



АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



СТРАТЕШКИ ПЛАН ЗА 2020 ГОДИНА



АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ НА
РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Почитувани,

Пред Вас стои стратешкиот план на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, за 2020 година. Искуството низ годините ни покажа колку е важно суштински да ја користиме оваа моќна алатка која доколку правилно се користи и инкорпорира во целокупната работа на Агенцијата, претставува еден вид водилка кон успешно реализирање на визијата, мисијата и целите кон кои се стреми Агенцијата.



Несомнено во центарот на нашето внимание секогаш се активностите поврзани со континуируваниот раст на странските туристи во Република Северна Македонија, но и свртување на вниманието на домашните туристи кон неоткриените убавини на нашата земја. Покрај активностите поврзани со промоција, Агенцијата секогаш е тука да го поддржи туристичкото стопанство во делот на создавање нови туристички атракции, како и да обезбеди субвенции за истото.

За успешноста на нашиот тим говорат и спроведените анализи од претходните години каде јасно се гледа покачувањето од 12% на странски туристи и бројот на ноќевања за 15% споредбено со изминатите две години. Порастот во бројот на туристи и ноќевања се одразува и во пораст на девизниот прилив по ставка туризам, каде се регистрира пораст од 16.7% за 2018. Токму овој успех, претставува огромна мотивација за нашиот тим да продолжи посветено и ентузијастички да работи кон континуирано остварување на целите и приоритетите наведени во стратешкиот план, издигнувањето на пиедесталот на конкурентниот светски туристички пазар, а Република Северна Македонија во центарот на туристичката мапа, постојано ќе биде во фокусот на нашата работа.

Нашата визија 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, менаџирање на природните ресурси, отварање на нови зелени работни места, зајакнување на руралниот туризам, еко туризмот и одржливост на дестинацијата. Храбро чекорејќи кон предизвиците кои ни претстојат, несомнено веруваме дека во иднина Агенцијата ќе прерасне во Национална туристичка организација, а со тоа нашата холистичка перцепција за заземање значајна позиција во мрежата на светски препознатливи туристички дестинации ќе биде поблизу до својата реализација.

Агенција за промоција и поддршка на туризмот на
Република Северна Македонија
Директор
Љупчо Јаневски



Содржина:

Вовед.....	3
I. АНАЛИЗА НА СОСТОЈБА И SWOT АНАЛИЗА НА АГЕНЦИЈАТА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ.....	8
II. Мисија.....	10
III. Визија.....	10
IV. Стратешки цели и приоритети:.....	11
V. Преглед на постигнатите резултати во 2018 и 2019 година.....	13
ТАБЕЛАРЕН ПРИКАЗ НА СТРАТЕШКИ ПЛАН 2020.....	19
Осврт и предвидувања.....	47



ВОВЕД

Стратешкиот план на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за 2020 година овозможува донесување на неопходна рамка на активности за воспоставување на потребните институционални услови за спроведување на политиките за реализација на стратешките цели, а со тоа остварување на визијата за континуиран раст на странските туристи во Република Северна Македонија.

Во првиот дел од Стратешкиот план најнапред е дадена анализата на состојба, мисијата, визијата, задачите и обврските на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, нејзината специфичност како и приоритетите и целите на истата.

Така, за реализација на стратешките приоритети и цели на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, за 2020 година во планот се утврдени 6 (шест) приоритети: оптимизирана внатрешна организација на АППТ, реализација на програмските активности, нови форми на промоција, Зајакнување на односот со туристичкото стопанство, Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракции и поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор.

За спроведување на секој приоритет поединечно се разработени по неколку цели, како би се добила чиста слика за она кон Агенцијата се стреми да го постигне во наредната година. Понатаму во овој дел е даден освртот на постоечките резултати во 2018 и 2019 година каде јасно се гледа успешната работа на Агенцијата која изминативе години успеа да ја однесе државата на ново ниво на туристичка препознатливост.

Во вториот дел од Стратешкиот план прикажани се плановите за спроведување на стратешките програми и активности, нивната поврзаност со стратешките приоритети на Владата на Република Македонија, Националната програма за усвојување на правото на Европската Унија (НПАА) како и поврзаноста со



стратешките приоритети и цели на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот. Притоа, при утврдувањето на целите за секоја од стратешките програми се водеше сметка таа да биде по т.н. SMART формулација, а за секоја од програмите и потпрограмите беа утврдени соодветни показатели на успешност, конкретни активности, одговорни и консултирани страни, временската рамка како и потребни човечки и финансиски ресурси за нивното спроведување.

Влијанијата врз човечките ресурси се разработени во третиот дел од Стратешкиот план каде одделно за секоја од програмите е дадена потребата од нови вработувања, како и потребите од обука за вработените.

На крајот, треба да напоменеме дека успешната реализација на Стратешкиот план на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за 2020 година, меѓудругото, во голема мерка ќе зависи од посветеноста на сите вработени кои при извршувањето на секојдневните работни задачи и активности ќе ги имаат предвид стратешките приоритети и цели на институцијата.

Со реализацијата на програмските активности, досегашната работа и остварувања, Агенцијата ги оправда намерата и очекувањата од нејзиното основање. Особено значајни остварувања се забележани во заедничките настапи на засегнатите страни и АППТ на промотивните активности во странство, како и ефикасно испорачување на поддршката за развој и зајакнување на туристичките производи и атракции. Константното зголемување на бројот на туристи од поддржаните целни пазари е потврда за успешната работа на АППТ во имплементација на политиката за промоција и поддршка на развојот на туризмот.

Агенијата за промоција и поддршка на туризмот во Република Северна Македонија 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 Македонина на странски пазари, како и управување и поддршка на проекти чија цел е развој на туризмот во целина. АППТ е основана во 2008 година според “Закон за основање на Агенција за



промоција и поддршка на туризмот во Република Северна Македонија” („Службен весник на Република Македонија“ бр. 103/2008; 156/2010; 59/2012; 187/2013 и 41/2014).

Органи на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот се: Управен одбор (кој се состои од 7 членови) и Совет (сочинет од 15 членови). Владата на Република Северна Македонија дава согласност за Статутот на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, годишната програма за работа и годишниот финансиски план, додека Министерството за економија врши надзор над законитоста на работењето на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот. Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот има два сектори: сектор промоција и сектор поддршка.

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 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.



Слика 1 – Органограм на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија



Вредности:

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

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



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

Почетокот на стратешкото планирање се надоврзува на согледаните потреби за подобрувања добиени преку Анализата на работењето на АППТ. Процесот на стратешкото планирање претставува механизам кој ѝ овозможува на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот врз основа на претходно издржана SWOT анализа да ги утврди развојните приоритети на АППТ, приоритетните цели и политиките во функција на нивно остварување во рамките на буџетскиот процес и следствено на тоа ефикасно да алоцира соодветни ресурси за нивно спроведување. Со интегрирањето на процесот на стратешко планирање и буџетскиот процес се зголемуваат капацитетите и ефикасноста за спроведување на стратешките приоритети и приоритетни цели на АППТ. Во оваа анализа беа вклучени вработените во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот што продонесе да се изгради чувство на сопственост над решенијата што претставува важен потенцијал за посветеност кон нивното имплементирање. Се очекува овој Стратешки план значително да придонесе во развојот и во тековното работење на АППТ.



СЛАБИ СТРАНИ <ol style="list-style-type: none">1. Недостаток на информациска технологија и опрема2. Недоволно зајакнати човечки ресурси3. Недостаток на стручно усовршување на кадрите на аппт4. Недоволна работа на терен5. Недостаток на брендирана туристичка понуда6. Испреплетување на ингеренци и надлежности со други институции7. Неконзистентен раст на буџетот на аппт8. Инертност на туристичкиот сектор	ЈАКИ СТРАНИ <ol style="list-style-type: none">1. Нови туристички производи2. Подобрена деловна комуникација3. Зголемена промоција4. Подобрени услови за работа5. Транспарентност и отчетност6. Изработен професионален промотивен материјал7. Поддршка на туристички сектор8. Зголемена исплата на предметни решенија за субвенции9. Успешна регионална и меѓународна соработка10. Придонес во зајакнување на бизнис климата11. Подобрено планирање и анализирање на туристичките сектори
МОЖНОСТИ <ol style="list-style-type: none">1. Поголем буџет2. Прераснување во НТО3. Зајакнување на човечките ресурси4. Создавање нови форми на туристичка промоција5. Зајакнување на постоечките кадри преку обуки и работилници обезбедени од страна на различни фондови и донации6. Создавање и промоција на тематски форми на туризам7. Слобода и самостојност во носење на одлуки8. Создавање на регионални бироа-дмо во соработка со светска банка9. Отпочнување нови иницијативи за зајакнување на туристичката понуда и туристичкиот сектор обезбедување на дополнителни финансии10. Едукација на туристичкиот сектор и негово јакнење11. Нови типови на презентации со организирање на македонски вечери, б2б средби, форуми и „road show“12. Регионална соработка за промоција на регионот на трети пазари	ЗАКАНИ <ol style="list-style-type: none">1. Политичка и безбедносна состојба2. Преклопување на ингеренции3. Слаба логистика од дкп4. Несоодветна законска легислатива5. Намалување на буџет



II. МИСИЈА

Согласно динамиката на раст и развој како и значењето на туристичката индустрија, мисијата на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот како маркетинг и пазарно ориентирана организација, преку промотивните активности и креирање и поддршка на квалитетни туристички производи, во соработка со туристичкото стопанство и локалното население, придонесува кон поголема конкурентност и препознатливост на Република Северна Македонија како туристичка дестинација.

III. ВИЗИЈА

Од аспект на холистичка перцепција, визијата за тоа каде го гледаме туризмот на Република Северна Македонија, е позиционирање на нашата земја во морето од држави и туристички дестинации преку запознавање на светската јавност со тоа што нè прави диверзивни, а е отсликано преку природата, историјата, културата и гастрономијата. Целта е долгорочен одржлив развој на туризмот за инклузивен економски раст во Република Северна Македонија. Одржливиот раст и зголемување на бројот на туристи би придонеле за значителен раст на економските активности што се поврзани со туризмот, намалување на сиромаштијата, зачувување на биодиверзитетот и менаџирање на природните ресурси.

Визијата е реална со паралелниот развој на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во Национална туристичка организација. Развојните политики на АППТ се усогласени со Светска Банка, се работи на интегриран пристап за реализација на стратешки проекти заедно со Министерството за економија и сите инволвирани чинители во туристичката индустрија. Поставени се насоки и мастер планови,



предложени се мерки и активности врз реална основа за зајакнување на три туристички дестинации, концепт потребен на целиот туристички сектор. “Destination Marketing Organization” игра клучна улога во долгорочниот развој на дестинацијата, преку формулирање на ефективна стратегија за патување и туризам со вклучен систем на интереси. Локалните работни групи ќе ги креираат политиките во рамките на регионот, односно “DMO” е интегрирање на туристичкиот сектор на дестинациите, кои со свои предлози, искуства и создавање на атракции, активно ќе работат на управување со дестинацијата и нејзино брендирање. За посетителот/туристот, “DMOs” служат како портал до дестинацијата. Тие нудат навремени информации за атракциите на дестинацијата. Посетителите ќе имаат можност да се вклучат во интерактивен процес на комуникација со “DMOs”, да добијат мапи, брошури, информации, промотивни книги и списанија објавени и обезбедени од страна на “DMOs” и неговите локални туристички субјекти.

Големата слика е препознатлив бренд зад кој стои професионален тим, сериозен партнер и сервис на стопанството со респектабилно влијание во туристичката дејност, главен промотор на туристичката понуда на Република Северна Македонија и двигател на клучните процеси во туризмот.

IV. СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТИ:

1. Оптимизирана внатрешна организација на АППТ

- Организациска култура
- Добро корпоративно и кооперативно управување
- Иновации и управување со знаење
- Воспоставен систем на организациско учење и развој



- Зголемување на капацитетот и компетентноста на човечките ресурси во секторите

2. Реализација на програмските активности

- Обезбеден буџет и дополнителни средства

3. Нови форми на промоција

- Зајакната промоција во поголем број на земји
- Учество на специјализирани саеми за туризам
- Отворање на нови туристички пазари
- Зголемување на маркетинг активностите

4. Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство

- Стратешки партнерства и соработка
- Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор

5. Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракции

- Да се зајакне и да се обезбеди одржливост на тековните производи од туризмот, како и развој на нови
- Подобрување на квалитетот на туристичките капацитети

6. Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор

IV.1 Директно влијание врз континуирано зголемување на број на туристи

Туризмот претставува силен стопански сегмент за развој на економијата и главен двигател и основен столб на социо-економскиот напредок на развиените, но и на земјите во развој. Ефектите од туризмот се повеќекратни и пред сè се видливи



преку порастот на девизниот прилив, подобрување на платниот биланс, креирање на нови работни места, но и пораст на инвестициите.

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

V. ПРЕГЛЕД НА ПОСТИГНАТИТЕ РЕЗУЛТАТИ ВО 2018 И 2019 ГОДИНА

Анализи и предвидувања

Индиректните 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 повеќе од 100% во бројот на странски туристи и просечен пораст на годишно ниво од 15% на девизниот прилив од ставка туризам и угостителство. Согласно оваа ставка, ако имаме постојан пораст на девизниот прилив од 15%, а вкупниот остварен девизен прилив од туризам е 340.000.000 евра, како институција која е задолжена за промоција и поддршка на туризмот, нашиот буџет не е ни 1% од овој прилив, кој буџет годишно изнесува само околу 750.000 евра. Нашите предлози за 2020 година се пропорционално



зголемени за само 0.3%, односно да ја достигнеме бројката од 1.000.000 евра за оваа намена, секако без средствата за доделување на субвенции за странскиот организиран туристички промет.

Резултатите од досегашното работење се видливи, македонскиот туристички производ станува поконкурентен на светскиот пазар, а туристичкиот промет во државав бележи раст. Но, со успесите што ги постигнува Агенцијата се обврзува истовремено 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. Позитивниот тренд продолжува и во 2018та година, кога има покачување од 12% во бројот на туристи во споредба со 2017та година. Процентот на порастот е ист и кога станува збор за ноќевањата, односно има пораст од 15%. Порастот на бројот на туристи и ноќевања се одразува и во порастот 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 до крајот на 2019та година се посета на нашата земја од вкупно 1,3 милиони туристи кои ќе остварат близу 3 милиони ноќевања.

Табела број 1. Број на туристи и ноќевања за првите 6 (шест) месеци 2018-2019г.

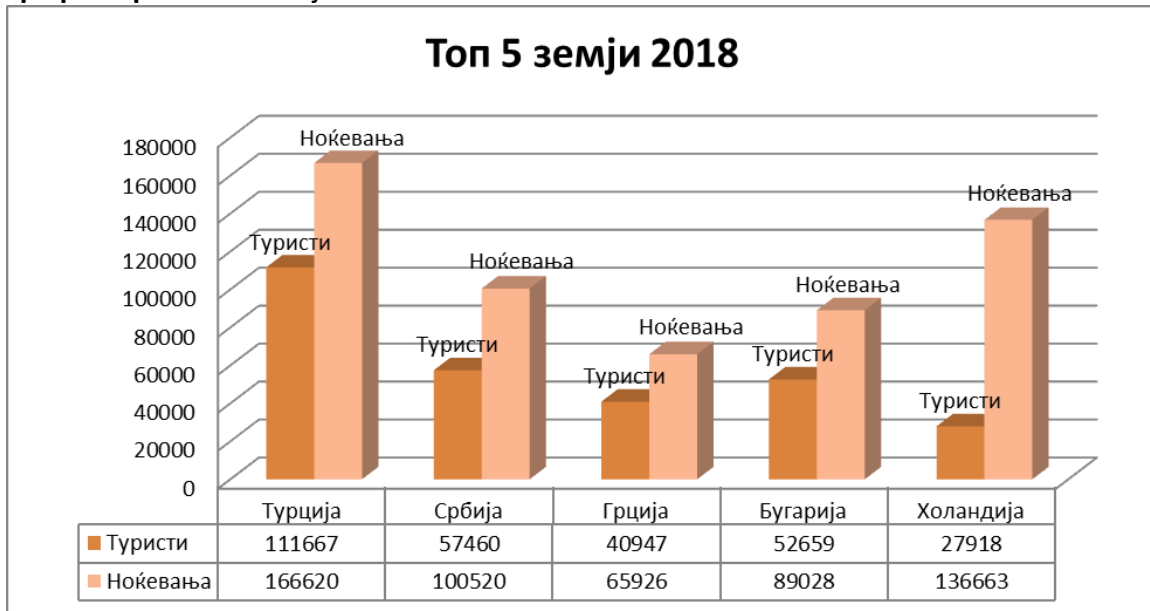
	I-VI 2018	I-VI 2019	%
Број на туристи			
Вкупно	433 361	450 862	4%
Домашни	131 798	138 604	5%
Странски	301 563	312 258	4%
Број на ноќевања			
Вкупно	923 855	943 607	2%
Домашни	326 494	330 838	1%
Странски	597 361	612 769	3%

- Извор: Државен завод за статистика



За првите 6 (шест) месеци од 2019 година зголемувањето на бројот на туристи продолжува за 4%, додека ноќевањата за 2%, споредбено со 2018г. Имено бројот на домашни туристи е зголемен за 5%, додека кај бројот на странски туристи се гледа пораст од 4%. Бројот на ноќевања остварени од домашни туристи има пораст од 1%, додека остварени ноќевања по основ туризам од странски туристи има згоменување од 3%.

График бр.1 Топ 5 земји 2018



- Извор: Државен завод за статистика

Туристите кои имаат најголема посетеност и остварени ноќевања во Република Северна Македонија во 2018г. се од Турција, Србија, Грција, Бугарија, Холандија и се во топ 5 (пет) земји.

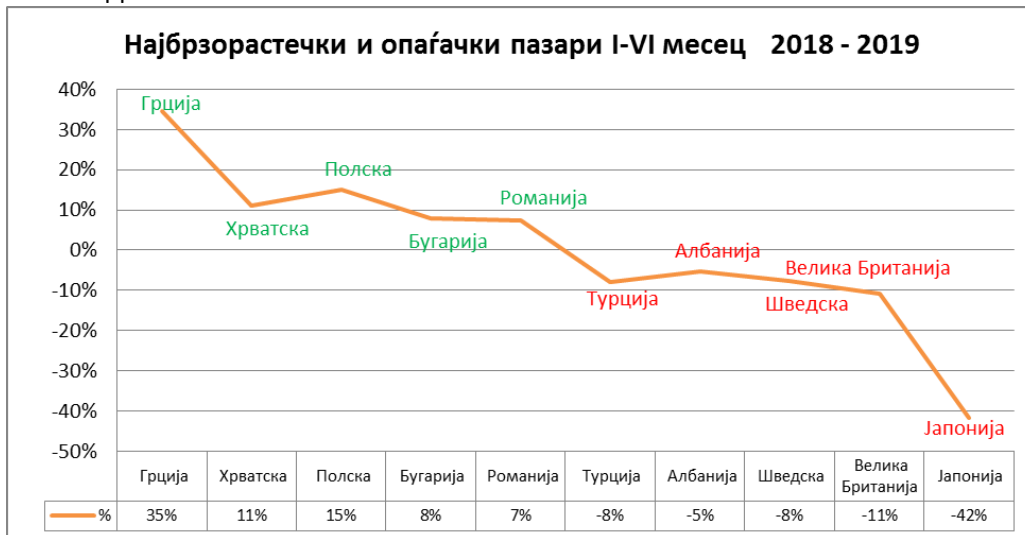
**График бр.2** Разлика на брзорастечки пазари 2017 - 2018

- Извор: Државен завод за статистика

На график 2 е прикажана разликата на најбрзорастечките пазари (по број на пристигнати туристи) споредбено 2017-2018г. Кај туристите од Полска има зголемување од 73%, од Хрватска има раст од 53%, бројот на туристи од Словенија е зголемен за 32%, бројот на посети од Израел е зголемен за 32%, додека бројот на туристички посети од Албанија е зголемен за 19%.



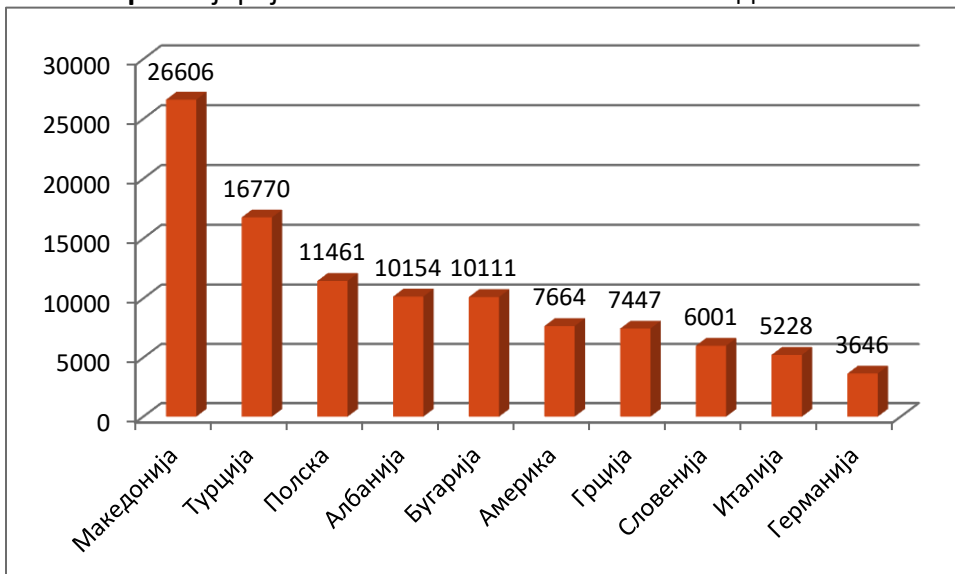
График бр.3 Најбрзорастечки и опаѓачки пазари за првите 6 (шест) месеци 2018 – 2019 година



- Извор: Државен завод за статистика

На графикот 3 се прикажани најбрзорастечките и опаѓачките пазари (по број на пристигнати туристи) споредбено 2018-2019г за првите 6 (шест) месеци. Грција, Хрватска, Полска, Бугарија, Романија бележат раст, додека бројот на пристигнати туристи од Турција, Албанија, Шведска, Велика Британија и Јапонија бележат пад.

Табела бр.5 Најбројни посетители на web 01.01.2019 до 19.08.2019



- Извор: Google Analytics



Воедно според движењата на пазарите во регионот, предвидувањата на светската туристичка организација и движењата на туристичкиот сектор за 2019 година предвидениот раст ќе се движи помеѓу 3% до 5% во бројот на туристи и остварените ноќевања за 5% до 7%. Ова ќе овозможи дополнителен девизен прилив и кои се предвидува да достигне до 400 милиони долари. Достигнувањата на полето од промоцијата и поддршката и евидентните успеси со доброто стратегиско планирање за 2020 година треба да помогнат во целта на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за продолжување на позитивниот раст на туристичкиот сектор во 2020 година. Со исполнување на стратегискиот план се очекува позитивен ефект врз туристичкиот сектор и овозможување на раст од 5% до 7% на туристите и остварените ноќевања, односно да се надмине бројката од 1,3 милиони туристи и остварени 4 милиони ноќевања.

**ТАБЕЛАРЕН ПРИКАЗ НА СТРАТЕШКИ ПЛАН 2020****ПРОГРАМА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ**

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

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

1. Стратешкиот приоритет на Владата на РМ содржан во Одлуката за утврдување на стратешките приоритети на Владата на Република Северна Македонија во 2020-2022 година: подобар живот на сите граѓани, развој на економијата, враќање на демократијата, владеење на правото и на правдата, еднаквост на граѓаните, ефикасни институции, квалитетно образование и здравство, како и подобрување на меѓународниот углед и позиција на Република Северна Македонија.

2. НПАА

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

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

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

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



Резултат 2: Зајакнување на односот со туристичкото стопанство	Показател за успешност: Реално стратешко планирање и креирање на долгорочна програма со јасна мисија за успешна промоција на целни пазари и отварање на можности за раст на туристичката индустрија (реализација на информативни патувања, B2B, организирање на презентации, учество на конференции, самити). Вмрежување на планирањето е потребно од сите засегнати страни со цел поедноставување на сложените односи, координација во заедничките активности и меѓуинституционална соработка. Ваквиот пристап во планирањето овозможува при реализација на Стратешкиот план да се вклучат импути од трите клучни субјекти за развој на АППТ: засегнатите страни од стопанството, експертите во областа и вработените во АППТ
Резултат 3: Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракци	Показател за успешност: Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракци во делот на активен туризам како уредување и промоција на пешачки и велосипедски патеки, алпинистички и спортско качувачки насоки, културни атракции во градовите Охрид, Струга и Скопје, промоција на археологијата и гастрономијата во државата и др.
Резултат 4: Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор	Показател за успешност: Во функција на зголемување на квалитетот и поттикнувањето на туристичката понуда и услуга, а со цел подобрување на бизнис климата во туризмот и угостителството ќе се спроведуваат активности во делот на унапредувањето и промоцијата на Туристичките развојни зони, автокамповите и обуки за стопанството.
Резултат 5: Поддршка во делот на	Показател за успешност: Зголемена поддршка со кофинансирање на дел од средствата за



субвенционирање на туристичкиот сектор	разни локални, туристички манифестации спрема владиниот и невладиниот сектор, како и во делот на субвенционирањето на организираниот туристички промет во странство.
---	--

1.2. План за спроведување на Програмата за развој на туризмот

Резултат 1: Зајакната промоција во поголем број на земји

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човечки	финансиски МКД
Учество на меѓународни, регионални и локални туристички саеми во Утрехт, Истанбул, Брисел, Софија, Белград, Берлин, Лондон, Загреб, Измир, Варшава, Тирана, Букурешт, Римини, Приштина, Барселона, Сингапур, и други	АППТ Туристичко стопанство	Туристичко стопанство	1/2020	12/2020	3	17.000.000,00
Организирање на промотивни кампањи кои ќе се водат во Србија, Словенија, Хрватска, Бугарија, Албанија, Косово, Полска, Босна и	АППТ		1/2020	12/2020	4	25.000.000,00



Херцеговина, Романија, Шведска, Италија, Израел, Естонија, Турција, и други. Промотивните кампањи ќе содржат: - Аутдор кампањи (билборди, подвижни и неподвижни реклами), - Реклами во печатени медиуми, - Електронска промоција, - Промовирање преку блогери и - Промовирање преку влогери						
Продукција, дизајн, изработка, печатење и дистрибуција на промотивен материјал (брошури, водичи, флаери, мапи, бизнис картички и слично) Изработка на ситен промотивен материјал (пенкала, чаши, USB, беџови, тефтери и друго) за промотивни туристички цели со цел промоција на Македонија како туристичка дестинација	АППТ		1/2020	12/2020	3	1.200.000,00
Продукција на видео материјал за Македонија како туристичка дестинација и дизајн за нова комплементарна туристичка брошура	АППТ		1/2020	12/2020	3	1.200.000,00



Изработка на ситен промотивен материјал (пенкала, чаши, USB, беџови, тефтери и друго) за промотивни туристички цели со цел промоција на Македонија како туристичка дестинација	АППТ		1/2020	12/2020	3	1.250.000,00
Продукција, дизајн, изработка, печатење и дистрибуција на водич за "Backpackers"						900.000,00
Организирање на промотивни кампањи преку Google рекламирање						6.000.000,00
Изработка на фото албум со најдобри фотографии кои ќе содржат специфициран #Instagram	АППТ		1/2020	12/2020	3	100.000,00
Продукција на 360° виртуелни тури за туристички дестинации и туристички атракции во Република Северна Македонија	АППТ		1/2020	12/2020	3	1.500.000,00
Хостирање и техничка поддршка на веб страните на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот	АППТ		1/2020	12/2020	2	300.000,00
Креирање на фото-архива - Обезбедување на фотографии од туристичките потенцијали на Република Северна Македонија со цел	АППТ		1/2020	12/2020	3	600.000,00



формирање на фото-архива за потребите на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот						
Година на реализација:			Активности		Средства	
2020			11		55.050.000,00	
2021			11			
2022			11			
Вкупно за резултат 1:			33			

Резултат 2: Зајакнување на односот со туристичкото стопанство

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човечки	финансиски МКД
Организирање на информативни патувања во Република Македонија за странски туроператори и новинари (активности кои тековно произлегуваат од остварени средби и	АППТ Туристичко стопанство	Туристичко стопанство	1/2020	12/2020	2	2.000.000,00



деловни контакти, барања на промоторите и амбасадите на Република Македонија), како и организација на презентации и настани во Македонија						
Промоција на туризмот на домашниот туристички пазар преку принтање и поставување на билборди по коридорите низ Република Северна Македонија и останати активности	АППТ	Туристичко стопанство			2	4.400.000,00
Организирање на презентации и средби со странски туроператори и денови на македонски туризам во Србија, Бугарија, Црна Гора, Полска, Словенија, Хрватска и други, учество на маѓународни, регионални и локални инвестициски и други семинари, конференции, самити и форуми од областа на туризмот во странство и во Скопје и други градови, согласно потребите и барањата од туристичкото стопанство и Владата на Република Северна Македонија	АППТ Туристичко стопанство	Туристичко стопанство	1/2020	12/2020	3	3.000.000,00
Година на реализација:				Активности		Средства
2020				3		9.400.000,00



2021	3	
2022	3	
Вкупно за резултат 2:	9	

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

Активности	Одговори	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	чове чки	финан сиски МКД
Завршување на проектот „Бислимска клисура“ Со цел целосно завршување на проектот за следната 2020 година се предвидува поставување на 20 насоки и означување на клисурата заради нејзина туристичка промоција.	АППТ, Општина Куманово	МЕ, МФ, законод авство	1/2020	5/2020	2	Буџетска програ ма
Означување на старите чаршии во Охрид, Струга и Скопје. Со овој проект се предвидува завршување на истиот	АППТ, Општин и Охрид, Струга и Скопје.	МЕ, МФ, законод авство	3/2020	6/2025 0	3	Буџетска програ ма



со поставување на останатите ознаки патокази за старите чаршии во сите три градот, а со цел збогатување на туристичката понуда и нивна поголема промоција и посетеност.						
Проект „Велосипедски и пешачки патеки“ Овој проект е во согласност со веќе претходно реализирани проекти за мапирање и означување на пешачки и велосипедски патеки, со цел зголемување на понудата за активен туризам.	АППТ, Општина а Желино	МЕ, МФ, законод авство	2/2020	7/2020	3	Буџетска а програ ма
Проект „Панорамски патишта“ Целта е збогатување на туристичката понуда во нашата држава, со оглед на недостигот на доволен број на автокампови во државата и нивниот нерешен правно-сопственички статус, се предлага овој проект во вид на изработка на мал патен водич за одредени интересни панорамски патишта кои гравитираат низ државата, а се интересни од аспект на туризам, атракции, видововци и места каде	АППТ, МТВ	МЕ, МФ, законод авство	3/2020	6/2020	2	Буџетска а програ ма



може да се застане, одмори и преспие.						
<p>Проект, културните вредности на „Тумба Маџари“.</p> <p>Со реализација на проектот обележување на Археолошкиот локалите „тумба маџари“ своевидно ќе се придонесе до забрзан развој на културниот туризам во Македонија чии потенцијали во Републиката се навистина значајни. Ќе се надмине проблемот со необележаноста на овој значаен археолошки локалитет од светски рамки и ќе се зголеми посетеноста на странските и домашни туристи кој ќе имаат можност да посетат еден значаен локалитет кој го опишува животот на луѓето пред 8.000 години.</p>	АППТ, Општина Газибаба, Археолошки музеј	МЕ, МФ, законодавство, Археолошки музеј	4/2020	8/2020	2	Буџетска Програма
<p>Проект „Изработка на водич за алпинизам“.</p> <p>Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот има долгорочна цел за квалитетно уредување на алпинистичките локалитети, како основен предуслов за безбедно и квалитетно</p>	АППТ, Алпинистичка федерација	МЕ, МФ, законодавство	3/2020	6/2020	2	Буџетска Програма



изведување на алпинистичките активности и зголемување на нивната атрактивност за алпинистите од странство, што е од особена важност за развој на нашата алпинистичка заедница. Од тука и потребата за издавање на печатен промотивен материјал во форма на Алпинистички водич со цел запознавање и евиденција на сите алпинистички насоки во Македонија и олеснување на изборот на туристичка понуда на љубителите на ваков спорт.						
Редизајнирање на водичот „Вкусовите на Македонија“ Во 2018 година Агенцијата за првпат изготви интересен гастрономски водич со рецепти од традиционалната македонска кујна. За таа цел оваа година ќе се доработи и редизајнира истиот водич со нови содржини.	АППТ,	МФ,	2/2020	5/2020		Буџетска Програма
Година на реализација:				Активности		Средства



2020	7	12.500.000,00
2021	6	
2022	8	
Вкупно за резултат 3:	21	

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

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човечки	финансиски МКД
Формирање на авто кампови и нивна промоција - зголемување на туристичката понуда, развој на автокамперскиот туризам, нивна промоција и привлекување на странски и домашен капитал за формирање на автокампови.	АППТ, МТВ, општини	МФ, МТВ	1/2020	12/2020	2	Буџетска Програма
Формирање, развој, оградување и означување на туристички развојни	АППТ, МТВ,	МФ, МТВ. општин	1/2020	12/2020	2	Буџетска Програма



зони, согласно Законот за Туристички развојни зони.	ОПШТИНИ	И				
Јакнење и развој на туристичката понуда на Република 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.	АППТ, Туристичко стопанство	МФ,	3/2020	11/2020	2	Буџетска Програма
Аплицирање на европски фондови, фондови од донаторски организации, национални програми и друго.	АППТ, Секретаријат за ЕУ, донатори	МФ, Секретаријат за ЕУ	1/2020	12/2020	2	Буџетска Програма
Година на реализација:				Активности		Средства
2020				4		1.000.000,00
2021				4		
2022				4		
Вкупно за резултат 4:				12		

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

Активности	Одговорни	Консултирани	Временска рамка		Потребни ресурси за тековната година	
			Почеток (месец/година)	Крај (месец/година)	човеци	финансиски МКД
1. Финансиска поддршка на препознатливи културни, забавни, спорстички, гастрономски и еколошки манифестации на локално организирани туристички настани.	Сектор за проекти, поддршка и административно правни работи, комисија.		2/2020	05/2020	3	Буџетска програма
2. Субвенционирање на странскиот организиран туристички промет	Сектор за проекти, поддршка и административно правни работи, комисија.		1/2020	12/2020	6	Буџетска програма
3. Плати и заеднички буџет за функционирање на АППТ			1/2020	12/2020		30.550.000,00
Година на реализација:				Активности		Средства
2020				2		51.500.000,00
2021				2		
2022				2		
Вкупно за резултат 5:				6		



ВКУПНО ЗА ЦЕЛА ПРОГРАМА		160.000.000,00
Година на реализација:	Активности	Средства
2020		160.000.000,00
Вкупно за резултати 1+2+3+4:		



Влијанија врз човечките ресурси			
Програма за промоција и поддршка на туризмот	Резиме на недостатоците кои треба да се пополнат – со пресметки за потребните финансиски средства	Резиме на вишокот од вработени кои треба да се прераспределат	Резиме на потребната приоритетна обука
Зајакната промоција во поголем број на земји	Недостаток на кадар	/	Потреба од обуки за маркетинг и социјални медиуми
Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство	Недостаток на кадар	/	Потреба од обуки од комуникација и презентациски вештини.
Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракции	Недостаток на кадар	/	Потреба од обуки за управување со проекти и управување со дестинација.
Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор	Недостаток на кадар	/	Потреба од обуки за комуникација и презентациски вештини.
Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор	Недостаток на кадар	/	Потреба од обуки во делот на архивско работење и следење на сите промени во законските одредби за општа управна постапка. Обуки за тимско работење



Очекувано влијание во 2020 г.			
Со екипирање и реализација на потребните вработувања и унапредувања согласно Годишниот план за 2020 година се очекува успешна и ефикасна реализација на програмските активности.			
Развивање на заедничките функции	Мерки кои се планираат во 2020 г.	Мерки кои се планираат во 2021 г.	Мерки кои се планираат во 2022 г.
Стратешко планирање /подготвување на Буџетот	Обезбедување на консултантски услуги и обуки во делот на стратешкото планирање		
Извршување на Буџетот	Вработување на лица во рамките на финансиите		
Управување со средства	Вработување на лица во рамките на секторите	Вработување на лица во рамките на секторите	Вработување на лица во рамките на секторите
Управување со човечки ресурси	Реализација на годишни планови за вработувања и обуки	Реализација на годишни планови за вработувања и обуки	Реализација на годишни планови за вработувања и обуки
Управување со информациските технологии	Набавка на ИКТ и вработување на кадри од истата област	Набавка на ИКТ и вработување на кадри од истата област	Набавка на ИКТ и вработување на кадри од истата област
Внатрешна ревизија		Вработување на лица од областа на ревизија	Вработување на лица од областа на ревизија
Спроведување на планот			



Програма за промоција и поддршка на туризмот	Клучни одредници за спроведување на планот	Зацртани рокови за постигнување на одредниците	Индикатори за успешноста на оценувањето на резултатите
3.1.1 Зајакната промоција во поголем број на земји	Учество на специјализирани саеми за туризам (во соработка со туристичкиот сектор) Зголемување на маркетинг активностите и реализација на медиумска кампања/промоција на целни пазари, нови форми на промоција.	Тековно 2020 година	80% реализација на предвидените активности за зајакнување на промоцијата во поголем број на земји. Предложени нови специјализирани саеми за туризам за потребите на туристичкото стопанство и учество на истите, со што би се создале можности за отварање нови туристички пазари
3.1.2 Зајакнување на соработката со туристичкото стопанство	Поттикнување и промоција на бизнис климата и отварање на нови туристички пазари (во соработка со туристичкиот сектор).	Тековно 2020 година	80% реализација на предвидените активности за зајакнување на соработката со туристичкото стопанство
3.1.3 Зголемена поддршка во делот на создавање на нови туристички атракции	Предлагање на нови проекти во делот на селективните форми на туризам.	Тековно 2020 година	Предложени 3 нови проекти за 2020 година.
3.1.4 Поттикнување и промоција на бизнис климата во туристичкиот сектор	Промоција и основање на Туристичките развојни зони и автокамповите.	Тековно 2020 година	80% зголемена промоција Основани 2 нови автокампови.



3.1.5 Поддршка во делот на субвенционирање на туристичкиот сектор	Решавање на барање за финансиски поддршка и субвенционирање на странскиот организиран туристички промет.	Тековно 2020 година	100% реализирана поддршка за манифестации и 85% исплатени барање за странскиот организиран туристички промет.
Структура на органите на државната управа	Планирани промени за 2020 г.	Планирани промени за 2021 г.	Планирани промени за 2022 г.
1. Сектор за промоција, анализа, истражување и меѓународна соработка во туризмот. -Одделение за промоција, маркетинг и меѓународна соработка; -Одделение за анализа, истражување и стратешко планирање; 2. Сектор за проекти, поддршка и административно – правни работи: -Одделение за проекти и поддршка на туризмот-Скопје; -Одделение за проекти и	/	/	/



поддршка на туризмот –Струга; -Одделение за административно-правни работи.			
---	--	--	--



Принцип на правична застапеност
2020
Очекувано влијание
Принципите на правична застапеност ќе бидат запазени согласно Годишен план за вработување за 2020 година

Принцип на еднакви можности на мажите и жените
2020
Очекувано влијание
АППТ ќе подготви Оперативен план за 2020 година за имплементација на Националниот план за акција за родова еднаквост 2018-2020.

Во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот на Република Северна Македонија од аспект на родовата еднаквост од вкупно 27 вработени, 13 се мажи и 14 се жени. Од вработените административни службеници 26 се со високо образование.

Работно место								
	Високо		Средно		Основно		Вкупно	
	Мажи	Жени	Мажи	Жени	Мажи	Жени	Мажи	Жени
Раководни	2	0	0	0	0	0	2	0
Нераководни	11	13	0	1	0	0	11	14
Вкупно	13	13	0	1	0	0	13	14

**Преглед на утврдување на ризици****Ризици на ниво на стратешки план**

Ризик	Веројатност за настанување на ризик	Влијание на ризикот врз остварување на целите	Мерки за справување со ризикот
1. Во фазата на процесот на усогласување и подготвување на Предлог- буџетот на Република Македонија за наредната година (надлежност на Министерството за финансии) постои изложеност на ризик да не се одобрат сите наведени пресметки и побарувања доставени до Министерството за финансии.	Голема	Голема	- Во процесот на усогласување на буџетот се дава детална анализа на проектите и активностите кои се приоритетни и оние кои се од големо стратешко значење.
2. При извршување на работните задачи постои ризик од правење на грешки во подготвувањето на документите од надлежните вработени поради стрес, работа под притисок работни задачи со кратки рокови и сл.	Средна	Големо	- Кадровско екипирање со квалитетен и стручно оспособен кадар и спроведување на соодветен тип на обуки – стручно усовршување на вработените.
3. Ризик од уништување на документација и податоци поради пожар или поплава.	Мала	Големо	- Воведување систем за електронско архивирање и чување на документација, како и сместување на архивскиот и документиранiot материјал во соодветни услови



4. Ризик од делумно предавање на архивираниот материјал при што може да дојде до губење на акти и на реализирани предмети и од делумно враќање на предмети во архива кои се подигнуваат со реверс.	Средна	Големо	- Да се постапува согласно Законот за архивски материјал, Упатство за начинот и техниката на постапување со архивскиот и документарниот материјал во канцелариското и архивското работење и Уредба за канцелариско и архивско работење.
5. Ризик од несоодветно распоредување на пошта.	Мала	Големо	- Создавање на соодветен систем за следење на распоредувањето на поштата
6. Ризик поради непополнета систематизација и несоодветни човечки ресурси во поглед на квантитет и квалитет при пополнување на работните позиции.	Средна	Големо	- Пополнување на работни позиции согласно систематизацијата и одобрените вработување на МИОА и МФ
7. Проблем при извршување на секојдневните работни обврски поради несоодветно планирање, набавка и дистрибуција на ресурси за работа (пр. тонер, хартија, пливови, и др.)	Голема	Големо	- Навремено обезбедување потрошен материјал за функционирање - Внимателно планирање на потребните количини за набавка



Ризици на ниво - Сектор Поддршка

Ризик	Веројатност за настанување на ризик	Влијание на ризикот врз остварување на целите	Мерки за справување со ризикот
1. Испреплетување на ингеренции/ надлежности со други институции	Средна	Средно	<ul style="list-style-type: none">- Јасно разграничување и усогласување на надлежностите на ниво на институција- Јасна хоризонтална и вертикална координација
2. Несоодветна законска легислатива	Средна	Средно	<ul style="list-style-type: none">- Појаснување на правните дилеми преку комуникација со законодавното тело и правни експерти- Изземање од надлежности кои не се во согласност со хоризонталната и вертикална организација согласно законските решенија
3. Доцнење на јавни набавки поради административно- технички и правни нерегуларности, ненавремено постапување по истите и времено блокирање на системот поради технички грешки	Средна	Големо	<ul style="list-style-type: none">- Лиценцирање на кадар обучен за спроведување на јавни набавки- Навремено и внимателно подготвување на потребната тендерска документација- Ангажирање на консултанти за решавање на дилеми во однос на примена на Законот за Јавни набавки- Поголема ажурност и ангажираност на вработените задолжени за работење со јавни набавки



Ризици на ниво - Сектор промоција

Ризик	Веројатност за настанување на ризик	Влијание на ризикот врз остварување на целите	Мерки за справување со ризикот
1. Инертност на туристички сектор	Средна	Голема	<ul style="list-style-type: none">- Реално стратешко планирање и креирање на долгорочна програма со јасна мисија за успешна промоција на целни пазари и отварање на можности за раст на туристичката индустрија. Вмрежување на планирањето е потребно од сите засегнати страни со цел поедноставување на сложените односи, координација во заедничките активности и меѓуинституционална соработка. Ваквиот пристап во планирањето овозможува при реализација на Стратешкиот план да се вклучат импути од трите клучни субјекти за развој на АППТ: засегнатите страни од стопанството, експертите во областа и вработените во АППТ
2. Слаба логистика од ДКП	Средна	Средно	<ul style="list-style-type: none">- Поголема и навремена координација и ажурност при реализација на активностите во однос на логистичката поддршка

**Ризици на ниво - Одделение за финансиски прашања**

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

Ризици на ниво - Одделение за човечки ресурси

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



ОСВРТ И ПРЕДВИДУВАЊА

Република Северна Македонија прави мали но сигурни чекори во туристичката индустрија во споредба со други високо развиени земји, за многу кратко време македонскиот туристички производ стана конкурентен на светскиот пазар, нудејќи сосема поинакво искуство. Нашата земја е фокусирана на развојот на туризмот, како една од водечките индустрии во светот, која покрај социјалните придобивки, генерира 10% од глобалниот БДП и 227 милиони работни места ширум светот. Сега, кога веќе се насочивме на тоа нашата национална економија да бележи раст, очекуваме туризмот да има клучна улога. Затоа, поддршката од сите засегнати страни за спроведување на политиките за реализација на стратешките цели е важна, обезбедува развој и одржливост на туризмот и туристичката индустрија, како и инклузивен економски раст на Република Северна Македонија.

Според World Travel and Tourism Council, балканскиот регион ќе стане шеста дестинација во светот, поради природните, културните и историските атракции, а Македонија е една од земјите кои го гледаат туризмот како приоритет. Минатата година Република Северна Македонија имала најголемо зголемување на бројот на туристички ноќевања меѓу членките на ЕУ, европскиот економски простор и кандидатите за членство, информираа од Еуростат. Според статистичките податоци на Европската унија, Македонија 2018г. во споредба со 2017 година забележа зголемување на бројот на ноќевања за 22,1% отсто, што е за неколку пати поголемо од предвидувањата на Светската туристичка организација.

Глобалните медиуми и најновите истражувања за меѓународни патувања го прикажуваат Балканскиот регион меѓу најпосакуваните европски и светски дестинации за летните одмори, но исто така и за кратки посети на градови, културни и авантуристички патувања, бањи и велнес. Република Северна Македонија е атрактивна во поглед на автентичноста и уникатноста, вредност за парите, широк спектар на понуда и чувство на сигурност, пријателство и гостопримство што го чувствуваат нашите туристи. Сите овие фактори во комбинација, ја прават нашата земја врвен избор.

Динамиката на живеење и глобализацијата наметнува новите генерации да “бегаат” условно кажано од комфорната зона и истражуваат нови можности за доживување на автентично искуство на нови неистражени дестинации. И покрај тоа што се технолошки и дигитално најобразовани, тоа се генерации кои сакаат да ризикуваат, го сакаат диверзитетот и ги почитуваат разликите. Нашата земја е идеална авантуристичка дестинација за сите љубители на адреналинските



спортови. Идеална, затошто ги има сите јаки страни заедно со регионот да прараснат во една од најпосакуваните дестинации за практикување на активни форми на туризам. Концептот за одржлив туризам не би бил комплетен а да не се промовира одговорниот туризам и безбедноста на патувачите, затоа се преземат соодветни активности за подобро развивање на индустријата, што е и една од програмските цели на АППТ.

Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот се промени и се прилагоди на туристичките трендови и преференците на новите патувачи, како и на потребите и можностите на локалните туристички ентитети. АППТ преку институционалната соработка и координација помеѓу туристичките субјекти на регионално и локално ниво придонесува за збогатување на туристичките содржини, а со тоа дава и можност дестинацијата да стане конкурентна на светскиот туристички пазар.

Воедно според движењата на пазарите во регионот, предвидувањата на светската туристичка организација и движењата на туристичкиот сектор за 2019 година предвидениот раст ќе се движи помеѓу 3% до 5% во бројот на туристи и остварените ноќевања за 5% до 7%. Ова ќе овозможи дополнителен девизен прилив и кои се предвидува да достигне до 400 милиони долари. Достигнувањата на полето од промоцијата и поддршката и евидентните успеси со доброто стратегиско планирање за 2020 година треба да помогнат во целта на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот за продолжување на позитивниот раст на туристичкиот сектор во 2020 година. Со исполнување на стратегискиот план се очекува позитивен ефект врз туристичкиот сектор и овозможување на раст од 5% до 7% на туристите и остварените ноќевања, односно да се надмине бројката од 1,3 милиони туристи и остварени 4 милиони ноќевања.