија влеал 598,54 милиони долари, што е за 25% повеќе од 2022 година или 51% повеќе од 2019 година.



Графички приказ бр.5 Девизен прилив од туризам 2019, 2020, 2021, 2022, и 2023 споредбено во %



Извор: Народна банка на РС Македонија

Во прилог на ова оди и интензитетот и фокусот на отворање на нови пазари и нивно поврзување со директни летови. Стратешкиот пристап значи зајакнување на соработката со значајни туристички организации и институции, со што во 2023 година резултираше со отворање на неколку нови летови кон Скопје и Охрид, проследено со зголемен интрес за нашата дестинација од страна на нови тур-оператори. Двата македонски аеродрома, Меѓународниот Аеродром Скопје и Аеродромот Св. Апостол Павле Охрид, со кои управува ТАВ Македонија, подружница на ТАВ Аеродроми, бележат 33% пораст во патничкиот сообраќај во 2023 година, споредено со 2022 година, додека споредено со истиот период во 2019 година, порастот е 18%.

Еден од приоритетите во периодот што следи е се повеќе Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот да аплицира на ИПА проекти за меѓугранична соработка, конкретно овој период се работи на одобрен проект Interreg-IPA.CBC- “Above“ добиен при апликација на повик за прекугранична соработка со Република 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.

Изминатиов период, а и годините пред нас ја наметнуваат потребата од отпочнување на активности за развој на туризмот во регионот, а во духот на "Отворен Балкан". Се потенцира потребата од реализација на заеднички проекти за развој на регионалниот туризам, меѓу 6-те земји од Западен Балкан. Подготвување и реализирање на заедничките меѓугранични проекти, службените посети, студиските посети, конференции и учество на интернационални саеми за туризам на трети пазари. Треба да акцентираме дека идната соработка вклучува развој на човечки ресурси во туризмот и нивно управување, зошто добро обучен, подготвен и пријателски персонал е клуч за успешен туристичко- угостителски сектор. Гостопримливоста е јака страна на земјите од Западен Балкан, но тоа треба да се надгради со добро обучен и професионален кадар". "Отворен Балкан" е вистински пример за успешна регионална соработка. Туризмот не познава територијални граници туку само дестинации, а тие се протегаат до каде што туристите имаат интерес да патуваат и истражуваат. Концептот на "Отворен Балкан" е со отворени можности на сите држави кои ја споделуваат оваа економска визија, која ќе создаде конкурентна дестинација во многу аспекти од туристичката индустрија. "Отворен Балкан" сам по себе создава пазар од 11 милиони домашни туристи. Градејќи ги мостовите со регионот за брзо патување преку "Зелените зони" треба да размислуваме за нови инвестиции, технологии и дигитализација, промотивни активности на "Отворен Балкан" и намалување на сезоналноста.

АППТ има успешна соработка со ИМЕ-Increasing Market Employability, заедно на сите посетители на самите им овозможува виртуелно авантуристичко искуство преку VR технологија. Односно, со VR очила можат да се качуваат по карпи, да нуркаат, да возат велосипеди низ македонските природни убавини. Тимот на АППТ има поддршка од СИППО – Швајцарска програма за поддршка на извозот во делот на успешно реализирање на саемските манифестации, обука за вработените во Агенцијата за туризам и туристичкиот сектор.



I ПРОМОЦИЈА

Визијата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот е долгорочен, одржлив развој на туризмот за инклузивен економски раст на Република Северна Македонија. Одржлив раст и зголемување на бројот на туристи што би придонеле значително за раст на економските активности поврзани со туризмот, намалување на сиромаштијата, зачувување на биодиверзитетот и менаџирање на природните ресурси, се клучни за пораст на девизниот прилив по ставка туризам. Сега, кога веќе сме насочени на тоа нашата национална економија да бележи раст, очекуваме туризмот да има клучна улога. Туризмот претставува силен стопански сегмент за развој на економијата, како 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 видливи преку порастот на девизниот прилив, подобрување на платниот биланс, креирање на нови работни места, но и пораст на инвестициите.

Промоцијата на нашата земја како дестинација за активен туризам која нуди кањонинг, параглајдинг, нуркање, јавање коњи, планински велосипедизам е презентирани со туристички видеа поддржани од “сн Increasing Market Employability” - IME, кои посетителите на саемите имаат можност да ги погледнат преку VR BOX очила за виртуелна реалност. Македонскиот туристички потенцијал со акцент на активниот туризам и локации кои се доволно атрактивни за да привлечат што повеќе туристи се промовираат преку новите видеа и брошури, кои Агенцијата за туризам ги реализираше како концепт кој има влијание во туристичката промоција. Изработени се брошури и видео материјали за ТОП 20 туристички атракции во Северна Македонија и материјали за Национални паркови и заштитени подрачја. Локациите низ Северна Македонија располагаат со услови за Дигитални номади - луѓе кои го водат својот живот на номадски начин додека се занимаваат со работа од далечина, користејќи дигитална телекомуникациска технологија. Изработени се брошури и видеа за локации погодни за дигитални номади, Северна Македонија е идеална за луѓе со авантуристички дух, кои сакаат да запознаваат нови места и култури, сакаат да патуваат. Одлични можности за работа која не е зависна од фиксна канцеларија и работни часови, слобода во начинот на работење, добар и брз интернет и вешто користење на дигиталните алатки.



Сите овие се карактеристики на новиот начин на работа, наречен дигитално номадство, а кои може да ги најдете во Северна Македонија.

Агенцијата за туризам ја потенцираше промоцијата на нашата земја во странство преку маркетинг промоција 100% онлајн рекламирање. Согласно програмата на АППТ за 2023 година се реализираше прв дел медиумска кампања која траеше од месец мај до месец јули 2023 година во 7 земји: Србија, Албанија, Полска, Хрватска, Косово, Бугарија и Турција. Посакуваните резултати од медиумските активности се зацврстување на туристичкиот бренд на државата, постојана визибилност, како и задржување и зголемување на бројот на туристи од овие туристички пазари. По спроведените анализи и истражувања на пазарот, медиумските активности и промовирањето на туристичките потенцијали на Северна Македонија се реализираат преку следниве промотивни канали: промоција во над 8 електронски медиуми, телевизиски прилози, репортажи, видеа и гостувања.

1.1 УЧЕСТВО НА ТУРИСТИЧКИ САЕМИ

Учество на меѓународни, регионални и локални туристички саеми во Истанбул, Мадрид, Берлин, Белград, Тирана и други, како и учество и организација на меѓународни, регионални и локални инвестициски и други семинари, конференции, самити и форуми од областа на туризмот во странство и во Република Северна Македонија, согласно потребите и барањата од туристичкото стопанство и Владата на Република Северна Македонија;

За оваа точка од програмата се наменети **4.850.000,00 денари**, и се целосно реализирани.

Од буџетска сметка 637 се реализирани 4.966.816 денари, а

Од самофинансирачка сметка 787 се реализирани 1.515.968,00 денари

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија во 2023 година заедно со македонскиот туристички сектор учествуваше на следните саемски манифестации.



1.1.1 FITUR MADRID 18-22.01.2023 г. Мадрид, Шпанија.

Саемот за туризам ФИТУР е лидер на шпанско говорно подрачје, и еден ој најважните туристички настани во светот. Оваа година се организираше од 18ти до 22ри јануари во главниот град на Шпанија, Мадрид. За време на саемот се организираа бројни панел дискусии со различни личности кои се лидери во областа на туризмот во Шпанија и пошироко. Овој настан овозможуваше онлајн вмрежување со сите учесници и hosted buyers преку систем за онлајн закажување состаноци, алатка која даде големи резултати за нас и нашите учесници.

- На нашиот штанд со површина од 27 m2 учесници од приватниот сектор од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беа:
 1. МАКСАН Травел
 2. ТУРИНГ БАЛКАН
 3. ТИМЕ ТО ТРАВЕЛ

За ова саемска манифестација Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот реализира 985.436 денари

1.1.2 ЕМИТТ ISTANBUL 12-15.04.2023 г. Истанбул, Турција.

Саемот за туризам ЕМИТТ оваа година се организираше за 26ти пат во TUYAP од 12 до 15 април во главниот град на Турција, Истанбул.

Со оглед на ситуацијата со земјотресите кои ја погодија Турција, и одложувањето на саемот од месец февруари за април, согласно очекувањата саемот беше послаб за разлика од пред пандемиските години, но сепак имајќи ја во предвид ситуацијата може да се каже дека интересот е на задоволително ниво. Полнети беа скоро пет хали со учесници од различни држави кои се промовираа како туристички дестинации, тур оператори од Турција и дојдовни тур оператори од други држави, градови, општини, туристички списанија, веб портали, блогери, влогери и др. За време на саемот се организираа бројни панел дискусии со различни личности кои се лидери во областа на туризмот во Турција и пошироко. Овој настан овозможуваше онлајн вмрежување со сите учесници и hosted buyers преку систем за онлајн закажување состаноци, алатка која даде резултати за нас. Штандот на Македонија го посети министерот за култура и туризам на Република Турција, г-дин **Мехмет Ерсој**.



На саемот АППТ доби награда за “ Пријателство на ЕМИТТ 2023” со која добивме дополнителна мотивација за зацврстување на позициите на турскиот турстички пазар и збогатување на турстичките содржини, со што би го зголемиле квалитетот и ноќевањата на турските туристи.

Саемот го посетија над 30.000 посетители.

- На нашиот штанд со површина од 40 m2 учесници од приватниот сектор како ко-егзибитори беа:

1. Бадемтур
2. Су Хотел
3. ПЦС Тур
4. Општина Струга
5. Хотел Фама
6. ЈК Травел / не се појавија на штанд

За оваа саемска манифестација Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот реализира 1.976.025,00 денари.

1.1.3 ITB BERLIN 07-09.03.2023 г. Берлин, Германија.

Саемот за туризам ITB BERLIN е лидер најголемиот саем за туризам во свет. Оваа година се организираше од 06ти до 09ти март во главниот град на Германија, Берлин, после 3 години пауза. За време на саемот се организираа бројни панел дискусии со различни личности кои се лидери во областа на туризмот, учествуваа над 6.000 излагачи од 161 земја од светот. Овој настан овозможуваше онлајн вмрежување со сите учесници и преку систем за онлајн закажување состаноци, алатка која даде големи резултати за нас и нашите учесници. Земја партнер на овојгодишниот саем беше Грузија. Претставниците на АППТ повеќе состаноци со туроператори, блогери, меиумски куќи и агенции.

Потпишани беа 4 меморандуми за соработка со ASR, FORUM ANDERS REISEN, TRAVELIFE и GREEN DESTINATION.

- На нашиот штанд со површина од 50 m2 учесници од приватниот сектор од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беа:
 1. G Hotels
 2. ТУРИНГ БАЛКАН



3. Општина Ресен
4. АБЦ Рент а Кар
5. Бадемтур
6. Хотел Голд
7. Фибула Ер Травел
8. Виш ко травел
9. Камелија травел
10. ТАВ

За оваа саемска манифестација Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот реализира, 2.278.386,00 денари.

1.1.4 "SAJAM TURIZMA 2023" 23-26.02.2023 г. во Белград, Србија

Меѓународниот саем за туризам во Белград, оваа година во периодот од 23-26.02.2023 се одржа по 44-ти пат, под слоганот "Кад је одмор, није тешко". На саемот беа присутни 350 излагачи од 33 земји, меѓу кои 8 држави од афричкиот континент и Кина, како земја партнер. На изложбен простор од 50м², беа презентирани македонските туристички потенцијали. Овој саем е од исклучително големо значење за македонскиот туристички сектор, покрај другото и поради фактот што српскиот пазар е еден од најбрзо растечките пазари за македонскиот туризам споредбено 2019/ 2022 година. Во 2022 година 11% од странските туристи односно повеќе од 63.000 туристи и повеќе од 130.000 ноќевања оствариле српските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и зајакнат промотивен пристап во 2023 година. Присувството на овој саем, претставува чекор кој беше неопходно да се превземе, во насока на поддршка на целокупниот туристички сектор за успешен настап на српскиот туристички пазар.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, оваа година презентацијата ја направи во соработка со Општина Гевгелија, Општина Дојран, Општина Крушево, Општина Охрид, Општина Ресен, ХОТАМ, „Глобус травел“, хотел „Мизо“ и „Тиквешки семејни винарии“. Штандот претставуваше место каде повеќе од 70 туристички работници од Македонија (туроператори, хотелиери, соспственици на апартмани и студија, професори и студенти од Универзитетот за туризам и менаџмент, претставници на Бигорскиот манастир и др.), реализираа Б2Б средби со своите постоечки и потенцијални партнери и соработници од регионот. Беше презентирана традиционално богатата природна и културно-историска



понува, како и новите туристички производи: уникатен престој во спомен куќата на Петре М. Андреевски, БИЛКИЛАЈФ – Хербална куќа, прва куќа на билките; и ТУФ – дневна екскл На меѓународниот саем за туризам во Белград, Швајцарија преку Програмата за зголемување на пазарната вработливост – ИМЕ го поддржува развојот и промоцијата на активниот туризам со туристички видеа прилагодени за VR Воx очилата за виртуелна реалност, како и претставувањето на малите семејни винарии од земјава и поврзување со тур оператори. Македонскиот изложбен простор на саемот во Белград го посетија делегација од македонското МНР, амбасадорската во Србија, Михаела Веселинов, заменик министер на Република Српска, црногорска делегација од повеќе градови, Туристичката организација на Србија, градот Белград и голем број туроператори и медиуми.

- На нашиот штанд со површина од 50 m² учесници од приватниот сектор од РС Македонија како ко-егзибитори беа:

1. Општина Дојран
2. Општина Гевгелија
3. Општина Крушево
4. Општина Охрид
5. Општина Ресен
6. ТА Глобус Травел, Охрид
7. Тиквешки семејни винарии -
8. Хотелиерска асоцијација- ХОТАМ
9. Хотел Мизо

За оваа саемска манифестација Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот реализира, 996.133,00 денари.

1.1.5 EXPO TOURISM 06-08.04.2023 г. Тирана, Албанија.

Саемот за туризам EXPO TOURISM е меѓународен саем, кој оваа година се организираше од 06ти до 08ми април во главниот град на Албанија, Тирана.

За време на саемот се организираа бројни панел дискусии со различни личности кои се лидери во областа на туризмот во Албанија и пошироко.



Овој настан овозможуваше вмрежување со сите учесници и hosted buyers преку систем за Б2Б состаноци.

- На нашиот штанд со површина од 20 m² учесници од Република Северна Македонија како ко-егзибитори беше:
- Општина Струга

За оваа саемска манифестација Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот реализира, 156.721,00 денари.

1.1.6 Меѓународен сајам за туризам 30-03 до 01-04.2023г. Ниш, Србија

Меѓународниот саем за туризам во Ниш е место кое долги години ги собира на едно место сите актери на туристичката индустрија од Ниш, Србија, но и од целиот балкански регион. Оваа година пријателите од туристичката индустрија на Србија ја поканија Северна Македонија за земја партнер на овогодинашниот саем за туризам во Ниш. Настанот кој се одржа од 30ти март до 1ви април е можност за зајакнување на нашите партнерски односи и создавање на нови. Соработката меѓу Северна Македонија и Србија е на високо ниво, за што се надеваме дека оваа тенденција на пораст на туристичка размена ќе остане и во иднина. Република Северна Македонија својата туристичка понуда на саемот во Ниш ја претстави заедно со туристички организации од Белград, Нови Сад, Војводина, Краљево, Златибор, Нови Пазар, Врњачка Бања, Краљево и Чачак, како и хотелиери и туроператори од цела Србија (хотели: Мона, Хајат,Борови, А-хотели,Лала Винејард, туристички агенции: Балкан Роудс, Контики, Србиа Тоур Оператор, Виситор Тоурс, национална авио компанија Ер Србија и Дунавски центар за координација со локална туристичка организација Голубац, Мајданпек и Кладово). На македонскиот штанд кој со својата репрезентативност ги отсликува културните, природните и гастрономските разноликости, коегзибитори се општина Демир Капија и општина Гевгелија. АППТ изразува благодарност до државниот секретар при министерството за туризам на Србија, г-дин Урош Кандиќ, директорката на Туристичката организација на Ниш, г-ѓа Драгана Божиќ и Адриана Анастасов советник за култура и туризам на градот Ниш.



За оваа саемска манифестација Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот реализира, 90.083,00 денари .

1.1.7 Меѓународен саем „Винска визија Отворен Балкан“ од 16-ти до 19-ти ноември, 2023г

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на РС Македонија беше дел од вториот меѓународен саем „Винска визија Отворен Балкан“. Во период од 16-ти до 19-ти ноември, 2023г Агенцијата за туризам на репрезентативен штанд подготви богата програма која имаше за цел подобро да ги позиционира македонските културни, природни и традиционални посебности.

Концептот на Отворен Балкан е со реални можности за сите држави кои ја споделуваат оваа економска визија, која ќе создаде конкурентна дестинација во многу аспекти од туристичката индустрија. Агенцијата за туризам продолжува со туристичка соработка, реализација на информативни патувања, обележување и создавање на вински патишта, аплицирање на ИПА проекти, со фокусирана медиумска кампања и промоција на ено-гастро концептот во рамките на регионот, и очекува до 2025 година зголемување од 50% на гостите и ноќевањата од земјите на Опен Балкан.

Оваа саемска манифестација беше во организација на Владата на Република Северна Македонија и Република Србија, како организатор и домакин на настанот. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за реализација на овој саем немаше предвидено средства, а трошоците за учеството на Агенцијата беа покриени од страна на Владата на Република Србија.

1.2 МЕДИУМСКА КАМПАЊА ЗА ПЕРИОД ОД ЈАНУАРИ-ЈУНИ 2023 ГОДИНА

Организирање на промотивни кампањи во земји кои се примарен пазар, и тоа Србија, Хрватска, Бугарија, Албанија, Косово, Полска, Турција, како и во земји кои се секундарен пазар и тоа Словенија, Италија, Грција, Шпанија, но и во Република Северна Македонија и други

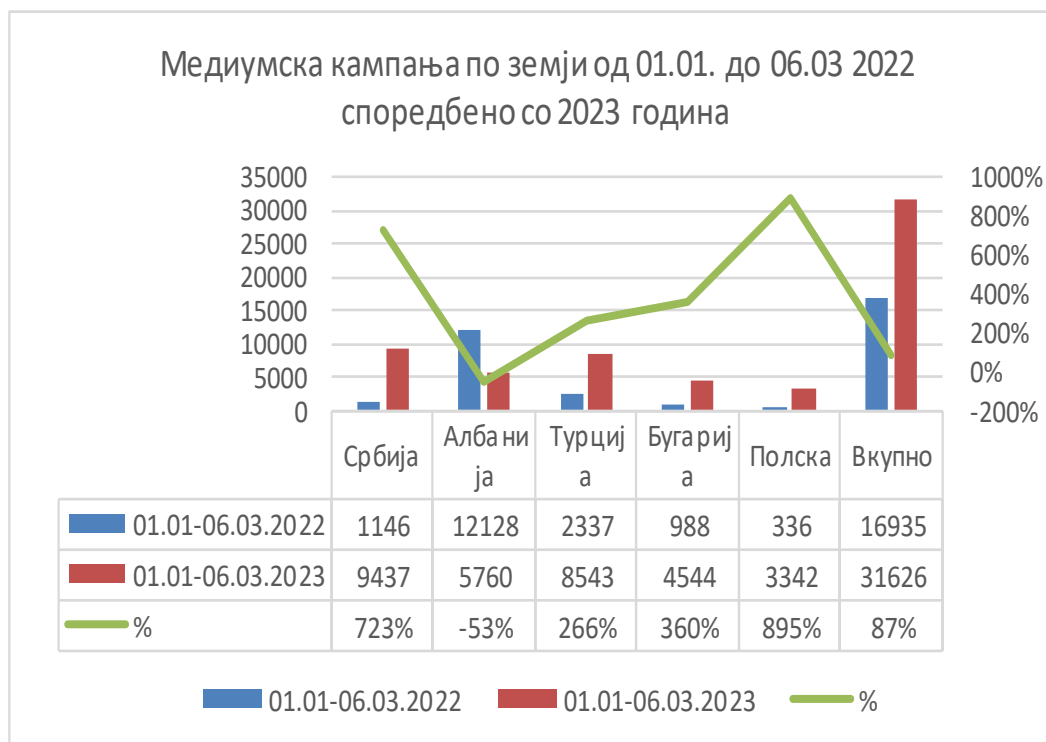
се наменуваат 3.200.000,00 денари, од кои реализирани се 3.017.370,00 денари.



Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2023 година, објавена во службен весник број 47 од 03.03.2023, АППТ во месеците, април, мај и јуни реализираше прв дел медиумска кампања во Бугарија, Хрватска, Полска, Србија, Турција, Албанија и Косово. Резултатите и успешноста на кампањата е мерлива преку податоците добиени од google analytics. Креативните материјали, односно медиумските алатки како што се:

- банери кои беа линкувани до официјалната веб страна <https://www.macedonia-timeless.com>,
- ПР текстовите содржеа хиперлинкови кои исто така водеа до <https://www.macedonia-timeless.com>,
- видеата беа линкувани до официјалниот you tube канал <https://www.youtube.com/user/macedoniatourism>

Графички приказ бр.7: Медиумска кампања по земји 01.01.2022 до 06.03.2022 споредбено со 01.01.2023 до 06.03.2023 година





Извор: Google analytics

На графичкиот приказ број 7 забележуваме раст на бројот на посети на веб страната Macedonia-timeless од земјите каде се реализираше медиумската кампања, со 87% зголемување за 2023 во споредба со истиот период од 2022 година.

Графички приказ бр.8: Вкупно посети на веб страната од 01.01.2022 до 06.03.2022 споредбено со 01.01.2023 до 06.03.2023 година



Извор: Google analytics

На графичкиот приказ број 8 забележуваме раст на вкупниот бројот на посети на веб страната Macedonia-timeless, со 63% зголемување за 2023 во споредба со истиот период од 2022 година.

Целта на маркетинг кампањатаа за 2023г. е преку промотивните активности е да се придонесе кон поголема конкурентност и препознатливост на Република Северна Македонија како безбедна и сигурна туристичка дестинација, како и запознавање на светската јавност со тоа што не прави диверзивни, различни, а е отсликано преку



природата, историјата, културата и гастрономијата. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот (АППТ) ќе се фокусира како на туристите од регионот, затоа што се очекува тие да бидат главни гости тековнава и наредната година во Северна Македонија, но и на гости од останати европски дестинации, пред се туристите од регионот. Силните страни на туризмот се природните, културните и историските богатства, но и ено-гастро концептот, авантуристичките форми на туризам. Туристичкиот сектор ја надмина целта за 2022 година со остварени 480 милиони долари од туристички промет. Во ова насока продолжува закрепнувањето на македонскиот туризам. Земјава е во првите 10 дестинации според девизниот прилив од туризмот, согласно податоците од UNWTO (светска туристичка организација). Резултатите во Северна Македонија во однос на туризмот се ветувачки, забележан е систем на повторно враќање на туристичката индустрија, односно за 2022 година има враќање на странските туристи за 70% во однос на годините пред пандемијата, што значи дека е забележан минус од 29% споредбено со 2019г.

Посакуваните резултати од медиумските активности се задржување и зголемување на бројот на туристи од овие туристички пазари. Медиумската кампања за претставување на Северна Македонија како туристичка дестинација се креира со цел да се создаде перцепција и желба за доживување на едно ново искуство во една сè уште неоткриена туристичка дестинација на Балканот. Суптилната медиумска експонираност е со цел да се информира публиката за конкретниот производ – туризмот во Северна Македонија.

Табела 1. Насоки и цели за зголемување на визибилноста преку дигитален маркетинг

Tourism objective / во која насока сакаме да се движи туризмот	internet marketing and Social media goal/ цели кои сакаме да ги постигнеме со рекламирање на интернет портали и социјални медиуми	Целна публика/потенцијални туристи
Зголемување на бројот на туристи и ноќевања од	awareness (these metrics illuminate your current and potential audience)	Фамилијарни патувања



целните пазари	отсликување на нашите сегашни и потенцијални туристи	35-45 години
Препознатлив бренд/ Растење/ ширење на брендот Поголема конкурентност и препознатливост на Република Северна Македонија како туристичка дестинација	engagement (these metrics show how audience are interacting with your content) како публиката комуницира со нашата содржина	25+
Диверзификација (промоција на сите туристички региони) туризмот ќе може рамномерно да се развива, а да не биде концентриран во двата најголеми туристички региони.	consumer (these metrics reflect how active customers think and feel about your brands) како активните клиенти размислуваат и се чувствуваат за нашиот бренд	backpackers/independent travellers
Раст на БДП / девизен прилив по основ туризам Долгорочен одржлив развој на туризмот за инклузивен економски раст во Република Северна Македонија	conversions (these metrics demonstrate the effectiveness of our social engagement) ефективноста на нашите активности на интернет порталите и социјалните медиуми	Туристи со поголеми примања кои имаат влијание врз јавното мислење

Извор: Изработено од АППТ



На табела 1 се прикажани насоките и целите кои сакаме да ги постигнеме со рекламирање на интернет порталите и социјалните медиуми, како и целната публика на која ѝ се обраќаеме

Табела 2. Канали и алатки за дигитален маркетинг

Tools/ Content /Алатки кои ќе се користат за рекламирање	What internet portals and social media/ преку кои интернет портали и социјални медиуми ќе се реализира рекламирањето	metrics/ параметри за успех
Banners / wallpapers	Websites влијателни веб сајтови на целните пазари	website clicks/ increase website traffic www.northmacedonia-timelss.com
Video/Audio	Facebook	followers, shares/ следбеници, споделувања на фејсбук https://www.facebook.com/Macedonia.Timeless.appt/
Photos	Instagram	coments, likes, @mentions https://www.instagram.com/macedonia.timeless/
Short masage/ Advertorials/ PR	e-mail/ newsletters	email signups/ testimonials / leads from internet and social media



articles/ newsletters		
--------------------------	--	--

Извор: Изработено од АППТ

На табела 2 се прикажани алатките кои ги користиме за рекламирање, каналите на промоција, како и параметрите за успех по реализација на медиумската кампања.

Промотивната кампања за Република Северна Македонија за првите 6 месеци од 2023 година се реализираше во следните земји: **Србија, Бугарија, Хрватска, Албанија, Косово, Турција, Полска.**

Фокусот беше да се реализира медиумска кампања во земји од првиот круг според географска определеност (балкански земји), а пласирањето во овие земји произлегува од можноста потенцијалните туристи полесно да се одлучат за одмор во Северна Македонија, пред сè поради пандемијата со Ковид и рестрикциите:

- Близката територијална поставеност,
- Сличностите со нашата култура, традиција и историска преплетеност, карактеристична за сите Балкански земји,
- Според статистичките податоци од соседните земји (Србија, Бугарија, Хрватска во помал процент Косово и Албанија) имаме најголем број туристи. Целта е тој број на туристи да се одржи и континуирано да расте,
- Тоа се туристички пазари на кои Северна Македонија им е позната како дестинација, а улогата на рекламата во овие земји е да го привлече вниманието на купувачите за тие потоа да го купат производот, односно да им се презентира туристичкиот производ со збогатена туристичка понуда.



Во Турција поради фактот што турските туристи според статистичките податоци се број еден туристи во Северна Македонија, и во Полска затоа што Полските туристи почнаа да не препознават како туристичка дестинација, имаме чартер летови од различни градови во Полска до Охрид, и сите најголеми тур-оператори ја нудат Северна Македонија во нивните туристички аранжмани.

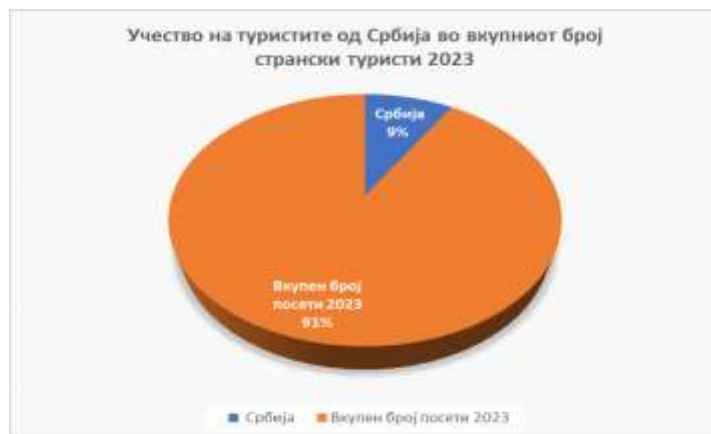
1.2.1 Медиумска кампања во Србија 2023

Онлајн медиуми:



Во 2023 година од вкупниот број странски туристи (734139) односно 9% или 71030 посети оствариле српските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и промотивен пристап во 2023 година.

Графички приказ бр 9 Учество на туристите од Србија во вкупниот број странски туристи



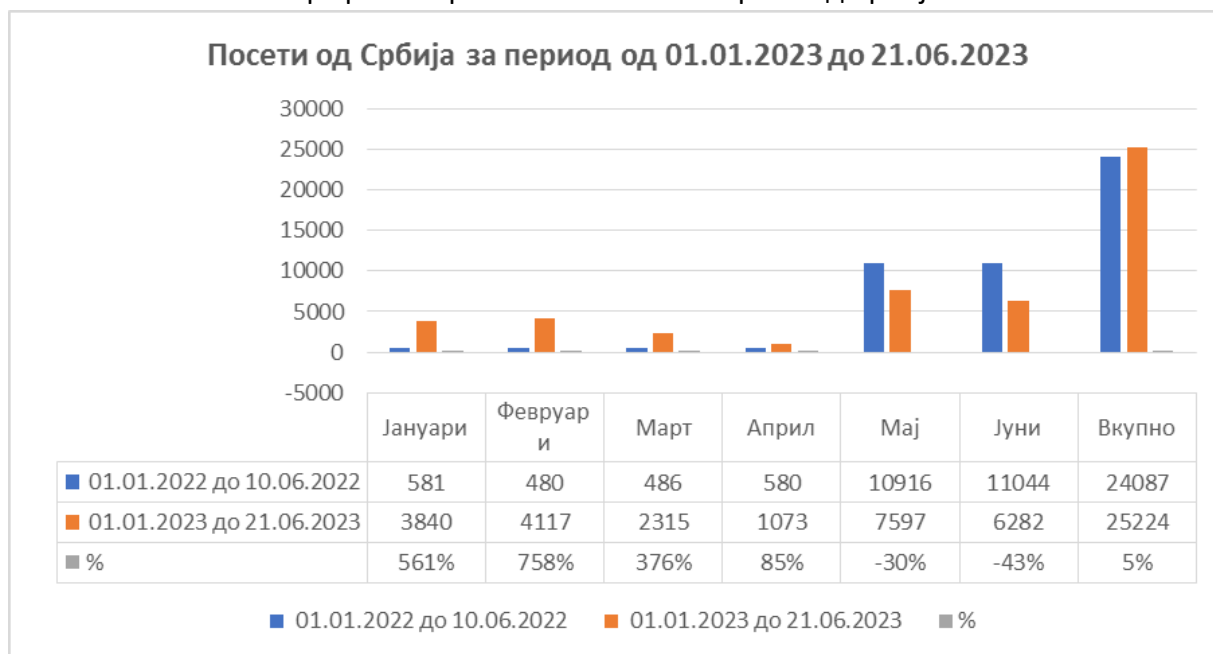
Извор: Државен завод за статистика

Онлајн медиуми

1. www.telegraf.rs/ Internet Grup , договор со архивски број 08/236-15 од 18.04.2023

2. www.politika.rs/, договор/нарачка со архивски број 08/236-16 од 24.04.2023

Графикон бр.10 Посети на веб страна од Србија



Извор: google analytics



Од графичкиот приказ бр 10 може да се забележи дека во април месец има раст од 85%, додека месеците мај, јуни додека траела медиумската кампања во Србија забележан е пад на посети на официјалната веб страна <https://www.macedonia-timeless.com>. Во архивата на АППТ се доставени извештаи, односно статистики од секој медиум за резултатите од медиумските активности, согласно параметрите за онлајн рекламирање.





ona

ona | Маке | Лепоти | Понуди | Трговина | Тргови | Понуди

Luxury Adults-Only

Discover the paradise at our... with a touch of luxury atmosphere.

Даревска Река и Камарица

8. јун 2023 | 11:50

View Source | 0 | 0

Letnji festivali i tradicionalne manifestacije u Severnoj Makedoniji, u balkanskoj kulturi

Svake godine u Skoplju, 21. juna, dočekuje se prvi dan leta i svetski dan muzike, početak 40-dnevnog Skopskog kulturnog letnjeg festivala, festivala koji vrede letnje noći. Skoplje pretvara u duhovno putovanje i doživljava mnoge lokacije pod otvorenim nebom u centru grada i Staroj skopskoj čaršiji.

1 | 14 <

ona

ona | Маке | Лепоти | Понуди | Трговина | Тргови | Понуди

Трговина

88.00 - 27.00

КУПУВАЈ ПАМЕТНО

8. мај 2023 | 18:02

Šta ne treba raditi tokom boravka u Severnoj Makedoniji

Makedanci su ponosni na tradicionalne vrednosti koje su ostale duboko ukorenjene u načinu života koji pulsira u ritmu 7/8 taktova

f t i x

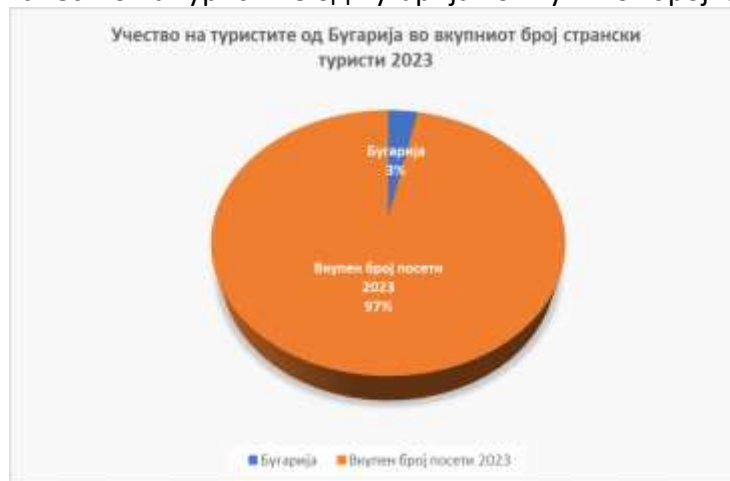
Tradicija jednog naroda je ožičenje sveg njegovog bogatstva, stoga makedonsko stvaralaštvo ima neprocenjivu vrednost kao kulturna okeleje.



1.2.2 Медиумска кампања во Бугарија 2023

Во 2023 година 3% од странските туристи (734139) односно 24676 посети оствариле бугарските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и промотивен пристап во 2023 година.

Графикон бр. 11 Учество на туристите од Бугарија во вкупниот број странски туристи



Извор: Државен завод за статистика



Графикон бр.12 Посети на веб страна од Бугарија

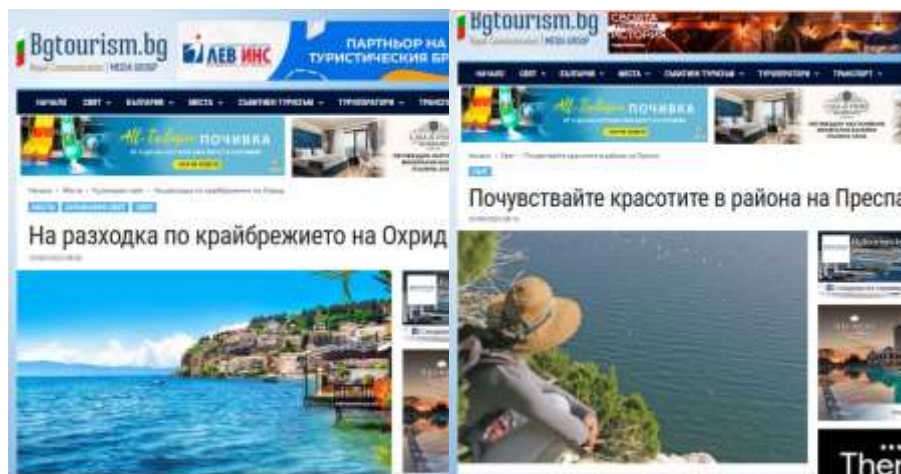


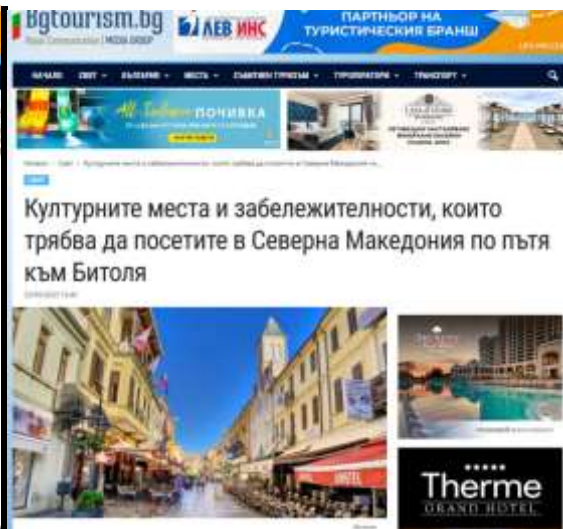
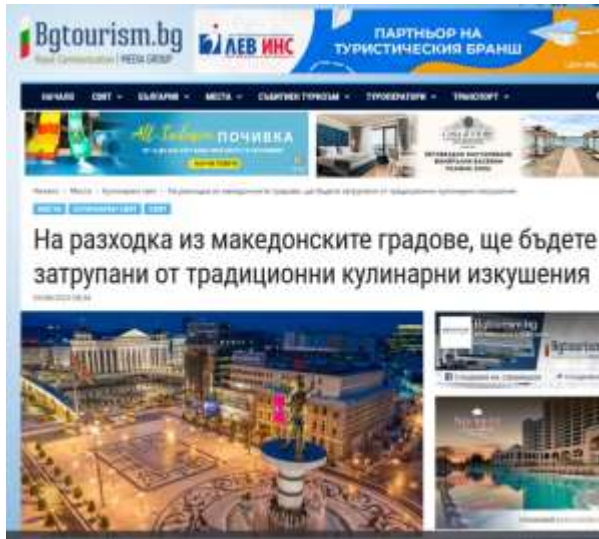
Извор: google analytics

Од графичкиот приказ бр 12 може да се забележи дека во април месец има раст од 22%, додека месеците мај, јуни додека траела медиумската кампања во Бугарија забележан е пад на посети на официјалната веб страна <https://www.macedonia-timeless.com>.

Онлајн медиуми:

1. www.bgtourism.bg, договор со архивски број 08/238-10 од 18.04.2023



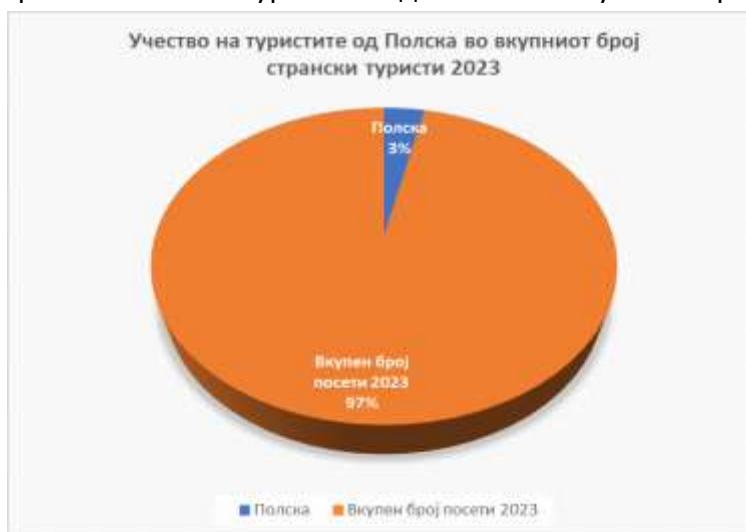




1.2.3 Медиумска кампања во Полска 2023

Во 2023 година 3% од странските туристи (734139 вкупен број странски туристи) односно 25760 посети оствариле полските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и промотивен пристап во 2023 година.

Графички приказ бр. 13 Учество на туристите од Полска во вкупниот број странски туристи



Извор: Државен завод за статистика

Графикон бр.14 Посети на веб страна од Полска споредбено 2022 со 2021



Извор: google analytics



Од графичкиот приказ бр 14 може да се забележи дека во април месец има раст од 98%, додека месеците мај, јуни додека траела медиумската кампања во Бугарија забележан е пад на посети на официјалната веб страна <https://www.macedonia-timeless.com>.

Онлајн медиуми:

1. Wykor.pl, договор со архивски број 08/239-08 од 18.04.2023



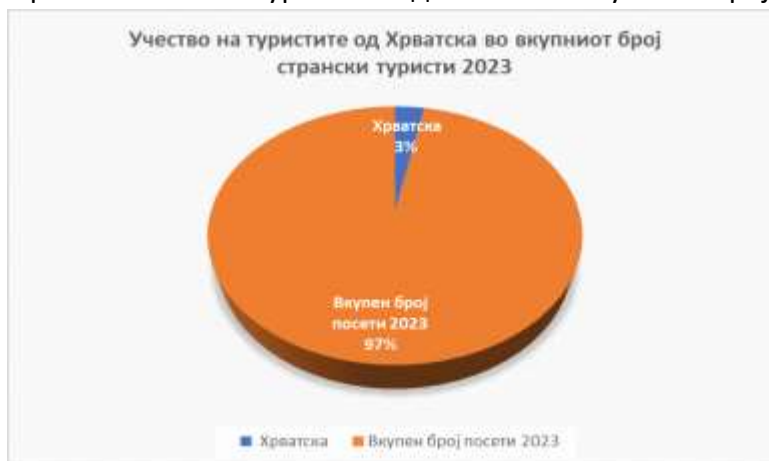




1.2.4 Медиумска кампања во Хрватска 2023

Во 2023 година 3% од странските туристи (734139 вкупен број на странски туристи) односно повеќе од 22908 посети оствариле хрватските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и промотивен пристап во 2023 година.

Графички приказ бр. 15 Учество на туристите од Полска во вкупниот број странски туристи



Извор: Државен завод за статистика



Графички приказ бр. 16 Посети на веб страна од Хрватска споредбено 2022 со 2021



Извор: google analytics

Од графичкиот приказ бр 16 може да се забележи дека има континуиран раст од вкупно 136% и во месеците април, мај, јуни додека траела медиумската кампања во Хрватска забележан е раст на посети на официјалната веб страна <https://www.macedonia-timeless.com>.

1. Online медиум index.hr, договор со архивски број 08-237/11 од 18.04.2023



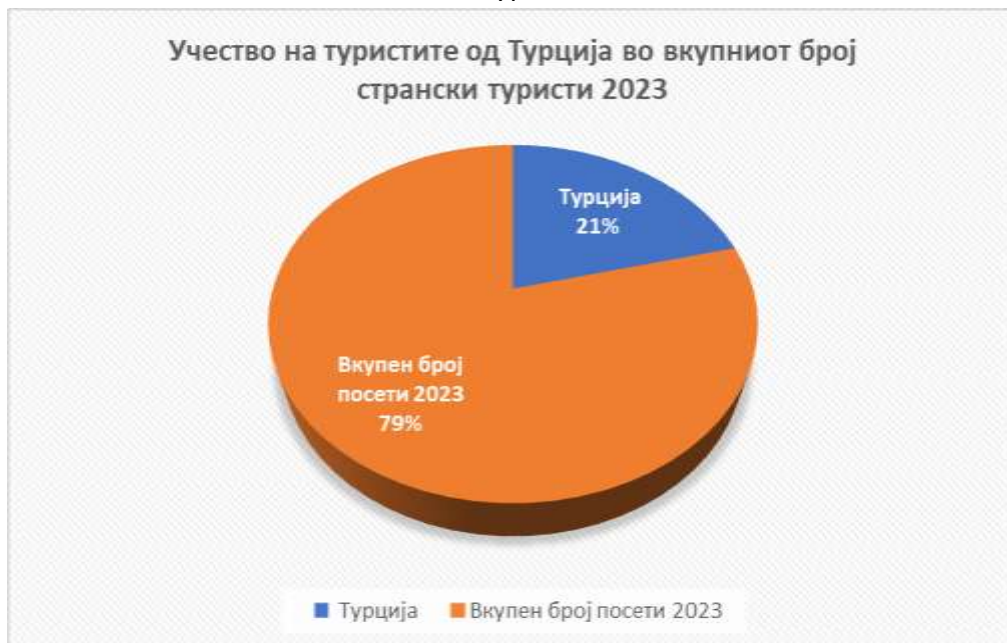




1.2.5 Медиумска кампања во Турција 2023

Во 2023 година 21% од странските туристи (734139 вкупен број на странски туристи) односно 195448 посети оствариле турските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и промотивен пристап во 2023 година.

Графички приказ бр. 17 Учество на туристите од Турција во вкупниот број странски туристи



Извор: Државен завод за статистика

Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2023 година, објавена во службен весник број 47 од 03.03.2023 година, и согласно одлуката на Управен одбор на АППТ донесена на ден 24.03.2023 година со архивски број 02-201/12, АППТ реализираше медиумска кампања во Турција во период од 20.04.2023 – 20.06.2023 г.



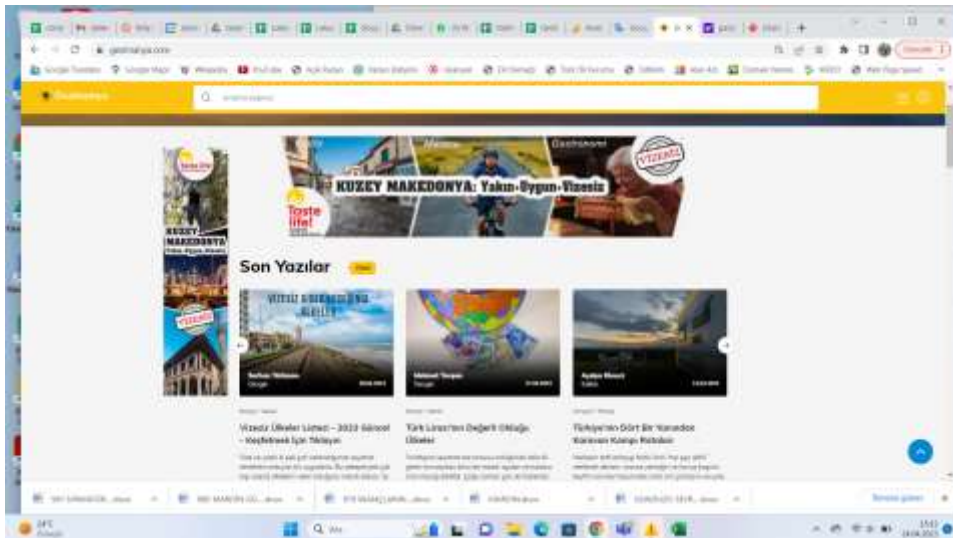
Графички приказ за медиумска кампања 20.04 – 20.06.2023 година



Извор: Google analytics

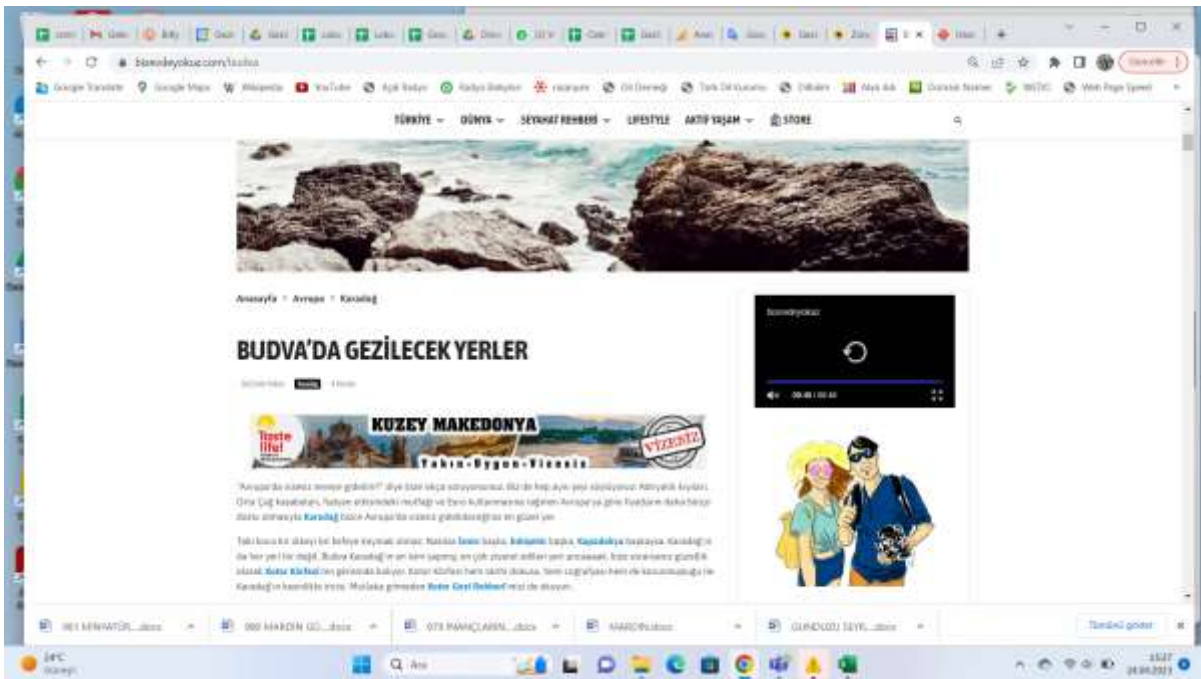
Во периодот кога се реализираше медиумската кампања во Турција, споредбено со истиот период претходната година согласно графиконот има раст од вкупно **358%** за посета на страната www.northmacedonia-timeless.com, од Турција.

1. www.gezimanya.com – 20.04.2023 – 20.06.2023 година
Банери, ПР артикли, фејсбук и инстаграм промоција, GOOGLE ADS.





2. BIZ EVDE YOKUZ – 20.04.2023 – 20.06.2023 година Банери





3. BIR HAYALIN PESINDE – 20.04.2023 – 20.06.2023 година



4. GASTROMANYA.COM – 20.04.2023 – 20.06.2023



одина



5. Gezenti ane – 20.04.2023 – 20.06.2023 година





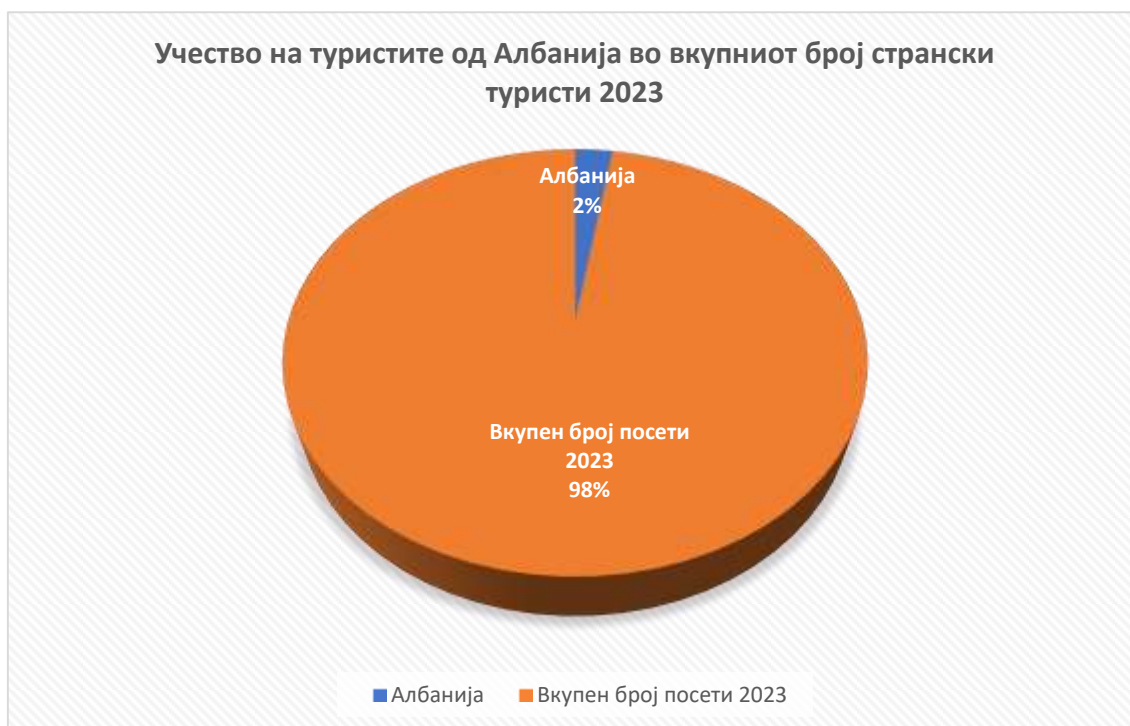
6. GOOGLE campaign



1.2.6 Медиумска кампања во Албанија 2023

Во 2023 година 2% од странските туристи (734139 вкупен број на странски туристи) односно повеќе од 18772 посети оствариле албанските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и промотивен пристап во 2023 година.

Графички приказ бр. 18 Учество на туристите од Албанија во вкупниот број странски туристи



Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2023 година, објавена во службен весник број 47 од 03.03.2023 година, и согласно одлуката на Управен одбор на АППТ донесена на ден 24.03.2023 година со архивски број 02-201/12, АППТ реализираше медиумска кампања во Албанија во период од 10.04.2023 – 10.06.2023 г.



Графички приказ за медиумска кампања 10.04 – 10.06.2023 година

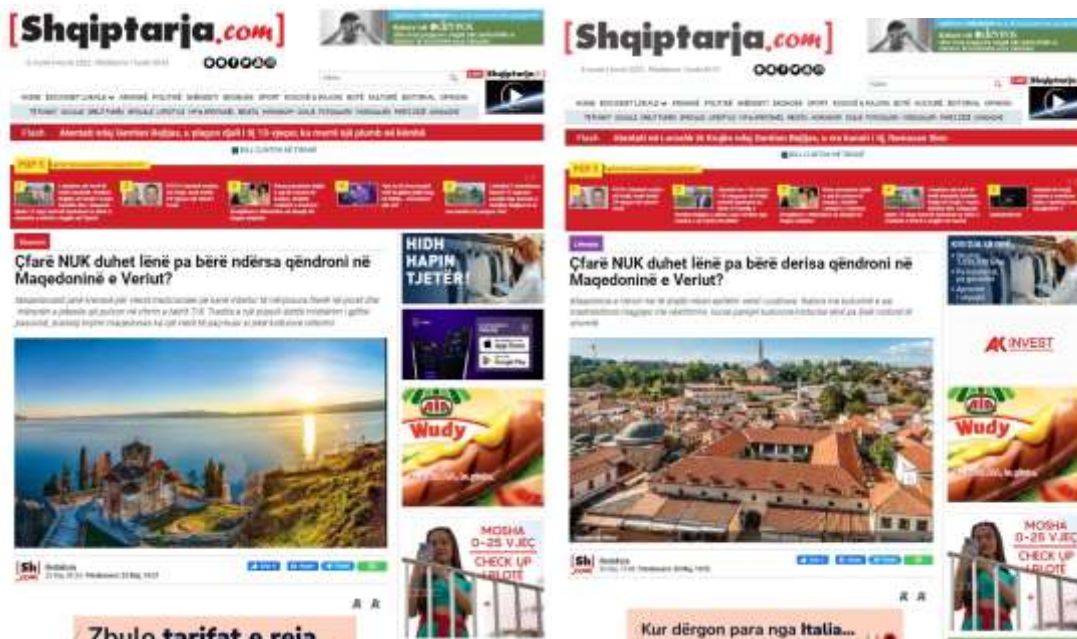


Извор: Google analytics

Во периодот кога се реализираше медиумската кампања во Албанија, споредбено со истиот период претходната година согласно графиконот има раст од вкупно **146%** за посета на страната www.northmacedonia-timeless.com, од Албанија.

7. www.shqiptarja.com – 10.04.2023 – 10.06.2023 година
Банери, ПР артикли, фејсбук, твитер и инстаграм промоција.





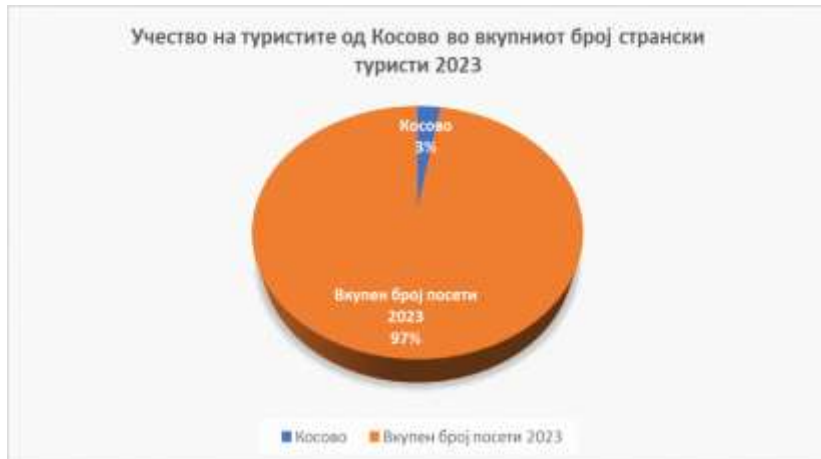
8. www.report-tv.al – 10.04 – 10.06.2023 година

1.2.7 Медиумска кампања во Косово 2023

Во 2023 година 3% од странските туристи (734139 вкупен број на странски туристи) односно 20259 посети оствариле косовските туристи, наметнувајќи ја потребата од интегриран маркетинг и промотивен пристап во 2023 година.



Графички приказ бр. 19 Учество на туристите од Косово во вкупниот број странски туристи



Согласно програмата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија за 2023 година, објавена во службен весник број 47 од 03.03.2023 година, и согласно одлуката на Управен одбор на АППТ донесена на ден 24.03.2023 година со архивски број 02-201/12, АППТ реализираше медиумска кампања во Косово во период од 20.04.2023 – 20.06.2023 г.

Графички приказ за медиумска кампања 20.04 – 20.06.2023 година

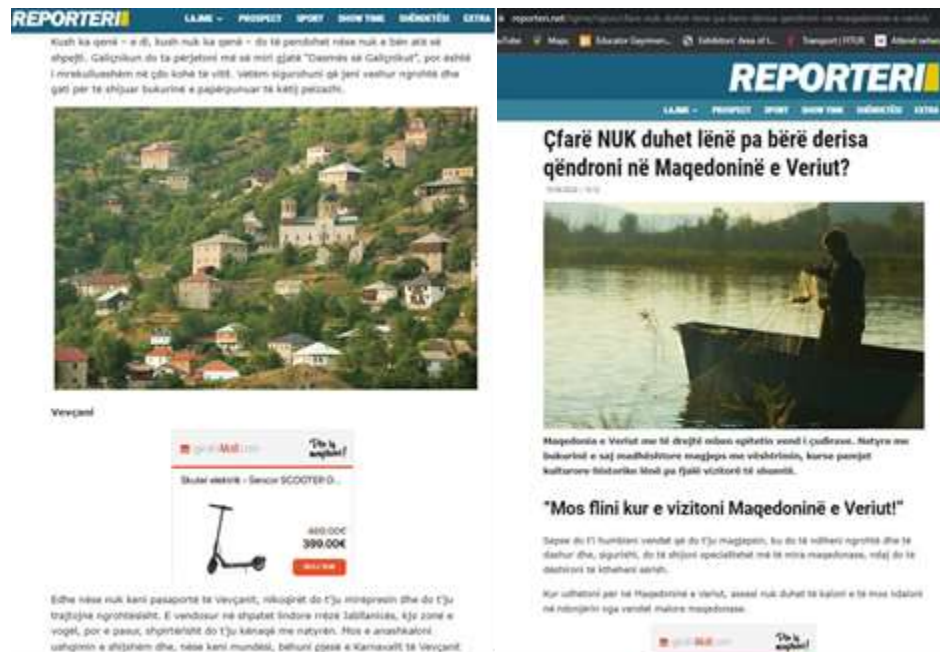
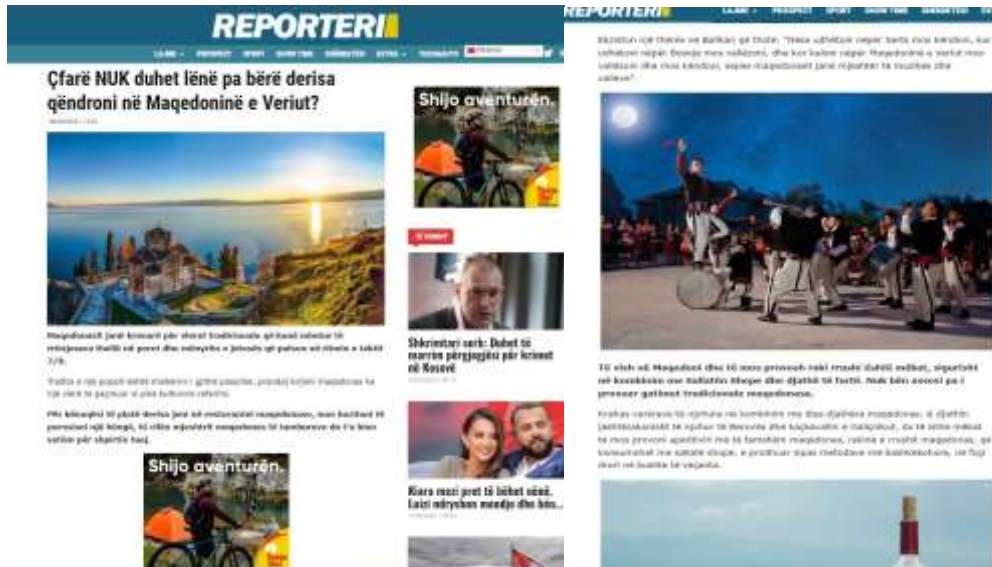


Извор: Google analytics



Во периодот кога се реализираше медиумската кампања во Косово, споредбено со истиот период претходната година согласно графиконот има раст од вкупно **136%** за посета на страната www.northmacedonia-timeless.com, од Косово.

- 9. www.reporteri.net – 20.04.2023 – 20.06.2023 година
Банери, ПР артикли, фејсбук, твитер и инстаграм промоција.





1.3 Хостинг, поддршка и одржување на македонскиот официјален туристички портал веб страната www.northmacedonia-timeless.com, како и хостинг поддршка и одржување на веб страната www.tourismmacedonia.gov.mk

се наменуваат 150.000,00 денари,

Оваа точка е целосно реализирана со објавена постапка во износ од 73.440,00 денари плус ДДВ и истата се исплаќа тековно на месечно ниво .

1.4. Организација на информативни патувања во Република Северна Македонија за блогери, влогери, инфлуенсери, туроператори, медиуми, новинари и други, чија цел е запознавање со туристичките потенцијали на нашата земја и промоција на туристичките дестинации и производи со цел постигнување на одредено ниво на препознатливост и конкурентност на македонскиот туристички производ

се наменуваат 300.000,00 денари, а се реализирани се 299.893,00 денари

1.4.1 Информативно патување “This Morning” Велика Британија

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот организираше информативно патување за реномираната дневна емисија This Morning која се емитува на телевизиската платформа ITV според рејтинг на гледаност најгледаната дневна емисија во Велика Британија. Патувањето се оддја во периодот од 17.04 до 20.04.2023 година на локациите Охрид и Скопје. Од ова информативно патување АППТ изврши успешна промоција на туризмот во Македонија на Британскиот пазар со два краткометражни филмови и едно вклучување во живо директно од Охрид кои биле погледнати од повеќе од 3 милиони гледачи во Велика Британија.

1.4.2 Информативно патување РТЦГ Црна Гора

На иницијатива на амбасадата на РСМ во Црна Гора, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот организираше информативно патување за претставници од



националната Црно Горска телевизија РТЦГ со цел да се снимат краткометражни туристички епизоди за градовите Скопје и Охрид како и вклучување во живо од Охрид. Патувањето се оддржа од 22.10 до 25.10 и се посетија повеќе локации како: кањон матка, старата скопска чаршија, црквата Св. Спас, обсервација на изработка на филигран како и најзначајните верски објекти во Охрид, Самуиловата Тврдина и обсервација на изработка на традиционален Охридски Бисер. Од ова информативно патување АППТ изврши успешна промоција на ЦрноГорскиот пазар.

1.4.3 Информативно патување Pandateria Film

Ова информативно патување се оддржа од периодот од 25.11 до 28.11 со цел да се снимат документарен филм за туристичките потенцијали на нашата земја на телевизкиот канал RA13 на емисијата за туризам Kilimanjaro. Патувањето започна во Скопје а потоа во Охрид и Маврово каде што преставниците од Pandateria Film ги документираа локациите: старата чаршија во Скопје каде се снимат и обсервација на изработка на филигран, кањонот Матка, археолошки музеј, националниот парк Маврово, Манастирот Јован Бигорски, стариот град Охрид, манастирот, Самуилова Тврдина, манастирот Св. Јован Канео, античкиот театар, обсервацијата на изработка на традиционален охридски бисер, манастирот Св. Наум и други локации. Од ова информативно патување АППТ изврши успешна промоција на националната италијанска телевизија на најреномираната туристичка емисија.

1.4.4 Информативно патување Juan and Migas Шпанија

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Р.С.Македонија имаше чест и задоволство да ги угости на промотивно информативно патување популарните водители и екипа на телевизиската серија Juan & Migas” која се емитува на Шпанската национална телевизија (TVE). Информативното патување беше организирано во периодот од



17.10.2023 до 20.10.2023 во Охрид, Битола и Скопје со посета и снимање на повеќе важни знаменитости и обележја на нашата земја, цркви и манастири, археолошки наоѓалишта, кањон Матка и старата скопска чаршија. Оваа емисија ќе оди промотивно на шпанскиот национален канал во Јануари 2024 година, за што навремено ќе добиеме известување и материјал за да објавиме и на нашите официјални страници за промоција на агенцијата.

1.4.5 Информативно Патување Avantura Balkan Србија

Во периодот од 28-29.10.2023 година се одржа квиз натпревар, претходно сниман во неколку балкански земји од соседството, за викендот со епизода од Скопје и во нашиот град беше одржан и финалниот дел од квизот со завршување на истиот и прогласување на победниците во финалето. Промотивно беше представено нашето културно, национално, историско и архитектонско богатство на главниот град, како и знаменитостите со кои располага нашиот град. Ова информативно патување беше и во соработка со општинските власти и Кабинетот на Градоначалничката на Г.Скопје, каде представник на градот за пречек на натпреварувачите беше заменик градоначалникот на градот г-дин Александар Трајановски кој им се обрати со неколку збора за промоција на историјата и значењето на градот, знаменитостите со кои градот располага и значењето на градот како Град на Солидарноста. Во Музеј на град Скопје каде се наоѓаат оригиналните поставки на Мајката Божица и Адам од Говрлево, како и спомен куќата на Мајка Тереза, имавме и добра соработка и успешна асистенција и со ЈСП и раководството од жичарата која го отвори Милениумскиот крст за потребите на снимањето.

Местата кои беа посетени се и Кањон Матка со возење на кајаци на вода, како и градскиот парк, кејот на реката Вардар и Мостот на уметноста, каде е скулптурата на познатиот македонски доајен на кинематографијата и глумата, Петре Прличко кој беше дел од загатките за одговор во квизот. На шеталиштето на кејот на реката Вардар се склопуваа Лего коцки од градови, со симболична асоцијација на Градот на Солидарноста



кој како Феникс повторно беше изграден по катастрофалниот земјотрес во 1963 година. Промотивни материјали и асистенција имаа од самиот почеток до крај на нивниот престој, како и целосна логистичка поддршка од нашата агенција.

1.5 Печатење на промотивен материјал (брошури, водичи, флаери, мапи, визит картички и слично)

Се наменуваат 800.000,00 денари,

Оваа точка е успешно реализирана со објавена постапка со вкупна сума од 716.496,00 денари.

1.6 Дизајн и изработка на ситен промотивен материјал (пенкала, чаши, УСБ, беџови, тефтери и друго) за промотивни туристички цели со цел промоција на Република Северна Македонија како турисичка дестинација.

Се наменуваат 59.000,00 денари,

Овој проект не е реализиран.

1.7 Продукција, дизајн и изработка на електронско издание на туристичка брошура со печатена подготовка на фото брошура. Фото брошурата ќе биде една од главните промотивни алатки на Република Северна Македонија на социјалните медиуму, односно под одреден специфичен и карактеристичен хаштаг кој ќе биде активен на Инстаграм со користење на хаштаг #SafeLikeHome, #домасиедома, #allinMacedonia, #domasiedoma, #askundsineshtëpi. Тематските фотографии ќе прикажуваат различни перспективи на нашата земја, природни убавини, културни и традиционални настани и манифестации, луѓе, историја и се она што и дава оригинален и безвремен карактер на Република Северна Македонија.

Се наменуваат 50.000,00 денари,

Проектот е целосно реализиран без финансиски импликации.

1.8 Продукција, дизајн и изработка на електронски изданија на туристичка брошура со печатена подготовка како и продукција на видео материјал за:



- Верски туризам (манастири, цркви, џамии и др.) во Република Северна Македонија како туристичка дестинација согласно стратегијата за развој на верски туризам;
- еколошки одржлив туризам “Travel like a local” во Република Северна Македонија;
- традиционални специјалитети кои се важен дел од понудата во регионите, со цел збогатување на туристичката понуда и зголемување на промоцијата на државата;

Се наменуваат 950.000,00 денари,

Овој проект не е реализиран.

1.9 Изработка на видеа за старите занаети и традиција во Република Северна Македонија, како сегмент од креативните индустрии поврзани со традициите, обичаите и идентитетската матрица на жителите во нашата држава, а чие што зачувување и одржување блијаат и врз збогатувањето на туристичката понуда и сегментот поврзан со културниот туризам;

Се наменуваат 200.000,00 денари, Овој проект не е реализиран.

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 за давање поддршка на проекти, административни работи како и за поддршка на стопанството. Оваа година е во знакот на активните форми на туризам, се мапираа потенцијалните точки и региони кои нудат можност за развој на активни форми на туризам и нивна одржливост со давање на поддршка во повеќе аспекти и истите се пласираат во едни од најпопуларните дестинации на кои туристите ќе можат да си ги задоволат своите туристички афинитети. Поддршка и промоција на најпопуларните излетнички дестинации како составен дел на туризмот ќе овозможи нови, одржливи атракции и зајакнување на локалниот и регионалниот економски развој. Главната цел на ваков тип на активности е општ пораст и развој на туризмот како индустриска гранка во земјава и воедно пораст на една целна група на авантуристи, кои се симбол за авантура и независност.



Покрај делот на активности од типот на изработка и реализација на проекти за поддршка во туризмот, АППТ е задолжена и за формирање, организација и постапка за отуѓување на земјиште во државна сопственост согласно Законите за автокампови и Туристички развојни зони.

Во Извештајот за извршена ревизија за успешност бр. 0202021 00 65 на Државниот завод за ревизија се наведени неколку недостатоци во врска со исполнувањето на законската рамка за оваа намена и тоа за разграничување на можностите и капацитети за успешност на Агенцијата со примената на Законите за ТРЗ и автокампови, посебно во делот на отуѓувањето на граѓеното земјиште и препорака да се продолжи со отпочнатите активности за измена на законските регулативи и нивно усогласување со постоечкиот Закон за отуѓување на градежното земјиште и Законот за просторно уредување

Во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во секторот проекти, поддршка на туризмот и административно правни работи, во Програмата за промоција и поддршка на туризмот за 2023 година беа наменети вкупно 1.600.000,00 денари, наменети за следните активности:

1. Продолжување на проектот „Поставување на туристички информативни знаци“. Овој проект е одпочнат минатата година и со него се означуваат со туристички патокази и знаци, така наречени кафени ознаки, неколку туристички атракции на потегот на новиот автопат Скопје – Штип, како и на новиот експресен пат Штип- Радовиш до Струмица, со цел поголема информираност на потенцијалните домашни и странски патници по овие патни правци;

се наменуваат 700.000,00 денари. Проектот е во звршна фаза но долго време се чека на одобрение за поставување на знаците од страна на Министерството за транспорт и врски за целосно завршување на проектот.

2. Изработка на гастрономска карта со традиционални специјалитети кои се важен дел од понудата во регионите, со цел збогатување на туристичката понуда и зголемување на промоцијата на државата;

се наменуваат 300.000,00 денар. Оваа активност е реализирана.



3. Проект „50 села, 50 приказни“, наменет 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. Проектот е повеќегодишен развоен, а во првата година се предвидува теренско истражување за можностите за рурален туризам, селекција на изборот на 50 села и информирање на јавноста и владата за понатамошно продолжување на проектот со финансиски импликации;

се наменуваат 50.000,00 денари. Оваа активност е реализирана.

4. Проект „5 рути за верски туризам“, проект кој произлегува од Националната стратегија за верски туризам, каде агенцијата е задолжена за предлог и изработка на 5 рути од верски карактер и предлог за нивна целосна употреба до оние туристички агенции кои работата на дојдовниот туризам;

се наменуваат 50.000,00 денари. Оваа активност е реализирана треба да се достават само турите до заинтересирани страни.

5. Работилница за подигање на свеста за значењето на верскиот туризам, која исто така произлегува од Националната стратегија за верски туризам, каде агенцијата е задолжена да одржи една работилница со туристичкиот сектор и друге чинители во туризмот;

се наменуваат 300.000,00 денари. Не се реализирани.

6. Проектот „Заштита на постоечките и обнова на старите занаети во функција на туризмот“. Проектот предвидува иницирање на креирање на чаршиски атрактивен простор каде се сконцентрирани занаетчи. Изработка на QR кодови и дигитална промоција на туристичката локација преку воведување на софтверски апликации за дигитални платформи,

се наменуваат 50.000,00 денари. Оваа активност тековно се реализира.

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,



се наменуваат 50.000,00 денари. Тековно се реализира.

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

се наменуваат 50.000,00 денари. Во тек се активности за ТРЗ Сарај-езеро Треска.

9.Аплицирање на европски фондови, фондови од донаторски организации, национални програми и друг,

се наменуваат 50.000,00 денари. Тековно се реализира.

Добиен е грант на проект од ИПА 2 компонентата за прекугранична соработка со Република Грција за активности за проект „АБОВЕ“ или во превод „Од горе“ во износ од 167.803,00 евра, само за нашата држава. Почетокот на проектот е 03 Март 2022 година и е во тек негова реализација се до завршување на истиот ноември 2023 година.

Проектот има главна активност на промоција на регионите во пограничниот дел со Република Грција преку изработка на неколку кратки спотови и едночасовен филм снимени со дрон од високо.

Исто така изработена е и веб страница за проектот www.abovemkgr.com каде може подетално да се најдат информации за овој европски партнерски проект.

За оваа намена обезбедени се средствата во висина од 2.000.000,00 денари од сметка 785 на самата Агенција. Оваа активност се реализира тековно согласно Акцискиот план.



III Субвенционирање на странски организиран туристички промет

Во Секторот за проекти, поддршка на туризмот и административно-правни работи функционира и Одделението за проекти и поддршка на туризмот – канцеларија Струга, со решение број бр.10-463/2 од 13.08.2020 год. и измени на решение со број 10-483/1 од 16.08.2021 година, 10-483/2 од 22.11.2021 и 10-16/21 од 19.05.2023, од страна на директорот на АППТ, формирана е Комисија за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет, која брои претседател, заменик претседател, 4 членови и 4 заменици членови. Исто така со овластување број 010-358/1 од 27.04.2018 и измени бр.03-02/84 од 13.08.2021 и бр.03-02/85 од 13.08.2021, од страна на директорот формирана е работна група од три членови за постапување по барањата во второстепена постапка.

Одделението постапува согласно Закон за основање на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на РМ ("Службен весник на РМ" бр.103/08, 156/10, 59/12, 187/13 и 41/2014); Правилник за начинот, видот и висината на субвенциите (Службен весник на Република Македонија бр.53/13, 147/2014, 50/2015 и 32/16) и Законот за општа управна постапка ("Службен Весник на Република Македонија" бр.124/2015).

Согласно Програмата за промоција и поддршка на туризмот за 2023 година Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за субвенционирање на странскиот организиран туристички промет наменети се вкупно 42.500.000,00 денари, од кои 2.000.000,00 денари од буџетска сметка 637, а остатокот на средствата во висина од 40.500.000,00 денари се обезбедуваат од сметка 631 од игри на среќа.

Извештај за примени предметни барања за субвенции за периодот од 01.01.2023 до 31.12.2023 година:

До Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет, за периодот од 01.01.2023 до 31.12.2023, пристигнати се 1505 предметни барања (35 за групи во 2022 и 1470 за групи од 2023 година, примени и обработени согласно одредбите од Правилникот за начинот, видот и висината на субвенциите ("Службен весник на Република Македонија" бр.53/13, 147/14, 50/15 и 32/16) и Законот за општа управна постапка ("Службен весник на Република Македонија" бр. 124/15).



Во прилог податоци за доставените барања за субвенции, претставени согласно различни критериуми и табела за предмети во второстепена постапка.

Табела 1. Број на поднесени барања за субвенции, број на целосно/ делумно одобрени и број на одбиени барања, согласно видот на превоз односно согласно доставената предметна документација.

Реден број	Вид на превоз/вид на барање	Број на поднесени предметни барања	Број на целосно/ делумно одобрени барања	Број на одбиени барања	Во обработка
1	СУ1 автобуски превоз	51	30	15	6
2	СУ2 авиоснки превоз	167	113	1	53
3	СУ 6 комбинирани и кружни тури	1287	398	300	589
	Вкупно	1505	541	316	648

Табела 2. Број на странски туристи за кои се поднеле барања за субвенции, број на странски туристи за кои се одобрила субвенција и број на странски туристи за кои не се одобрила субвенција, според видот на превоз односно видот на барање на доставената предметна документација.

реден број	Вид на превоз/вид на барање	Број на лица за кои се поднесени предметни барања	Број на одобрени лица	Број на одбиени лица	Во обработка
1	СУ1 автобуски превоз	1839	1028	308	503
2	СУ2 авиоснки превоз	16986	11736	379	4871



3	СУБ комбинирани и кружни тури	50202	13966	4429	31807
	Вкупно	69027	26730	5116	37181

Табела 3. Број на странски туристи за кои поднеле барања за субвенции, број на лица за кои се одобрила субвенција и број на лица за кои не се одобрила субвенција, според земјата на доаѓање на странските туристи.

реден број	Земја на потекло на странските туристи	Број на лица за кои се поднесени предметни барања	Број на одобрени лица	Број на одбиени лица	Во обработка
1	Австрија	511	226	12	273
2	Англија	2955	2593	107	255
3	Бугарија	156	156	/	/
4	Германија	342	114	26	202
5	Израел	325	159	43	123
6	Малезија	1657	1347	310	/
7	Норвешка	187	95	2	90
8	Полска	6749	3830	958	1961
9	Турција	42402	10764	3033	28605
10	Холандија	10728	6354	84	4290
11	Хрватска	260	70	190	/
12	Чешка	120	/	71	49
13	Шведска	98	97	1	/
14	Разно	2537	596	184	1757
	Вкупно	69027	26401	5021	37605



Табела 4. Податоци за број на предмети во второстепена постапка

Број на поднесени жалби	Број на уважен и жалби	Број на одбиени и отфрлени жалби	Број на поднесен и тужби	Број на позитивно решени управни спорови	Број на одбиени и отфрлени тужби	Број на предмети во постапка
28	13	2	0	0	2	16

Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет за предметните барања за субвенции, секоја година доставува годишен извештај до Комисија за заштита на конкурентност КЗК. Два пати годишно се доставува извештај И31 до Министерството за информатичко општество, првиот извештај се доставува за периодот 01-01-30.06 за тековната година, каде се опфаќаат податоци за сите примени барања за субвенции во тој период, колку од нив се обработени, колку чекаат за работа, колку се обжалени и каков е исходот од жалбената постапка по истите. Извештајот се доставува до МИО најдоцна до 31.07 во тековната година.

Вториот извештај И31 каде се опфаќаат исто така податоци за сите примени барања за субвенции во тој период, колку од нив се обработени, колку чекаат за работа, колку се обжалени и каков е исходот од жалбената постапка по истите. Извештајот се поднесува за периодот од 01.07-31.12 во тековната година, и истиот се доставува најдоцна до 31.01 следната година.

Покрај поставениот материјал на веб страната www.tourismmacedonia.gov.mk, со сите потребни законски акти и препораки за подготовка и достава на соодветна документација за барање за субвенции, со подносителите на барањата за субвенции и нивни овластени лица, Комисија за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет за предметните барања за субвенции, остварува и работни средби на кои на заинтересираните странки им се објаснуваат сите нејаснотии околу предметните барања, начинот и видот на апликации, како и тоа кои документи се соодветни за аплицирање, кои треба да ги достави подносителот за да го оствари



правото на доделување на субвенции. Ваков вид на средби, во изминатиот период Комисијата одржа со следните пондосители: ТУИ Холандија преку овластен ленд оператор КТМ Воијаге, Корендон преку овластен ленд оператор Фибула Ер Травел, Рего бис преку овластен ленд оператор Вис Пој, Rainbow преку овластен ленд оператор Фибула Ер Травел, Landways Албанија и др.

Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет во функција на поголема кооперативност и функционалност, организира презентација, на која беа поканети подносителите (кои во текот на изминатите години поднеле барања за субвенции), хотелиери и други засегнати чинители во областа на туризмот. Настанот беше одржан на 24.03.2023 година со во хотел Јуник, на кој учествуваа 24 туристички работници, претставници на 6 туроператори.

На презентацијата беше укажано на следните сегменти: потребни документи за сите видови барања на субвенции, како треба истите да изгледаат, најчести грешки и пропусти при достава на документацијата, начин на достава, почитување на рокови и можност за жалба, со цел подносителот да го оствари правото за субвенции. Присутните, исто така имаа можност лично да поставуваат прашања до членовите на Комисијата за доделување на субвенции за странски организиран туристички промет и да добијат одговор и појаснување.

Одделението во Струга изработува и материјали во рамки на проектот за заживување на старите занаети, при што текстови со фотографии од занаети се објавуваат на веб страната на АППТ. Вработените во АППТ Струга учествуваат во реализација на дел од ФАМ патувањата, присуствува на: обуки за користење на СИРЕРА системот, обуки за туризам во рамки на проектот за меѓугранична соработка **“Struga and Pogradec for promoting of tourism and cultural heritage – COOLTOUR”**, обуки за LinkedIn и истражување за потребите на туристичкиот сектор во рамки на проектот на ЦЕФЕ Македонија **“Vocational Innovation Renewing Tourism Advanced Learning” (V.I.R.TU.A.L.)- ERASMUS-EDU-2022-CB-VET**. Исто така учествуваа на саемски промоции и на настани поврзани со Опен Блкан. Од страна на вработените во Канцеларијата на АППТ во Струга, беа изготвувани анализи, извештаи, предлози за подобрување на работата, предлози за годишна програма на АППТ и др. согласно барањата на претпоставените лица .



1. Туроператори кои добиле субвенција во 2023 и исплатени износи:

Во 2023 исплатени се субвенции во висина од 662.200 евра, на следните туроператори:

Пине Холидеј, Скопје; Potocki travel, Hrvatska; Компас – Скопје; КТМ Воијаге, Охрид; ТА Вис Пој, Охрид; ТА ДМЦ Балканс Доо Охрид; Мак Сан Травел, Скопје; Енџој Балканс, Скопје; Landways, Албанија; ТА Алтамира, Полска; ТА Фрувеј, Полска; Rainbow Полска; Viya Travel, Бугарија; Bohemija, Bugarija; Corendon International Singaporestraat Холандија; Пега Бис Полска; TUI Netherlands Ziuterval Холандија; Biuro turystyczne Visit Balkan, Полска; ТА Камелија, Скопје.

2. Туроператори кои се одбиени со наведени причини:

2023	
Туроператор	Причини за одбивање
ДМЦ Балканс, Охрид	Нема валидно решение за категоризација на хотел
Енџој Балканс, Скопје	Нема валидно решение за категоризација на хотел
Лендвејс, Албанија	Нема достава по известување
ВБ Турс, Хрватска	Нема достава на Су 4 образец
Вија Травел, Турција	Нема достава по известување, нема валидно решение за категоризација на хотел
СК Experitour, чешка	Нема достава по известување, нема докази за плаќање
КТМ Воијаге, Охрид	Нема достава по известување



Камелија Турс, Скопје	Некомплетни документи за превоз
Визит Балкан, Полска	Нема валидно решение за категоризација на хотел
Пине холидејс- Поточки травел	Нема достава по известување
Пине Холидејс, Скопје	Нема достава по известување
Рего Бис, Полска	Нема валидно решение за категоризација на хотел
Компас, Скопје	Нема валидно решение за категоризација на хотел
Мац Сун, Скопје	Нема достава по известување
Wtatil, Турција	Нема достава по известување, нема валидно решение за категоризација на хотел

3. Причини поради кои има сеуште барања за субвенции кои се во постапка се следни:

- Зголемен обем на работа во споредба со 2019 година (претходна година со најголем број на барања) за 64%
- Паралелни тековни работни обврски на вработените/членови на комисијата за субвенции по систематизација на работно место
- Користење на законски можности за продолжување на рокот за достава на документацијата, на барање на странките и поради сложеност и обемност на документацијата



- Немање на вработено лице – правник, во АППТ неопходно за толкување на прописи и примена на истите при изработка на акти, при носење одлуки, во процесот на управна постапка...
- Користење на годишни одмори, боледувања, службени патувања...
- Недостаток на административни службеници за канцелариско и архивско работење, раководно лице во канцеларијата на АППТ во Струга (голем дел од овие работни места се покриени со овластувања, дадени на истите лица кои се дел од комисијата за субвенции)

Напомена: Во сите изминати години нема затворање на претходна година пред крајот на април или споредбено:

За предметите од 2019, последните решенија се донесени на 24.07.2020

За предметите од 2021, последните решенија се донесени на 24.04.2022

За предметите од 2022, последните решенија се донесени на 26.05.2023

Дополнителна информација: Остануваат за исплата донесените решенија за предметите од 2023, за кои во буџетот немаше средства за исплата во претходната година.

Со дописи 05-392/1 од 26.09.2023, 05-392/2 од 20.10.2023 и 05-392/4 од 21.11.2023 побарано е одобрување за користење на средства од сметка со посебни давачки од игри на среќа од Министерство за финансии, но добиен е негативен одговор, односно не е одобрено нивно користење.

IV Расходи по ставки за буџетска сметка 637 за 2023та година.

Расходи по ставки за 2023 година				
Програма - Ставка		Одобрен план	Реализација	Остаток
1	420- Патни и дневни расходи	1,320,000.00	1,219,234.00	100,766.00
2	421-Комунални услуги, греење,	1,770,000.00	1,541,470.00	228,530.00
3	423- Материјали и ситен инвентар	1,280,000.00	329,131.00	950,869.00



4	424- Поправки и тековно одржување	1,620,000.00	1,620,000.00	0.00
5	425- Договорни услуги	15,000,000.00	12,666,466.00	2,333,534.00
6	426 - Други тековни расходи	1,030,126.00	882,755.00	147,371.00
7	462- Субвенции за приватни	1,600,000.00	1,595,884.00	4,116.00
8	464- Разни трансфери	80,000.00	0.00	80,000.00
9	480- Купување на опрема и машини	379,874.00	102,488.00	277,386.00
	Вкупно	24,080,000.00	19,957,428.00	4,122,572.00

Сметка 631 за 2023

Програма - Ставка		Одобрен план	Реализација	Остаток
1	462- Субвенции за приватни	40,500,000.00	40,478,553.00	21,447.00
	Вкупно	40,500,000.00	40,478,553.00	21,447.00

Сметка 787 за 2023

Програма - Ставка		Одобрен план	Реализација	Остаток
1	425- Договорни услуги	1,992,000.00	1,515,968.00	476,032.00
	Вкупно	1,992,000.00	1,515,968.00	476,032.00

Сметка 785 за 2023

Програма - Ставка		Одобрен план	Реализација	Остаток
1	420- Патни и дневни расходи	210,000.00	182,860.00	27,140.00
2	423- Материјали и ситен инвентар	150,000.00	3,750.00	146,250.00
3	425- Договорни услуги	4,251,392.00	3,428,839.00	822,553.00
	Вкупно	4,611,392.00	3,615,449.00	995,943.00



Точки на подобрување во туристичката индустрија

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

Креативноста, ресурсите и капацитетите на АППТ и туристичкиот сектор краткорочно и долгорочно се користат за враќање на туризмот и зголемување на бројот на туристи на локално и државно ниво. Ова се реализира паралелно со активностите за закрепнување на туризмот кое треба да биде зелено, односно искористување на обновливите извори на енергија и зачувување на животната средина, со цел развој и практикување на одржливи форми на туризам.

Затоа е време за позитивни промени и тоа што треба да се инплементира во наредниот период, напорите се насочени кон создавање на нов концепт на туризмот со прераснување на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во Национална туристичка организација – НТО и услови за третирање на туризмот како земјите од “Отворениот Балкан” и Европа на ниво од министерство, со зголемени ингеренции во делот на формирање туристичка инспекција и туристичка полиција. Реорганизацијата ќе овозможи да креираме законски подобрувања, инплементирање на истите и доволно конкуренти со земјите од “Отворен Балкан” кој сам по себе создава пазар од 11 милиони домашни туристи. Потребно е континуирано зголемување на буџетот на АППТ согласно растот на туристичката индустрија.

Точки на кои треба да се работи во периодот што следи се отпочнување на национална кампања на youtube и google, туристичко брендирање на дестинацијата, патно означување на туристичките атракции, брендирање на граничните премини, дигитализација, градење на платформата E-



туризам и проекти со кои јасно ќе започнеме со развој на руралниот туризам, а многу брзо ќе ги видиме и придобивките од истиот, проект „ 50 села, 50 приказни, проект „ 5 рути за верски туризам, проект„ “истражи го македонското рурално богатство -истражи, вкуси и сликај”, се само дел од активностите за туристички развој во наредниот период. Е-платформа, односно информациски систем за дигитализација интегрално ќе го поврзува целиот туристичко-гостинелски сектор, јавните и државни институции од Република Северна Македонија истата би претставувала централно место за евиденција на давателите на туристички услуги и туристи како и управување со податоци од истите.

По речиси три години прекини на патувањето поради пандемијата КОВИД-19, кинеските граѓани можат постепено да почнат да патуваат, многу туристички субјекти го спомнуваат „силниот потенцијал“ на туризмот од Кина - најголемиот пазар за извор на туризам во светот. Во 2019 година (година пред пандемијата), од Кина се реализирале 170 милиони меѓународни патувања. Во 2023 година се предвидува околу 110 милиони патувања, според Институтот за истражување на кинескиот надворешен туризам Волфганг Арлт (Wolfgang Arlt). Во 2030 година тој број се предвидува да се зголеми на 228 милиони патувања. Во оваа насока беше и состанок на директорот Јаневски со He Binghua, економски советник во амбасадата на Народна Република Кина во Скопје и Jinlei Huang, аташе во амбасадата. Не информираа дека рестрикциите за ковид – 19 за кинеските туристи се тргнати и повторно почнаа да патуваат низ светот. Атрактивна дестинација за кинеските туристи е Западен Балкан и поради тоа потребна е иницијатива за олеснување на процедурата за издавање туристички визи при посета на Северна Македонија. Соседните држави Србија и Албанија ги имаат укинато визите за кинеските туристи и согласно соработката на Отворен Балкан треба да се искори можноста овие патувачи да поминат и неколку дена во нашата земја.

Визијата каков туризам треба да градиме е вткаена преку поставените цели, односно мисијата и целта за 2024 година, се: надминување на 3,2 милиони ноќевања и повеќе од 430 милиони долари од туристичката индустрија. Долгорочно се цели кон надминување на најуспешната туристичка година во Северна Македонија, а тоа е 1988 година кога се реализирани повеќе од 3,7 милиони ноќевања, истото да се оствари и во 2025г.