

Општина Охрид
Сектор за туризам и локален економски развој
Одделение за туризам

**Г2 ПРОГРАМА ЗА ПОТТИКНУВАЊЕ НА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ НА
ОПШТИНА ОХРИД ЗА 2020 ГОДИНА**

Ѓоко Апостолов
Раководител на Сектор за ТЛЕР

ПРОГРАМА ЗА ПОТТИКНУВАЊЕ НА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ НА ОПШТИНА ОХРИД ЗА 2020 ГОДИНА

Вовед

Туризмот претставува сложена, динамична, општествена и економска појава во современиот свет. Туристичкото стопанство кое ги создава туристичките услуги е сложен систем составен од голем број на единки и субјекти како што се: туристички организации и агенции, угостителски објекти, сместувачки капацитети сообраќајни претпријатија трговија, комунални услуги, занаетчиство, поединци кои даваат туристички услуги, производители на храна, земјоделци, јавни државни и локални институции и др. Сите тие субјекти, припаѓаат на различни стопански гранки, со што се создава една специфична сложена групација која е од огромно значење за општиот економски и социјален развој на Охрид како светска туристичка дестинација.

Имајќи ги во предвид историското и културното наследство, на 5-ти септември 1979 година под закрила на УНЕСКО беше ставено Охридското езеро. Еколошки чистите предели, природното наследство на овој регион. Логично развојот на туризмот, како особено важна дејност за Охрид, пред се се темели на креирањето на активности, мерки и политики за најдобро искористување на природните и културно- историски потенцијали за континуиран развој на туризмот преку изработка на програми кои во целост ги опфаќаат формите и облиците за одржлив развој.

Програмата за поттикнување на туризмот се однесува на луѓето од локалната заедница кои преку меѓусебна соработка допринесуваат за организиран пристап на туристичкиот пазар.

Институционалните мерки и конкретни проекти несомнено ќе ја одразат посветеноста и ангажираноста на стручниот кадар во насока на подобрување на квалитетот на туризмот и пораст на локалниот економски бенефит на учесниците во туристичкиот сектор и подигнување на квалитетот на живот за жителите на Општина Охрид.

Непосредното учество на релевантните фактори од сферата на туризмот, во процесот на планирање на програмата, претставува основа за создавањето на изворната слика за местото, имиџот и комплетниот туристички производ кој треба да се понуди на туристичкиот пазар. Преку заеднички напори кои овозможуваат создавање на заедничка визија ќе се идентификува широк спектар на активности и ќе иницираат создавање на здрава основа врз која ќе се планираат понатамошните активности а сето тоа ќе допринесе за мултиплицирање на бројот на гости и задоволни посетители.

Согласно **Програмата за поттикнување на развојот на туризмот**, вклучени се програмите за работа и буџетското планирање на средствата предвидени како приход од Таксата за Привремен престој, при што Секторот за Туризам и Локален Економски Развој, за буџетската 2020 година ја предвидува програмата поврзана со буџетската ставка **Г2: Поттикнување на развојот на туризмот**.

ИЗВОРИ НА ФИНАНСИРАЊЕ НА ПРОГРАМАТА ЗА 2020 ГОДИНА

За реализација на Програмата за 2020 во износ од **18.000.000,00 ден.** ќе бидат обезбедени средства од следниве приходи:

Средствата предвидени како приход од Таксата за Привремен престој	10.000.000,00 ден.
Приходи од донации	8.000.000,00 ден.
Вкупно приходи за 2020	18.000.000,00 ден.

I. ПРОГРАМА ЗА ПОТТИКНУВАЊЕ НА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ НА ОПШТИНА ОХРИД ЗА 2020 ГОДИНА

Општина Охрид преку Секторот ТЛЕР и Одделението за туризам, согласно своите надлежности и задолженија, а во насока на поттикнување на развојот на туризмот за 2020 година, ја базира “Г2 Програмата за поттикнување на развојот на туризмот за 2020 година“ која ќе се реализира преку следните активности:

1.УПРАВУВАЊЕ СО ТУРИСТИЧКИ ДЕЈНОСТИ

1.1. Изработка на Стратегија за развој на туризмот на општина Охрид

Тендерот е објавен во 2019. Реализацијата започна во текот на 2019 година, а финализирањето на стратегијата и исплатата ќе се реализира во текот на 2020 година.

Охрид како туристичка дестинација, денеска се наоѓа на крстопат на целокупната економско – социјална преобразба на глобалната економија на развојните предизвици на глобално ниво, а пред се на едно динамично непосредно опкружување во областа на развојот на туризмот. Сопствените одговори за овие предизвици треба да ги побараме и да ги пронајдеме првенствено во сопствените капацитети и сили. Заради тоа, логична е и ургентна потребата за подготовка, изработка и операционализација на новата Стратегија за развој на туризмот во Општина Охрид, која врз база на темелни анализи на посточката состојба ќе ја дефинира долгорочната визија, стратешкиот правец, стратешките цели и приоритетни проекти како и акциони планови за идниот развој на туризмот, при што целокупниот документ ќе биде во согласност со основните принципи на УНЕСКО за заштитени подрачја, со националното законодавство за управување со заштитени подрачја како и со други погранични и регионални стратегии и планови за управување со природни ресурси.

Предвиден Буџет

400.000,00 МКД

1.2. Изработка на Анализа, (проценка) на туристичките пазари и трендови и изработка на маркетинг план на туристичка дестинација – Охрид за период 2020 – 2025

Маркетинг план на Охрид и охридскиот регион како врвна туристичка дестинација има за цел да се зголеми бројот на посетители. Со други зборови, маркетинг планот е туристичко рекламирање за одредена локација. За разлика од маркетингот на производи, каде производитите се испорачуваат на клиентите преку дистрибутивни канали, во дестинацискиот маркетинг потрошувачите патуваат до дестинациите. Кои се особеностите на Охрид како туристичка дестинација и како тие особености да се промовираат и кои се начините на унапредување?

Потребата од изработка на ваков документ е да останеме конкурентни на актуелните пазарни движења, еколошките промени, макро-економските фактори, сегментации на пазарот и другите фактори кои влијаат на препознатливоста на дестинацијата.

Целите на стратешкиот маркетинг план за Охрид како туристичка дестинација представуваат рамка за идните одлуки на системот за маркетинг. Стратешкиот маркетинг ќе ги дефинира целите преку кои ќе се потврдат базичните развојни определби и глобалните насоки во развојниот модел на охридскиот туризам. Стратегиските маркетинг цели својата квантификација ќе ја добијат преку детални т.е. оперативни и посебно дефинирани годишни планови преку кои ќе се определат насоките, континуитетот и интензитетот во однос на целта што треба да биде постигната. Целите ќе бидат поставени за следните 5 години, меѓутоа истите ќе бидат подложни на промени во зависност од тоа како Охрид како туристичка дестинација ќе се развива.

Маркетинг целите можат да се дефинираат на следниот начин:

- Позиционирање на Охрид како туристичка дестинација на странскиот и на домашниот пазар,
- Зголемување на бројот на странски и домашни гости во согласност со моделот за развој туризмот воопшто и со моделот на развој на определени туристички сегменти,
- Воспоставување на систем за маркетинг и негова операционализација на ниво на туристички сегменти, кластери, територијалност и др.

Предвиден Буџет

200.000.00 МКД

1.3. Обуки за директна вклученост на локалните жители во креирањето на туристичката понуда

Туристичката анимација се дефинира како: „Составен дел на туристичката понуда, која значи збогатување на таа понуда со разни содржини како поттикнувачи на туристите на што посодржаен престој“. Значи туристичката анимација е сплет на специфични поттикнувачки активности за време на туристичкиот престој. Овој сплет опфаќа подготовка, содржина и ефекти од активностите

Локалните жители на определена рурална или урбана заедница се најкомпетентни и секако најинформирани социјално највклучени во историјата, митовите, обичаите и легендите, како и начинот на меѓусебните интеракции во заедницата а со самото тоа се и најповикани активно да се вклучат како водичи во природа и локални аниматори во функција на туристичкиот развој на активниот и селски туризам. Овие обуки реализирани преку стручни и искусни обучувачи треба да овозможат трансфер на знаења и практични активности за колку што е можно поголем број на вакви лица со што истите ќе бидат во можност понатаму активно да се вклучат во креирање на нови содржини во туризмот.

Преку истражувањата и теренските податоци со кои располагаат туристичките оператори (агенции, водичи, организатори), евидентен е недостатокот од познавања и недостаток на стручни квалификации кај локалното население за директно вклучување во процесите на анимирање, креација, оживување на традиционалните обичаи, вредности и други етнолошки и културни обрасци, дружење и односот со туристите, гостите и посетителите на нивната заедница.

Овие обуки реализирани преку стручни и искусни обучувачи треба да овозможат трансфер на знаења и практични активности за колку што е можно поголем број на вакви лица со што истите ќе бидат во можност понатаму активно да се вклучат во креирање на нови содржини во туризмот.

Предвиден Буџет _____ **120,000.00 МКД**

1.4. Обуки за агротуризам и стандарди во агротуризмот

- маркетинг и социјални мрежи, директна продажба и вмрежување.

Познато е дека, со порастот на индустријата, населението интензивно мигрираше од селата во градовите, што доведе до деградација на руралните простори.

Градовите стануваа се поголеми а руралните области се понапуштени. Во тој контекст, туризмот станува активност која се побрзо се развива и станува значаен фактор во економскиот раст, посебно во секторот вработување и нови работни места бидејќи човечкиот фактор во овој сегмент е незаменлив. Последните години руралните простори доживуваат значителни промени. Исто така, зачувувањето на природата и животната средина стануваат многу значајни. Историските знаменитости и традиционалните рурални средини (заедници), добиваат се поголемо значење.

Денеска, руралните простори немаат повеќе само улога на примарно производство, туку своите различности ги претвораат во понуда низ најразлични дополнителни туристички активности.

Агротуристичката активност е специфична бидејќи се одвива во склоп на селското земјоделско или фармерско семејство или стопанство. Освен знаењето потребно за нормално извршување на земјоделско- сточарските активности, лугето кои работат во агротуристичкиот сегмент мора да поседуваат и определени комуникациски вештини и култура на однесување со гостите и посетителите. Тие мора да имаат и да научат многу различни знаења како би можеле да ги задоволат основните предуслови за давање на агротуристички услуги. Од таа причина, човечките ресурси имаат клучна улога во развојот на агротуристичките активности.

Конкретните обуки ќе опфатат:

- Спој на туризмот и земјоделството (фармерство, градинарство),
- Туристичка понуда со автохтони производи,
- Презентација на производите и директна продажба на сопствениот производ,
- Враќање кон природата и труд кој го оплеменува човекот,
- Можност за дополнителна заработка,
- Маркетинг на социјалните мрежи,
- Меѓусебно поврзување.

Предвиден Буџет _____ **120,000.00 МКД**

1.5. Обука за ЈПП и дијалог – Идентификација на области, можности и проекти во туристичкиот развој подобни за модели за јавно приватно партнерство

- Меѓународни искуства и модели,
- Креативни работилници за развој на проекти,
- Истражувања на потенцијални партнери

Јавно-приватното партнерство е еден од најпогодните системи за развој на туристичките потенцијали не само во урбаните туку и во руралните региони и области. Туристичкиот производ е збир на јавни и приватни производи и услуги, што значи дека туристичката понуда не ја одредуваат само услугите (сместување, храна, забава, превоз) кои ги нудат туристичките претпријатија, туку на неа влијаат и инфраструктурата, здравствениот и образовниот систем, службите на јавна безбедност, спасителни служби и др. за кои е одговорна јавната управа. Мноштвото на вакви различни актери во туристичката понуда бараат да се креираат ефикасни структури на соработка и да се поврзат различни активности на јавните и приватни актери во туризмот. Спроведување на Стратегиите за развој на туризмот скоро е невозможно да се дефинира а уште повеќе да се реализира без партнерски рамки помеѓу сите партнери.

Обуките ќе опфатат теми како:

- Стратешка рамка за проектен менаџмент и ЈПП во туризмот,
- Улогата на ЈПП во реализација на стратегиите за развој на туризмот во дестинацијата,
- Светски искуства и модели на ЈПП во туризмот, (Хрватска и др. земји)
- Соработка за унапредување на привлечноста на дестинацијата,
- Соработка за унапредување на ефикасноста на маркетингот,
- Соработка за унапредување на продуктивноста на дестинацијата,
- Соработка за унапредување на менаџментот на дестинацијата.

Предвиден Буџет

150,000.00 МКД

1.6. Управување со туристичките дејности од мал обем во надлежност на единицата на локална самоуправа Општина Охрид

Локалната самоуправа согласно надлежностите и законските обврски, преку Секторот за ТЛЕР – Одд. за туризам во 2020 ќе продолжи со активностите за управување со туристичките дејности од мал обем во кои влегуваат:

- Евиденција, регистрација, категоризација како и продолжување на решенијата за категоризација на сместувачки капацитети од мал обем.
- Евиденција и регистрација на даватели на услуги во селски, етно и еколошки туризам,
- Евиденција и регистрација на даватели на услуги за туристичка дејност – вршење на услужни дејности, изнајмување на пловила за забава (сандолини), даска за едрење и слично..),
- Евиденција и регистрација на даватели на услуги за туристички услужни дејности поврзани со водениот превоз кои се реализираат со пловен објект со јачина на мотор кој не надминува 10 коњски сили и кој вклучува превоз на максимум 12 лица.

Предвиден Буџет

0,00 ден

1.7. Субвенционирање на приватни станоиздавачи од мал обем

Согласно законската регулатива, регистрираните и категоризирани станоиздавачи од мал обем кои редовно ги подмируваат обврските за плаќање туристичка такса ќе бидат субвенционирани на полугодишна основа, односно по евидентирање на уплатената туристичка такса од страна на приватниот станоиздавач, во период од 6 месеци. Субвенционирањето е планирано да биде на износ од 80% од уплатената туристичка такса, при што одобрената субвенција на регистрираниот станоиздавач ќе му биде доделена наменски, односно средствата ќе мора да бидат реинвестирани во сместувачкиот капацитет. При тоа, регистрираниот станоиздавач ќе биде обврзан за средствата во висина од субвенционираниот туристичка такса да набави опрема, мебел, помагала и други производи кои ќе мора да бидат искористени во неговиот сместувачки капацитет, а исплатата ќе се врши по претходно добиени финансиски документи (фактури, фискални смети и сл.) за набавените

продукти. На овој начин, ќе се стимулира од една страна подобрување на квалитетот и стандардите на сместувачките капацитети преку директно реинвестирање на туристичката такса, а од друга страна ќе се стимулира локалната економија во функција на развој на туризмот. Воедно, приватните станоиздавачи ќе бидат стимулирани за редовно и навремено плаќање на туристичката такса, со што се очекува зголемување на уплатата, од една страна, како и добивање на пореален приказ за бројот на остварени ноќевања од друга страна.

Предвиден Буџет **500.000,00 ден**

1.8. Поставување на нови излози во старата охридска чаршија

По добиениот проект од страна на Министерството за економија за ревитализација на старите градски чаршии, одобрени се средства во износ од 700.000,00 денари за замена на автентични излози на 7 дуќани во старата охридска чаршија. Изборот на дуќаните беше направен врз основа на претходно објавен повик од страна на Министерството за економија.

Тендерската постапка е завршена во 2019, во тек е избор на најповолен понудувач, по што ќе започне реализацијата, но финализирањето на активноста ќе биде во 2020 година. Исплатата ќе се реализира во теков на 2020 година.

Предвиден Буџет **700.000,00 ден**

Вкупно планиран буџет за 1: **2.190.000,00 ден**

2. ПРОМОЦИЈА НА ОХРИД КАКО ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

2.1. Туристичка промоција на Охрид и регионот во странски и домашни печатени и електронски медиуми

Оваа активност ќе биде реализирана преку соработка со релевантни печатени и електронски медиуми од областа на туризмот со цел промоција на туристичката понуда и потенцијалите на Охрид. Активноста ќе се реализира преку објавување на статии, репортажи и реклами за Охрид со цел приближување на туристичкиот потенцијал на Охрид до граѓаните во земјите каде се печатат и дистрибуираат овие магазини.

Предвиден Буџет

300.000,00 ден

2.2. Организација на промо-тура „Охрид 2020“.

Поддршката на развојот на туризмот е секогаш во фокусот на развојните програми на општина Охрид. Една од најуспешните форми на директна промоција на туристичкиот потенцијал, производ и понуда, претставува организацијата на промотивните тури за деловен престој на претставници на туристички организации (агенции, туроператори, авиопревозници) и медиуми од таргетирани странски земји, кои престојуваат во Охрид 3-4 дена, при што се запознаваат со туристичкиот потенцијал на градот и околината и остваруваат повеќе деловни средби со претставници на туристичкиот сектор од Охрид. Концептот на организирање на одделни посети во неколку наврати во текот на година од различни претставници на туристичкиот сектор се покажа како успешен модел на промоција поради што истиот ќе го практикуваме и во 20 година.

Целта на организирање на промо-турата е да се дефинираат и креираат нови пакет аранжмани за Охрид и воедно да се направат поголем број на промотивни репортажи за градот и околината.

Предвиден Буџет

300.000,00 ден

2.3. Организација на „Охрид Гастро Тура – Ohrid Gastro Tour“

Оваа активност предвидува преку гастрономски настан на локални и странски шефови на кујни, готвење со исклучиво домашни – охридски производи, изнаоѓање на начин за изработка и подготовка на нови специјалитети како и нивно вклучување во менијата на локалните угостители а со тоа да се допринесе во збогатувањето на туристичкиот производ на градот. Воедно преку овој настан ќе биде одржана и обука на локалните готвачи за подготовка на нови типови на храна и збогатување на менијата.

Предвиден Буџет

300.000,00 ден

2.4. Меѓународна промоција на туристичкиот потенцијал на Охрид

Оваа активност опфаќа промоција на туристичкиот потенцијал на Охрид во таргетирани странски земји кои по извршени анализи се покажале како потенцијални туристичко-емитивни подрачја. Директните промоции кои ќе се организираат преку оваа активност, а е предвидено да се реализираат во соработка со Амбасадите на РМ во однапред селектирани земји, предвидуваат настан на кој ќе биде извршена видео презентација на туристичкиот потенцијал на Охрид, презентација на охридската гастрономија, како и организирање на непосредни средби на туристички работници од Охрид со туристички работници од земјата домаќин со цел отворање на можности за склучување на директни договори за креирање на пакет аранжмани. Оваа активност ќе се реализира во соработка со Националната Агенција за поддршка и промоција на туризмот, хотелските асоцијации, туристичките агенции и туроператори.

Воедно, во оваа активност предвидени се директни или индиректни претставувања на Охрид на туристичките берзи и самими и други промотивни настани во странски земји во соработка со Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот.

Во периодот кој следи планирана е засилена промоција на туристичкиот потенцијал на социјалните мрежи.

Предвиден Буџет

700.000,00 ден

2.5. Организација на манифестации и поддршка на различни активности и настани поврзани со промоција на туристичките производи

Активна и непосредна презентација на целокупната понуда во сегментот на алтернативните форми на туризмот како стопанска гранка која што најнепосредно носи економски бенефит на најширок круг на семејства и граѓани на општината е целта на оваа програмска активност. Во рамки на оваа програмска активност ќе се реализираат повеќе видови на манифестации, меѓу кои:

- Традиционална туристичко - промотивна манифестација **“Охридска софра 2020”**, која има за цел да го промовира руралниот туризам и традиционалните јадења од охридскиот регион.
- **Фестивалот “Вино и сирење 2020”**- Овој фестивал нуди одлична можност за локалните производители на вино и сирење да ги презентираат своите производи на пазарот. Во основа овој фестивал претставува своевиден мини саем на кој се презентираат виното и сирењето како дел од традиционалната македонска гастрономија, а заради неговата корисност се очекува да прерасне во значаен туристички настан во Охрид. Ваквиот тип на претстваување е одлична можност за презентација на новите техники на маркетинг и продажба, поттикнување на партнерски врски и воведување дополнителни стимулативни мерки.
- **“Денови на мед”**. Преку оваа манифестација локалните производители имаат можност да ги презентираат своите пчелни производи, а истата ќе биде одлична можност за охридани и гостите во Охрид да вкусат квалитетен мед и производи од мед.
- **Ohrid craft expo**. Целта на манифестацијата „Ohrid craft expo“ е да го промовира занаетството и занаетчиите, односно нивните производи и услуги, да го доближи занаетството до младите луѓе, до граѓаните и до институциите, да поттикне континуирана кампања за промоција на занаетството како фактор за економски развој, за зачувување на традицијата и културата на нашата земја, како и можност за подобрување на квалитетот на живеење на граѓаните кои се занимаваат со занаетчиска дејност.
- **Ohrid Outdoor Festival**. По одржувањето на првото издание на овој фестивал во Октомври 2019 г, евидентно е дека на Охрид му е потребен ваков настан на кој се промовираат алтернативните форми на туризам (планинарење, велосипедизам, алпинизам, и други). Настанот ќе биде збогатен со присуство на голем број на клубови – учесници во активностите, како и поканети ќе бидат туристички работници од земјава и странство, како и медиуми, со цел креирање и промоција на нови пакет аранжмани.
- **Од 01 до 20**. Оваа активност предвидува културно уметнички настани за време на Новогодишните празници, Божиќ, Стара Нова Година и Водици. Предвидено е да започнат со Дочекот на Новата Година на Градскиот плоштад, при што секој ден ќе биде опфатен со различна програма согласно традицијата, се до прославата на Водици и Денот на Рибарите.

Предвиден Буџет

3.500.000,00 ден

2.6. Изготвување на печатен и електронски промотивен материјал за Охрид

Оваа активност вклучува комплетно дизајнирање на промотивниот материјал во одделни сегменти на туристичката понуда на Охрид. За таа цел ќе биде потребно изработка и откуп на високо квалитетни фотографии и видеа, кои ќе бидат откупени на јавен оглас, и истите како сопственост на општина Охрид ќе бидат употребени за изработка на нов промотивен материјал.

Во зависност од динамината на реализација на оваа активност во рамки на истата предвидено е и репринт на постоечкиот промотивен материјал до изработката на новиот, со цел покривање на периодот до кога новиот материјал ќе биде подготвен.

Предвиден Буџет

1.350.000,00 ден

2.7. Изработка на дигитален туристички водич на град Охрид – Ohrid City Guide

Целта на оваа активност е изработка на дигитален туристички водич за странските туристи кои го посетуваат Охрид, а кој ќе им овозможи самостојно да ги разгледаат најпопуларните и најзначајните места во градот, кафулиња, ресторани, музеи, места за забава итн. Ваквата мобилна апликација ќе овозможи на современ и интересен начин да се претстават најзначајните и најинтересните локации во градот, но и да ја олесни навигацијата околу Охрид за странските туристи и посетители. Апликацијата ќе биде достапна за Android паметните телефони и таблет компјутерите при што на сите корисници покрај детали за локациите ќе им овозможи и генерирање на свој планер со што ќе можат полесно да го организираат своето време зависно од интересот на местата кои сакаат да ги посетат. Планирано е да постои и интегрирана опција за фотографирање и споделување на сликите преку е-разгледници. Ohrid City Guide е одлична алатка за промоција на туристичките потенцијали на Охрид.

Предвиден буџет

600.000,00ден

2.8 Поставување на информативен видео дисплеј

Преку оваа активност е предвидено да се постави информативен видео дисплеј на градскиот плоштад, на кој ќе бидат поставувани корисни туристички информации за туристите, посетителите и локалните жители. Преку него, ќе се врши информирање за возни редови на пловните објекти (кајчиња, катамарани, бродови), тековни занимливости и новости, информации за настани и сл. Со поставувањето на овој информативен видео дисплеј, ќе се овозможи отстранување на сите поставени рекламни паноа кои го нагредуваат изгледот на градскиот плоштад и воедно се пречка за слободно движење на луѓето

Предвиден буџет

400.000,00ден

Вкупно планиран буџет за 2:

7.450.000.00 ден

3. РАЗВОЈ НА ТУРИСТИЧКА ИНФРАСТРУКТУРА

3.1. Бесплатен hot spot интернет

Поставувањето на бесплатен hot spot интернет е одлична можност за посетителите и гостите во градот преку користеше на бесплатен интернет да добијат информации за туристичката понуда и услугите во градот.

Планирано е обезбедување на бесплатен hot spot интернет на неколку најпосетувани локации во Охрид како продолжение на оваа активност од претходните години.

Предвиден Буџет

140.000,00 ден

3.2. Финансирање на локални микропроекти со цел поттикнување на развојот на туризмот

Целта на оваа активност е поттикнување на развојот на туризмот, развој на нови туристички производи и нивна промоција со финансиска поддршка на Општина Охрид во вид на мали грантови. Проектите кои ќе се одобруваат и финансираат мора да имаат за цел општествена корист во насока на збогатување на туристичката понуда или подобрување на туристичката инфраструктура. Активноста ќе се реализира преку објавување на јавен повик за финансирање на микропроекти со право на учество на НВО-и, Месни и Урбани Заедници.

Предвиден буџет

500.000,00ден

Вкупно планиран буџет за 3:

640.000,00 ден

4. ПОДГОТОВКА НА ПРОЕКТИ И ПРОЕКТНО УПРАВУВАЊЕ

4.1. Подготовка на проекти и проектнo управување

Успешноста на реализација на зацртаните проектни активности на вработените во одделението за туризам е најдиректно поврзано со степенот на нивната обученост и стручност. Бидејќи се работи за сложена и комплексна проблематика согласно Европските стандарди, неопходно е континуирано подигнување на капацитетите на човечките ресурси во одделението за туризам.

Доказ за важноста на оваа проблематика е и тоа што во Европските претпристапни фондови (ИПА), цела една компонента е посветена токму на овој процес на континуирано стекнување на нови знаења и приближување кон европските стандарди.

Оваа програма за подигнување на капацитетот на човечките ресурси, планирано е да се оствари преку:

- Учество на стручни обуки, тренинзи, семинари, работилници, конференции,
- Превод на стручна литература,
- Консултантски услуги за специфични проектни активности,
- Воспоставување на партнерства неопходни во проектните апликации,

Превиден Буџет

20.000,00 ден

4.2. Средства за сопствено учество во имплементација на проекти

Според утврдените правила за апликација за одредени проекти, во зависност од донаторот како неопходност се наметнува потребата од обезбедување на средства за сопствено учество кои мора да се запазат како прв услов за аплицирање за одреден проект. Со оваа ставка се предвидуваат средства за сопствено учество во следните области: **меѓународни проекти со посебен акцент за ИПА фондовите, регионални проекти, меѓуопштинска соработка и микрорегионални проект.** Дел од средствата се наменети за сопствено учество за проектот Проектот „Интеррегионално управување со културното наследство Е-систем“ финансиран од програмата Интеррег Балкан-Медитеран 2014-2020.

Превиден Буџет

700.000,00 ден

4.3. Средства од аплицирани и одобрени проекти

Во оваа програмска ставка се предвидени реализација на активности кои се во склоп на развој на туризмот, а претставуваат активности кои би се реализирале во рамки на проекти финансирани од други страни и донатори. Дел од средствата од оваа активност се предвидени за реализација на Проектот „Интеррегионално управување со културното наследство Е-систем“ акроним на проектот „ИРК-ХЕРМЕС“, од програмата Интеррег Балкан-Медитеран 2014-2020, во партнерство со Универзитетот за технологија од Кипар - Водечки партнер на проектот и партнер 1, Истражувачки и иновативен центар за информации, комуникација и знаење на технологии Атина од Грција - Партнер 2, општина Самос од Грција - Партнер 3, општина Крф од Грција - Партнер 4, ЕЛЕТ од Грција – Партнер 5, општина Охрид од Македонија - Партнер 6, општина Ѓирокастро од Албанија - Партнер 7. Проектот се однесува на дигитализација на културното наследство преку повеќе активности.

Проектот е одобрен во Март 2017 и се очекува склучување на договор за истиот. Вкупен буџет на проектот е 1.162.000,00 Евра од кои за Охрид се предвидени 121.450,00 евра буџет за реализација на проектни активности (од кои 75% - 91.088,00 Еур се добиваат авансно, а остатокот од 25% - 30.362,00 Еур. се рефундираат по завршувањето на проектот)

Превиден Буџет

7.000.000,00 ден

Вкупно планиран буџет за 4:

7.720.000.00 ден

ВКУПЕН БУЏЕТ ЗА 2020:

18.00.000,00 ден

РЕКАПИТУЛАР

Г2 ПРОГРАМА ЗА ПОТТИКНУВАЊЕ НА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ НА ОПШТИНА ОХРИД ЗА 2020 г.					
Бр.	Активност		Средства од буџет	Средства од донации	ВКУПНО
1	УПРАВУВАЊЕ СО ТУРИСТИЧКИ ДЕЈНОСТИ				
1.1.	Изработка на Стратегија за развој на туризмот на општина Охрид		100.000,00	300.000,00	400.000,00
1.2.	Анализа, (проценка) на туристичките пазари и трендови и изработка на маркетинг план на туристичка дестинација – Охрид за период 2020 – 2025		200.000,00	/	200.000,00
1.3.	Обуки за директна вклученост на локалните жители во креирањето на туристичката понуда		120.000,00	/	120.000,00
1.4.	Обуки за агротуризам и стандарди во агротуризмот		120.000,00	/	120.000,00
1.5.	Обука за ЈПП и дијалог – Идентификација на области, можности и проекти во туристичкиот развој подобни за модели за јавно приватно партнерство		150.000,00		150.000,00
1.6.	Управување со туристичките дејности од мал обем во надлежност на единицата на локална самоуправа Општина Охрид		0,00	/	0,00
1.7.	Субвенционирање на приватни станоиздавачи од мал обем		500.000,00	/	500.000,00
1.8.	Поставување на нови излози во старата охридска чаршија		/	700.000,00	700.000,00
Вкупно 1			1.190.000,00	1.000.000,00	2.190.000,00
2	ПРОМОЦИЈА НА ОХРИД КАКО ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА				
2.1.	Туристичка промоција на Охрид и регионот во странски и домашни печатени и електронски медиуми		300.000,00	/	300.000,00
2.2.	Организација на промо-тура „Охрид 2020“		300.000,00	/	300.000,00
2.3.	Организација на „Охрид Гастро Тура – Ohrid Gastro Tour“		300.000,00	/	300.000,00
2.4.	Меѓународна промоција на туристичкиот потенцијал на Охрид		700.000,00	/	700.000,00
2.5.	Организација на манифестации и поддршка на различни активности и настани поврзани со промоција на туристичките производи		3.500.000,00	/	3.500.000,00
2.6.	Изготвување на печатен и електронски промотивен материјал за Охрид		1.350.000,00	/	1.350.000,00
2.7.	Изработка на дигитален туристички водич на град Охрид – Ohrid City Guide		600.000,00		600.000,00
2.8.	Поставување на информативен видео дисплеј		400.000,00		400.000,00
Вкупно 2			7.450.000,00	/	7.450.000,00

3	РАЗВОЈ НА ТУРИСТИЧКА ИНФРАСТРУКТУРА				
	3.1.	Бесплатен hot spot интернет	140.000,00	/	140.000,00
	3.2.	Финансирање на локални микропроекти со цел поттикнување на развојот на туризмот	500.000,00	/	500.000,00
	Вкупно 3		640.000,00	/	640.000,00
4	ПОДГОТОВКА НА ПРОЕКТИ И ПРОЕКТНО УПРАВУВАЊЕ				
	4.1.	Подготовка на проекти и проектнo управување	20.000,00	/	20.000,00
	4.2.	Средства за сопствено учество во имплементација на проекти	700.000,00	/	700.000,00
	4.3.	Средства од аплицирани и одобрени проекти	/	7.000.000,00	7.000.000,00
	Вкупно 4		720.000,00	7.000.000,00	7.720.000,00
	ВКУПНО		10.000.000,00	8.000.000,00	18.000.000,00