



ГРАД СКОПЈЕ  
[www.skopje.gov.mk](http://www.skopje.gov.mk)

# Стратегија за туризам, со акционен план на град Скопје, за периодот 2014-2018 година



## *Предговор*

Во изминатиот период, туризмот е идентификуван како еден од основните приоритети на градот Скопје. Генералните придобивки од туристичката гранка претставуваат значаен сегмент во целокупниот стопански и социјален развој на градот.

Од тие причини, градот Скопје се определи за изготвување на стратегија за развој на туризмот за периодот 2009-2013 година. Со истекувањето на времето планирано за таа Стратегија, се јавува потреба за изготвување на нова стратегија за периодот 2014-2018.

Сакајќи да се продолжи континуитетот на претходната стратегија, која не претставува само стратешки документ, и во следната стратегија ќе се опфати акционен план со соодветни идеи и проекти.

Изготвувањето на стратегијата за развој на туризмот во град Скопје значи и спроведување на законската регулатива на локалната самоуправа, односно на град Скопје, да поттикнува и создава услови за развој на туризмот и подобрување на условите за престој на туристите во градот Скопје.

Изработката на овој стратешки документ се вршеше од страна на Таргет Комуникации, консултантска компанија која беше избрана на јавен повик. Таргет Комуникации разви соработка со општините на подрачјето на град Скопје, со централната власт, со образовни институции, хотели, туристички агенции, оператори и комори, здруженија и асоцијации на туристичко-угостителски работници и невладини организации, кои земаа активно учество во подготовката и реализацијата на оваа Стратегија.

CIP - Каталогизација во публикација  
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

338.486(497.711)"2014/2018"

ПЕТРОВСКА, Светлана

Стратегија за туризам, со акционен план на град Скопје, за периодот 2014-2018 година / [автори Светлана Петровска, Александар Целески ; фотографии Влахо Бранѓолица, Румен Камилев]. - Скопје : Град Скопје, 2014. - 78 стр. : илустр. ; 30 см

Содржи и: Анекси

ISBN 978-608-65584-4-4

1. Целески, Александар [автор]

а) Менаџмент во туризмот - Скопје б) Скопје - Туризам - Стратегија  
- 2014-2018

COBISS.MK-ID 97556234

Изработка: *Таргет Комуникации ДООЕЛ Скопје*

Автори:

Светлана Петровска

Александар Целески

Лектор:

Марјана Ванева

Фотографии:

Влахо Бранѓолица

Румен Камилев

Образложение:

Поаѓајќи од местоположбата на градот Скопје, како значаен административно-деловен, културно-образовен и научен центар и од изобилството на природните и културно-историските знаменитости како и значењето на туризмот во севкупниот стопански развој, можност за отворање на нови работни места и поттикнување на развојот на малото стопанство, Град Скопје се определи за изготвување на Стратегија за развој на туризмот, чија имплементација треба да придонесе за унапредување на туристичкото стопанство.

Изготвување на Стратегијата за развој на туризмот во градот Скопје, значи спроведување на законската регулатива на локалната самоуправа, односно на Град Скопје, да поттикнува и создава услови за развој на туризмот и подобрување на условите за престој на туристите во градот Скопје.

Општа цел на проектот е дефинирање на визијата на градот Скопје во делот на туризмот и идните пет годишни стратешки приоритети. Не сакајќи да се запре само на изработка на стратешкиот документ, Град Скопје, стратешките насоки и визија за развој на туризмот ги преточи во соодветни проекти, детално разработени во рамките на акционото планирање. Процесот се одвиваше со интегрирање на локалниот потенцијал претставуван од вработените во Град Скопје, локална самоуправа, деловниот и невладиниот сектор.

За реализација на своите годишни програми за работа, градоначалникот Коце Трајановски има на располагање сопствени буџетски средства и понуда од меѓународни донаторски програми. За пристап до донаторите потребна е изработена стратегија и акционен план, усвоени од градот Скопје.

Градоначалник на Град Скопје

Коце Трајановски

## **Содржина:**

1. Вовед... 6
  2. Општи податоци за град Скопје...7
  3. Методологија...17
  4. Европски насоки и начела, и Светски трендови...19
  5. Туристички промет... 20
  6. Профил на туристички пазар...23
  7. Евалуација на стратегијата за 2009-2013...33
  8. SWOT анализа...34
  9. Стратешки цели...40
  10. Предлог проекти според стратешките цели...41
  11. Акционен план со препораки...42
  12. Заклучок и ризици...54
- Анекс 1... 57
- Анекс 2... 71
- Анекс 3... 75

## 1. Вовед

Претходната стратегија го опфаќаше изминатиот петгодишен период : од 2009 до 2013 година. Носител на процесот на изработка на Стратегијата беше г-дин Трифун Костовски, тогашниот градоначалник на град Скопје, а координацијата на проектот беше изведена од страна на Секторот за локален економски развој на град Скопје.

Новата стратегија ќе го опфати периодот од 2014 до 2018 година. Носител на проектот е сегашниот градоначалник на град Скопје, г-дин Коце Трајановски, повторно со координација изведена од страна на Секторот за локален економски развој на град Скопје.

Секторите кои ја поддржуваат изработката и имплементацијата на оваа стратегија се: Сектор за финансиски прашања, Сектор за јавни дејности, Сектор за планирање и уредување на просторот и Сектор за заштита на животната средина и природата.

Значењето на изработката на оваа стратегија е големо и од исклучителна важност за градот Скопје токму поради можностите за развој на градот во туристичка, инфраструктурна и економска смисла. Исто така, континуитетот на наследување на претходната стратегија е важен за да се затвори цел еден циклус на реализирање на исклучително важни и капитални проекти на Градот.

Основните цели на оваа стратегија за туризам се:

- Идентификување на насоките и концептите за туризмот во град Скопје; и
- Поставување рамка за поттикнување на зголемен развој на туризмот во градот Скопје.

Со оглед на горенаведеното, Стратегијата ќе претставува една рамка за континуиран развој на град Скопје и ќе придонесе за севкупно подобрување на квалитетот на живеење на населението во овие области.

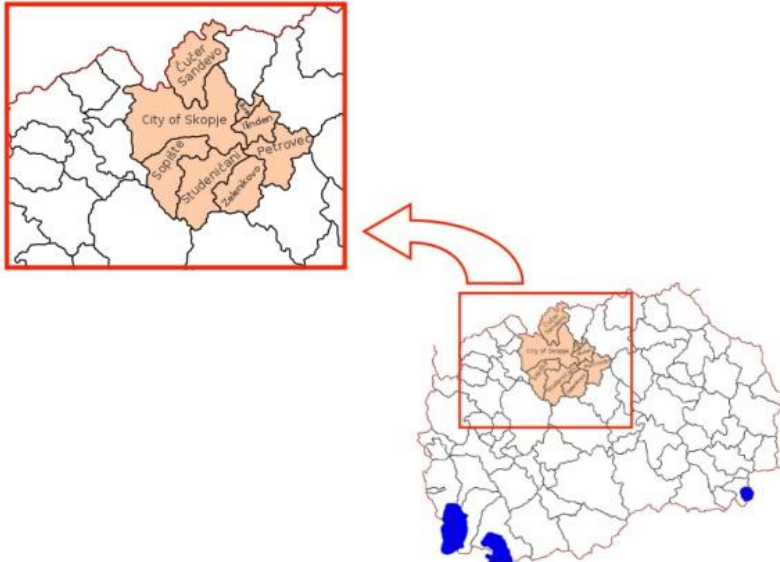
Во своето портфолио, Таргет Комуникации има изработено повеќе од 10-тина стратегии и акциони планови за компании и институции. Во нив се користи модерен европски пристап на работа, собирање, анализирање и толкување на информации и податоци.

Неизбежна е соработката со сите страни вклучени во туристичкото работење, како што се асоцијации, комори и здруженија на хотелиери, туристички агенции и тур оператори, туристички водичи, угостители, општински и државни институции, министерства и агенции кои работат во туристичката дејност.

Методологијата на изработка на стратегијата е поделена во неколку фази. Првата фаза ќе опфати дефинирање мисија и визија за следниот период; ќе се продолжи со анализа на моменталната состојба на туризмот во градот; потоа ќе се направи анализа на надворешните фактори; понатаму ќе се пристапи кон евалуација на претходната стратегија, па следи SWOT анализа, потоа две работилници со фокус групи, ќе се изработат предлог сценарија за идеи и проекти со акционен план, и во завршните фази ќе се предложи имплементација и временска рамка.

## 2. Општи податоци за градот Скопје

Фотографија: географска положба на скопскиот регион



Извор: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

Местоположбата на градот Скопје, како значаен административно-деловен, културно-образовен и научен центар, и изобилството со природни и културно-историски знаменитости, го дефинираат градот Скопје како привлечна и важна дестинација во земјата и во регионот.

Скопје е главниот и најголемиот град во Македонија, а воедно претставува административно-политички, стопански, културен и образовно-научен центар. Тој се наоѓа во средишниот дел на Балканскиот полуостров, распространет на бреговите на реката Вардар.

Во текот на своето постоење, а во зависност од историските прилики, градот Скопје бил именуван со различни имиња. Античкото име е Скупи (латински: Scupi).

Името на градот Скопје има различна транскрипција на различни јазици и култури. Градот е познат како Shkupi ('Шкупи') на албански, Скопље/ Skoplje на српско-хрватски јазик, Scupi ('Скупи') на латински, Скопье на руски, Skopiye ('Скопије') на ромски, Σκόπια ('Скопија') на грчки, Skorje на романски јазик, Üsküp ('Ускуп') на турски, итн.

Во византиските документи градот е забележан како Скопија, а Словените го означувале и како Скопије, Скопље. За време на владеењето на цар Самоил, Скопје станува дел од Самоиловото царство. Во подоцнежниот период градот подпаѓа под власт на Византија, Бугарија и Србија, а на 19 јануари 1392 година градот го зазеле Османлиите и го добил името Ускуп (Üsküp).

Клима на Скопје (1971-1990)												
Показател	Јан	Фев	Мар	Апр	Мај	Јун	Јул	Авг	Сеп	Окт	Ное	Дек
Просечна максимална (°C)	4,3	8,4	13,8	18,5	23,7	27,5	30,0	30,0	26,0	19,3	10,2	5,1
Просечна минимална (°C)	-3,4	-1,3	1,9	5,4	9,9	13,1	14,9	14,6	11,3	6,3	1,3	-2,4
Апсолутна минимална (°C)	-8,5	-23,4										
Просечно кол. врнежи (мм)	33,6	37,2	35,8	40,4	61,8	45,9	33,6	31,3	41,0	44,0	56,3	46,1

Скопје се наоѓа на 21° 26' источна географска должина и 42° северна географска ширина. Надморската височина во центарот на градот изнесува 240 m. Се простира на 1818 км<sup>2</sup>, во широчина 9 км (Водно-Радишани) и во должина 23 км. (Драчево - Ѓорче Петров). Градското подрачје зафаќа површина од 225 км<sup>2</sup>.

Климата во Скопје се карактеризира со средна годишна температура од околу 12,4 °C. Летата се долги, суви и жешки, а зимите ладни, со многу магловити денови. Низ скопската котлина протекува реката Вардар со своите притоки: Треска, Пчиња, Маркова Река, Лепенец и Кадина Река. Скопската котлина ја опкружуваат планините: Водно, Караџица, Осој, Жеден и Скопска Црна Гора.

Територијална организација на Скопје: град Скопје е посебна административна единица во Република Македонија, која се состои од 20 општини. Како таква единица, Скопје е главниот град на државата. Дел е од скопскиот регион. Поделбата на град Скопје, како посебна единица на локална самоуправа, е дефинирана во Законот за град Скопје.



#### БРОЈ НА ЖИТЕЛИ (Попис 2002 година)

- Скопје - 506 926
- Аеродром - 72 009
- Бутел - 36 154
- Гази Баба - 72 617
- Ѓорче Петров - 41 634
- Карпош - 59 666
- Кисела Вода - 57 236
- Сарај - 35 408
- Центар - 45 412
- Чаир - 64 773
- Шуто Оризари - 22 017

Според пописот од 2002 [2], Скопје има вкупно 506,926 жители. Најбројна етничка група се македонците, со процент на застапеност од 66.75%, потоа се албанците (20.49%), ромите (4.63%), србите (2.82%), турците (1.70%), бошњациите (1.50%) и власите (0.50%).

#### ПЛАНИНИ

- Водно со врвот Крстовар (1.066м)
- Масивот Јакупица-Караџица со врвот Солунска Глава-Мокро (2.450м) и Убава (2.533м)
- Осој 1.506м
- Жеден 1.260м
- Скопска Црна Гора со врвот Рамно (1.561м)

#### РЕКИ

- Вардар (изворот Вруток до вливот во Егејско море - 410,5км)
- Треска (130км)
- Лепенец (65км)

- Пчиња (136,4км)
- Кадина река (33,3км)
- Маркова река (29км)
- Патишка река (понорница)

#### ВЕШТАЧКИ ЕЗЕРА

- Матка и Треска

#### КЛИСУРИ

- Матка, Качаничка, Таорска, Жеденска, Дервенска и Бадарска

#### ПЕШТЕРИ

- Во кањонот на р. Треска
- Неколку кај Н. Брезница
- Под Солунска Глава

#### ГЛЕЧЕРСКИ ЕЗЕРА

- Салаковски езерца на планината Јакупица

#### ГЕОГРАФСКА ШИРИНА

- 42°00' - северна географска ширина

#### ГЕОГРАФСКА ДОЛЖИНА

- 21°26' - источна географска должина

#### НАДМОРСКА ВИСОЧИНА

- Скопје е распространет на 1818 км<sup>2</sup>, 23 км во должина и 9км во ширина и се наоѓа на надморска височина од 245 метри

#### ПРОСЕЧНА ГОДИШНА ТЕМПЕРАТУРА

- 13,5°C, 56°F

#### ПРОСЕЧНО ДЕНОВИ СО МАГЛА

- 74,1 дена

#### ВРНЕЖИ ОД ДОЖД

- просечно годишно 940мм/11 дена

**Места од интерес за туристички разгледувања се:**

Табела: Објекти заштитени како културно наследство

<i>Општини во скопскиот регион</i>	<i>Верски објекти (цркви, џамии, манастири, гробници)</i>	<i>Споменици</i>	<i>Археолошки наоѓалишта</i>	<i>Други објекти и површини од јавно значење и природно наследство</i>
Општина Аеродром	-	1	-	3
Општина Арачиново	-	-	3	-
Општина Бутел	5	3	3	-
Општина Гази Баба	6	3	17	3
Општина Горче Петров	1	5	7	2
Општина Карпош	1	-	15	9
Општина Кисела Вода	-	-	7	-
Општина Илинден	-	-	8	-
Општина Центар	4	43	1	19
Општина Чаир	12	2	-	12
Општина Сарај	5	3	20	5
Општина Зелениково	1	-	7	4
Општина Петровец	1	2	22	2
Општина Сопиште	3	3	14	3
Општина Студеничани	3	3	14	6
Општина Шуто Оризари	1	-	2	-
Општина Чучер Сандево	10	1	21	2
<b>Вкупно</b>	<b>53</b>	<b>69</b>	<b>161</b>	<b>70</b>

Извор: Студија за прикажување на културното и природното наследство во скопскиот регион, 2012

- Камениот мост, на реката Вардар, е симбол на Скопје. Бил преработен во XV век и, бидејќи е во централниот дел на градот, тој преставува врска помеѓу новиот и стариот дел.
- Тврдината Кале. Првите ѕидини биле изградени на истото место, во почетокот на VI век. Калето доминира над левиот брег на реката Вардар, со поглед на стариот дел на Скопје.
- Православната црква „Св. Спас“, во стариот дел од градот, е изградена во XIX век. Иконостасот содржи прекрасни дрвени резби, изрезбани од мијачките резбари Петре и Марко Филиповски и Макарие Фрчковски. Во дворот на црквата се наоѓа гробот на најголемиот македонски револуционер на XX век - Гоце Делчев.
- Старата турска чаршија, каде има стари занаети, Безистенот, Чивте-амам и други објекти.
- Мустафа-пашината џамија, изградена во 1492 година, е еден од најубавите градби од Отоманскиот период на Скопје.
- Јахја-пашина џамија во близината на центарот на Скопје.
- Даут-пашината бања изградена во XV век како јавна бања. Се наоѓа на влезот на старата скопска чаршија и од 1948 година е приспособена во уметничка галерија.
- Феудалната кула крај Домот на АРМ.

- Саат-кула, во непосредна близина на Султан-муратовата џамија.
- Соборниот храм Св. Климент Охридски. Таа се наоѓа во центарот на градот на десната страна на реката Вардар. Соборниот храм беше осветен во 1990 година.
- Старата железничка станица, завршена во 1940/41 година. Своевремено една од најубавите железнички станици на Балканот. На предната страна, часовникот е застанат на 5:17 минути изутрина, моментот кога Скопје го погоди катастрофален земјотрес. Сега во зградата се наоѓа Музејот на град Скопје.
- Музејот на современа уметност се наоѓа на тврдината Кале.
- Милениумскиот крст се наоѓа на врвот на планината Водно, непосредно над градот. Крстот е направен од челик со висина од 67 м и растојание на краците од 46 м. Подигнат е по повод 2000-годишнината од раѓањето на христијанството.
- Местото на родната куќа на познатиот светски хуманитарец - Мајка Тереза, близу поштадот „Македонија“.
- Во близина на градот Скопје, покрај патот Скопје-Качаник се наоѓа стар Аквадукт изграден од камен и тули со 55 лакови што се потпираат на масивни столбови. Тој служел за носење вода до античкиот град Скупи, кој, пак, се наоѓа во непосредна близина на Скопје.
- Улицата Македонија, која е со прекрасна архитектура и каде што се наоѓа феудралната кула која што денес е музеј.
- Градскиот ѕид, кој се состои од верижно поврзани блокови со висина од 24 метри и кули високи 45 метри - еден вид на ѕид-тврдина во модерна интерпретација, е изграден по земјотресот во 1963 и е проектиран од познатиот јапонски архитект Кензо Танге. Тој го обиколува центарот на градот од десната страна на реката Вардар. Кензо Танге, исто така, проектирал уште многу други градби кои не се реализирале.
- Куршумли ан датира од XVI и се наоѓа во Старата чаршија. Тоа е еден од најубавите локалитети во Скопје. Куршумли ан во минатото се користел како бања каде што се бањало голем дел од населението.



### ***Инфраструктура во градот Скопје***

Јавен градски превоз: Во град Скопје јавниот градски превоз е решен со приватни превозници и едно јавно превозно претпријатие со модернизирани возни парк. Меѓуградските и градските линии функционираат во текот на целиот ден и со повремени ноќни линии.

Такси превозот е решен со асоцијација на професионални таксисти, кои работат според однапред пропишани стандарди за работа поставени од Градот Скопје.

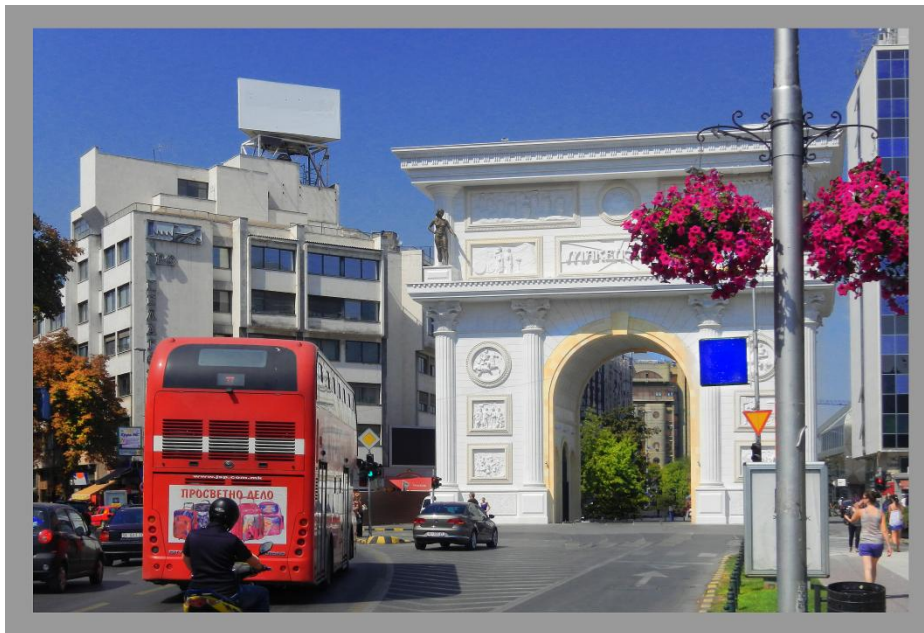
Патната инфраструктура, исто така, е во добра состојба и до Скопје се стигнува со редовен автобуски превоз од сите останати градови во Републиката, како и од сите позначајни градови во околината, а кои се од соседните Балкански и Европски држави.

Железничкиот сообраќај, исто така, е функционален и, освен транспортниот, функционира и патничкиот, кој го поврзува Скопје со сите поголеми градови од соседните држави и Европа.

Авионскиот сообраќај е видно модернизирани со реновирањето на аеродромот, каде секоја година се поставуваат нови рекорди во превезени патници. Стимулирањето на неколку нови авиокомпани и нискобуџетни летови го прави Скопје привлечна дестинација за деловни и туристички патувања. Скопскиот аеродром е поврзан со редовна автобуска линија, чија цена е 2,5 евра или, пак, со редовен такси превоз со кој до централното градско подрачје може да се стигне за 20 евра.

Патната сигнализација, рекреативните објекти, патоказите и информативните табли со основни и туристички информации се поставени низ градското подрачје и тие се од голема корист за сите патници и туристи.

Градот Скопје е целосно покриен со водоводна, канализациона, електрична и телефонска мрежа. На подрачјето на Скопје започнува со работа и најмодерната 4Г мобилна мрежа.



### **Конкуренција и анализа на трендовите**

Согласно анализите на WTO (World Tourism Organization) и ETC (European Travel Commission), Европа, како број еден туристичка дестинација во светот, покажува тенденција на зголемување на бројот на туристи кои користат продолжени викенди како начин на одмор за да побегнат од стресното живеење во урбаните средини. Значајна е карактеристиката на европските туристи да патуваат најчесто во Европа. При изборот на дестинации за користење на продолжени викенди кои се состојат од три до четири дена, туристите најчесто избираат блиски дестинации достапни со автомобилски и автобуски транспорт или транспорт организиран со нискобуџетни авио компании.

Примарни фактори кои влијаат при изборот на дестинацијата се:

- *Промоција на дестинацијата.* Колку повеќе е промовирана дестинацијата, толку поголема е заинтересираноста за таа да биде посетена. Промоциите на атрактивните дестинации се најмногу застапени на социјалните мрежи бидејќи најголем дел од целните групи се активни токму таму. Под промоција на дестинација се подразбира и таканаречената *word of mouth* маркетинг алатка, која има голема улога во одлуката на потенцијалните туристи која дестинација да ја посетат. Оваа маркетинг алатка најчесто се спроведува преку коментари односно преку искажаното задоволство/незадоволство на туристите кои веќе ја посетиле дестинацијата, нивните очекувања и препораки, како и автентичноста на дестинацијата. Промоција на дестинацијата се врши и преку соработки со тур оператори, како и со посета на саеми и конференции.

- *Цена на пакет услуга.* Под цена на пакет услуга се подразбира колку вкупно би чинела посета на посакуваната дестинација. Во зависност од тоа дали потенцијалниот турист би ја посетил дестинацијата самостојно или преку организирана тридневна или четиридневна тура. Цената при посета на едно атрактивно место вклучува транспорт, сместување, угостителски услуги, влезници и останати дополнителни трошоци. Многу често посетителите прават проценка откако ќе ја посетат дестинацијата. Нивните искуства се засноваат на споредбата помеѓу цената што ја платиле и услугата што ја добиле.

- *Квалитет на услуга.* Квалитетот на услугата е многу значаен фактор. Секој посетител бара квалитет на услугата и најчесто квалитетот се мери со она што е понудено пред да биде посетена дестинацијата и она што ќе се добие за време на престојот, односно очекуваното наспрема добиеното. Тоа е во сооднос со претходниот фактор, односно цената на пакет услугата во споредба со очекуваната услуга.

Источна Европа е атрактивна дестинација за европските туристи, особено земјите кои во минатото не претставувале интересни дестинации за посета. Непознатите и непромовирани региони и традиции добиваат популарност, која се потврдува со примерите од Литванија, Чешка, Словачка, Романија, Србија, Црна Гора и Бугарија во изминатите 10 години.

Сепак, очигледна е констатацијата дека и покрај обидите за масовна промоција и развој на туризмот во источноевропските земји, само дестинациите кои ги исполнуваат критериумите

за квалитетна инфраструктура и висок квалитет на понудена услуга успеваат да ги привлечат потенцијалните туристи.

Во изминатиот период, градот Скопје се трансформираше и доживеа голем инфраструктурен и туристички развој. По голем дел од предвидените проекти се реализирани а некои од нив се наоѓаат во завршни фази на реализација. Проектите за изградба на жичарница на Водно, како и модернизирање на јавниот превоз се реализирани, а следниве проекти се во завршни фази на реализација: Проектот за доизградба и модернизација на Скопје, изградба на нова и обнова на старата патна инфраструктура, изградба на неколку хотели од реномирани светски синџири на брендови, ревитализација на старото културно-историско и верско наследство. Од големо значење е да се спомене дека веќе неколку години е во функција и новиот терминал на скопскиот аеродром, каде бројот на патници е значително зголемен. Со зголемувањето на бројот на патници се зголемува и интересот на авио компаниите, а со тоа патниците добиваат поголем избор на дестинации и услови за патување.

Сето ова Скопје го става во категорија на високо ценет и високо рангиран град, кој конкурира на светскиот тренд на Capital City Tourism, каде веќе ги исполнува и високите барања на понуда што ги имаат Амстердам, Прага, Барселона, Брисел, итн.

Градот Скопје може да се истакне и со тоа дека во својата понуда за туристички патници овозможува:

- шопинг услуги,
- гастрономски услуги и квалитетна храна и пијалоци,
- културно/историско наследство,
- спортски манифестации и објекти,
- верски објекти со своја традиционална приказна,
- транспортни и пристапни услови за комуникација,
- природни ресурси за алтернативен и рурален туризам.



Анализа на исполнетост на критериуми

	Скопје	Софија	Белград	Прага	Брисел	Амстердам	Барселона
<b>шопинг услуги</b>	√	√	√	√	√	√	√
<b>гастрономски услуги и квалитетна храна и пијалоци</b>	√	√	√	√	√	√	√
<b>културно/историско наследство</b>	√	√	√	√	√	√	√
<b>спортски манифестации и објекти</b>	√	√	√	√	√	√	√
<b>верски објекти со своја традиционална приказна</b>	√	√	√	√	√	√	√
<b>транспортни и пристапни услови за комуникација</b>	√	√	√	√	√	√	√
<b>природни ресурси за алтернативен и рурален туризам</b>	√	√	√	√	√	√	√

Резултатот од оваа споредбена анализа покажува дека по критериумите за комплетна дестинација за градски туризам (city tourism destination), градот Скопје е на високо ниво и е конкурентен со високо развиените градови и европски метрополи.





### 3. *Методологија*

Сложеноста на задачата создаде потреба за примена на сет методолошки алатки употребени во функција на квалитетно прибирање и обработка на податоците. Комбинацијата од квалитативни и квантитативни методи овозможува да се добие подобар преглед на состојбата. Сеопфатноста на темата се обезбеди со примена на комбинирани квантитативни и квалитативни алатки за анализа на состојбите и идентификација на современите трендови. Се подготвија и анализи на случаи на успешни и неуспешни практики заради едноставна компарација.

Како основна структура се користеше ЛЕАДЕР методологија, предложена од Европската комисија, како средство и начин што дава добри резултати при анализирање на потенцијал за одржлив развој на регионите. Туризмот како еден од основните двигатели на регионалниот развој ќе биде обработен според таа методологија, а со вклучување на сите засегнати страни во процесот.

За прибирање и анализа на податоците од државните институции: Државен завод за статистика, Министерство за труд и социјална политика, Агенција за вработување и Министерство за економија, како и Народна банка се користеа методи за испитување на поврзаноста и линеарната регресија за да се анализираат зависностите помеѓу одредени варијабли кои влијаат на потенцијалните инвестиции, а пред сè на вработеноста, достапноста на капитал и квалитетот на физичките ресурси во регионот.

За прибирање на ставовите и мислењата на засегнатите страни се користеше и се спроведе истражување, преку организирање на фокус групи со претставници од засегнатите страни.

За анализирање на правната регулатива се користеше компаративната анализа на регулативата поврзана со туризмот.

Процесот на изработка на стратегијата беше реализиран во фази, во периодот од мај 2014 до август 2014 година, со учество на засегнатите страни.

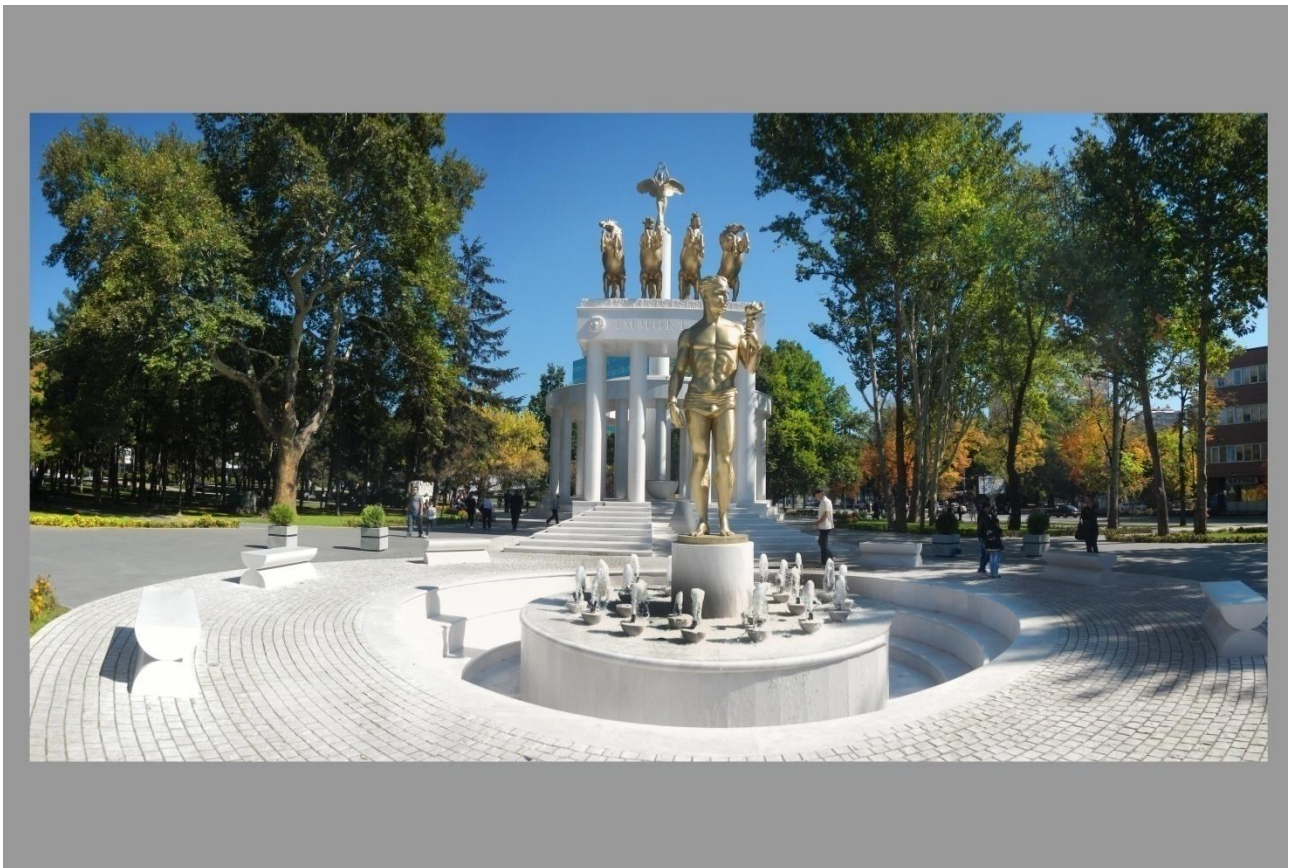
Првата фаза опфати анализа на статистичките податоци за туристичкиот сектор од релевантни институции (Републички завод за статистика, Централен Регистар, Агенција за вработување, итн).

Втората фаза опфати ревизија на Стратегијата на град Скопје за туризам, со акционен план 2009 - 2013 година, и анализа на степенот на реализација на Стратегијата, како и преглед на планираните и реализираните средства, со коментари и заклучоци.

Третата фаза обезбеди можности за компаративна анализа на состојбите во градот Скопје во однос на други градови во Европа, како и прибирање на добри практики.

Четвртата фаза се реализираше со користење на инструмент на директни интервјуа со отворени прашања со градоначалникот на град Скопје, и раководителите на секторите во градот. Заклучоците и препораките се искористија за идентификација на постоечките и на планираните административни и буџетски капацитети на градот, за активна соработка со туристичкиот сектор.

Петтата фаза опфати две работилници и тоа: тематска средба со туристички работници, со туристички агенции и туроператори, како и со туристички комори, здруженија и асоцијации и други заинтересирани страни за дефинирање на политика, стратешка рамка и приоритети; и втората тематска средба за дискусија по однос на нацрт стратегијата на која се презентираше предложената верзија на стратегијата и се идентификуваа потребни корекции и дополнувања.



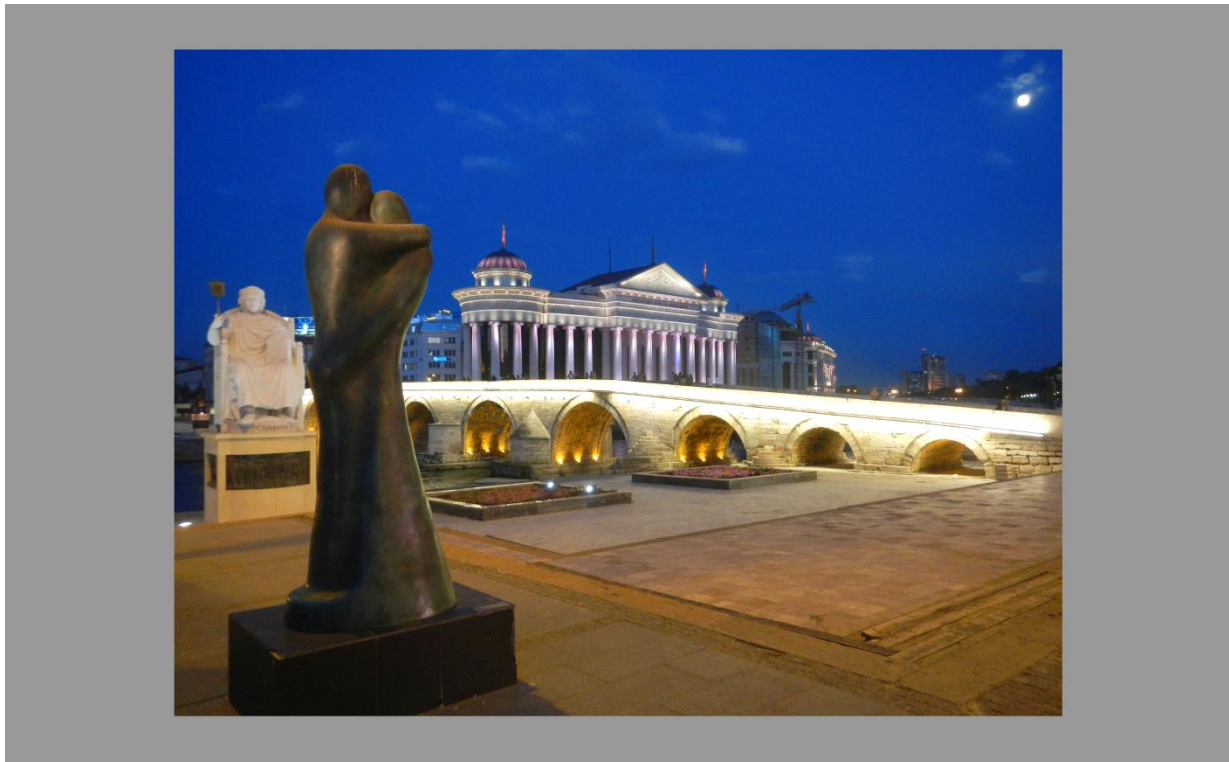
#### **4. Европски насоки и начела и светски трендови**

Во дефинирањето на рамката на Стратегијата на град Скопје за туризам се тргнуваше, пред сè, од трендовите и насоките во ЕУ, и од начелата, принципите и плановите на Владата на РМ. Исто така, земени се предвид политиките на работа и стратешките документи на Република Македонија во врска со определени теми од интерес за туризмот.

Во однос на одредени сегменти, Европската Унија дава насоки за активен развој на туризмот, особено ставајќи акцент на развој на таканаречениот City Tourism (градски туризам), и на носење политики и креирање стратегии.

Како резултат на ова, ЕУ, ОН и светската туристичка организација уредуваат форми на соработка и партнерство, а речиси сите национални и локални договори, потпишани протоколи за соработка и стратегии се потпираат на неколку основни начела:

- репрезентативност,
- принципи на соработка,
- промоција на заеднички вредности,
- дефинирани области на соработка,
- дефинирани инструменти,
- финансирање на активности,
- план за имплементација.



## 5. Туристички промет – анализа на состојбите во град Скопје

Градски туризам (City Tourism) е релативно нов поим, воведен во туристичката терминологија на Република Македонија. Како издвоен пример може да се наведе само градот Скопје.

Сепак, за посериозен развој на гранката потребни се интегрирани активности од страна на сите засегнати страни, жители на градските региони, потенцијални инвеститори, и локални, регионални и национални власти, кои би работеле во функција на обезбедување услови за конкурентност на урбаниот туризам. Анализата на состојбите во градот Скопје е насочена кон следниве стратешки подрачја:

- Законска рамка и административни капацитети;
- Капацитети за сместување и угостителство;
- Човечки ресурси;
- Креирање на производи во руралниот туризам и нивна промоција.

Секој турист посетува одредена дестинација од различни причини. Со оглед на главните туристички дејности на подрачјето на скопскиот регион, можеме да ги потенцираме следните туристички производи:

- Посети на настани и манифестации;
- Посети преку туристички тури и аранжмани;
- Посета на културните производи на градот Скопје и на останатите градови и пазари;
- Деловен и конгресен туризам;
- Спорт и рекреација;
- Рурален туризам (еко туризам, лов, производи во природата, вински туризам);
- Останати посети.

Во делот останати посети може да се класифицираат: шопинг, престој за едукација, престој за работа, посета на наши иселеници во родниот крај, студентски размени, итн.

Проектот за доизградба и модернизација на Скопје е проект чија цел е да понуди богата туристичка програма за секој посетител на градот Скопје. Проектот е во својата завршна фаза и неговата комплетна реализација ќе придонесе многу во делот на креирање една богата и квалитетна туристичка понуда, зголемен број на туристи и незаборавна слика за градот Скопје.

Приказната за Проектот за доизградба и модернизација на Скопје, како и приказната за Скопје - градот на седумте порти, може да понуди една целосно опфатена туристичка понуда од три или четири дена. Во оваа понуда, Скопје може да се прикаже како дестинација каде целта на посетата ќе се движи во разни категории на туристичката понуда.

Исто така, на подрачјето забележуваме богата понуда на културно туристички производи, додека останатите видови на понуда се сè уште во заден план, поточно во својата почетна фаза на развој. Освен ова, многу малку производи се развиени во вистински, интегрален туристички производ. Тука, пред сè, се работи за производи кои на ниво на градот Скопје се организирани во одделни локални заедници и интересни групи, но во поглед на функционирање се меѓусебно неповрзани.

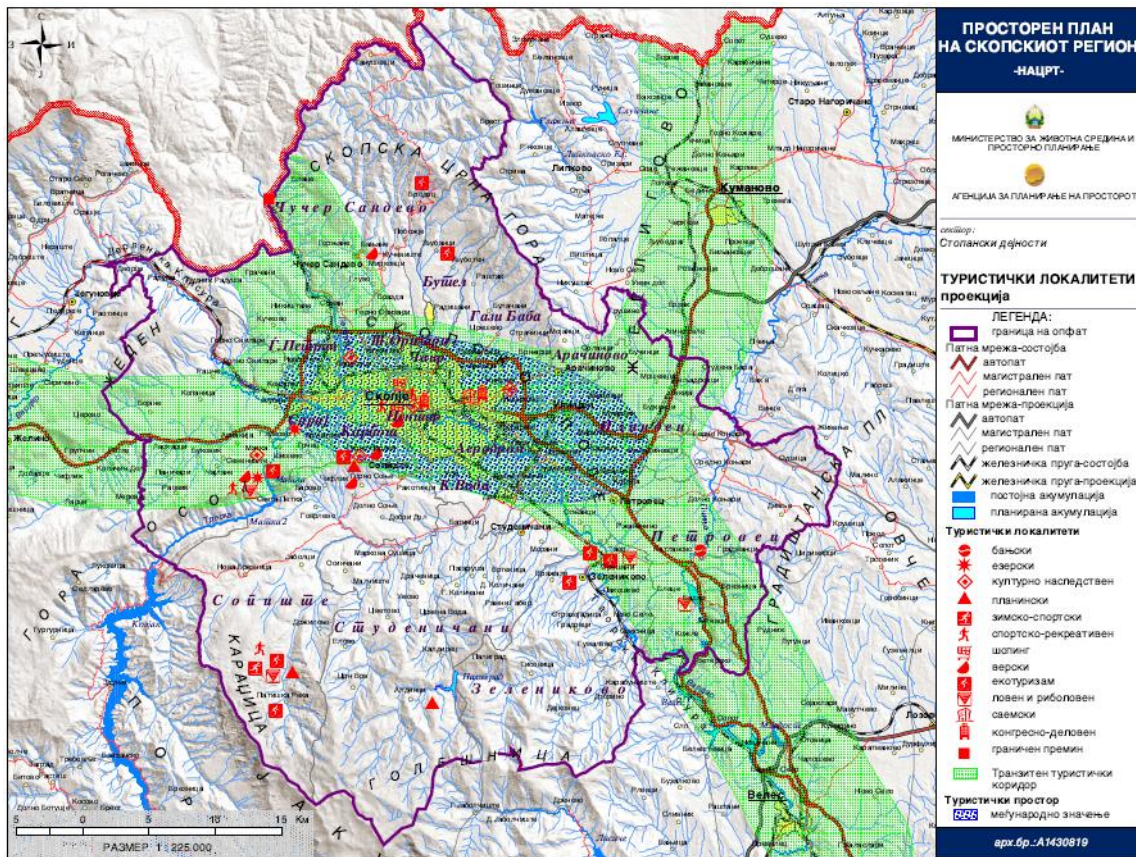
На интернет страниците на одделни понудувачи се наведува и пазарната понуда на одделни туристички коти, се прикажуваат еднодневни понуди, а мал е бројот на повеќедневни туристички понуди.

Има многу малку понуди кои би биле класифицирани во одделни целни групи: бизнисмени, училишни групи, возрасни, семејства, авантуристи, спортисти, љубители на културното наследство, како и според времетраењето: неколку часа, полудневни, целодневни.

Врз основа на анализата на состојбата во примарната и секундарната туристичка понуда во клучните атрибути и генератори на туризмот на подрачјето на регионот се вбројуваат:

- Градот Скопје – со богата историја и културно наследство претставува деловен, управен, административен и општествен центар во регионот и државата, генератор е на културниот и деловниот туризам;
- Руралното подрачје соодветно за развој на еко туризмот, винскиот туризам, кулинарството;
- Водно, Скопска Црна Гора како подрачја/дестинации каде што има можност за развој на горскиот и екстремниот спортски туризам;
- Катлановска бања како подрачје за развој на термалниот туризам и
- Јасен и Матка како подрачја за развој на еко туризмот и алтернативниот, ловниот, културниот туризам; накратко подрачја соодветни за нови алтернативни облици за активно поминување на слободното време.

Фотографија 7: Туристички атракции на скопскиот регион – проекција на развој, согласно просторниот план



## **6. Профил на туристички пазар**

Профилот на туристичкиот пазар може да се објасни и опише во повеќе сегменти на туристичкото работење.

Важните сегменти кои треба да се набројат и кои се дел од основите на еден работен циклус, а кои даваат една целосна анализа на дејноста, се распоредуваат во следниве категории:

- Правна рамка со правна регулатива, односно закони за туристичко работење;
- Финансии, финансиско работење, и пристап до финансии за реализација на целите;
- Технологија на дејноста, поточно видот на туристичкото работење;
- Маркетинг, односно туристички зони во и околу градот;
- Туристички производи и промоција на туризмот; и
- Работната сила и пазарот на трудот.

### ***Правна рамка со правна регулатива, односно закони за туристичко работење***

Поважните закони кои влијаат на работењето во туристичката дејност се:

- Закон за автокампови од 21.01.2013 година
- Закон за основање на Агенција за промоција и поддршка на туризмот во Република Македонија од 19.08.2008
- Закон за туристичката дејност од 16.09.2004
- Закон за угостителската дејност од 16.09.2004

Освен директните закони поврзани со туристичката дејност, свое влијание имаат и сите закони поврзани со стопанството, имотно-правните односи и државното уредување.

Исто така, многу важно е да се напомене и усвоената мерка на Владата на Р. Македонија со која се субвенционираат туристичките работници, односно се субвенционира дојдовниот туризам со тоа што секое правно лице кое ќе донесе странски туристи со минимален престој од 3 ноќевања добива стимулација по единица турист.

Стимулациите во оваа дејност се однесуваат и на „намалување на данокот на додадена вредност (ДДВ) за туристички услуги, ноќевање, сместување со појадок, полупансион или полн пансион, од 18% на 5% (септември 2011).

### ***Институционални капацитети за туризам***

#### Институции на државно ниво:

- Министерство за економија - Сектор за туризам и угостителство;
- Агенција за промоција и поддршка на туризмот;
- Министерство за земјоделство, шумарство и водостопанство – Сектор за Рурален развој ;
- Во рамките на Владата постои Комитет за туризам кој е формиран со цел да врши координација и ефикасна имплементација на делот од владината програма за развој на туризам.

#### Институции на регионално ниво

Согласно законските прописи за територијална поделба, Република Македонија регионално ја сочинуваат осум плански региони. Сите овие осум плански региони во земјата имаат институционални центри на регионите, во рамките на кои треба да се планира и спроведе регионалниот развој на туризмот, преку носење на стратегии и акциони планови за развој.

#### Институции на локално ниво:

- Секторите за локален економски развој во општините и градот Скопје - (со сектори и одделенија за туризам)
- Здруженија за туризам и рурален развој
- Туристичка комора на Македонија
- Туристичко-угостителска комора на Македонија - ССКМ
- Стопанска комора за туризам на Македонија
- Асоцијацијата –ХОТАМ
- Асоцијацијата -АТАМ
- Здружение за угостителство и туризам - СКМ



### ***Финансии, финансиско работење и пристап до финансии за реализација на целите***

Во реализирање на претпроектните и проектните активности, градот Скопје може да го распредели изворот на финансии на неколку дела. Освен своите буџетски средства, и средствата кои се влеваат во градскиот буџет од туристичката дејност на субјектите во градот, изворот на финансирање може да се согледа и во соработка со останати институции и програми (ЕУ програми) кои одвојуваат средства наменети за развој на туристичката дејност.

#### *Македонска банка за поддршка и развој (МБПР)*

Еден од главните предуслови за развој на туризмот е обезбедувањето на квалитетни сместувачки капацитети кои ќе бидат достапни и прифатливи за поголемиот дел од граѓаните. Токму во таа насока, Владата на Република Македонија обезбеди повеќе инструменти со што долгорочно се финансира купување, изградба и адаптација на мали сместувачки капацитети до 70 легла со стандард и категоризација на квалитет кој не е поголем од оној што е определен со 3 ѕвезди - проект кој е дел од програмата на Владата за 2011-2015 година. Ова значи дека преку вкупно 4 кредитни линии, под поволни услови, со прифатлив и разумен рок на отплата и вклучен грејс период, Владата помага при купување, изградба или адаптација на сместувачки капацитети. Секоја од кредитните линии има свои специфики, и силни страни, што помага деловните луѓе да ги димензионираат и користат според своите потреби и проценки. Се работи за поттикнување на отворање нови сместувачки капацитети кои особено во европските држави се масовно искористени и претставуваат значаен дел од обртот на средства во светскиот туризам, а претставуваат и модел за развој на малиот и средниот бизнис.

За таа цел, на минатата седница Владата усвои информација за расположливи 4 финансиски инструменти - кредитни линии кои може да се користат за таа намена. Инструментите се димензионирани во соработка со МБПР.

#### 1. ЕИБ- кредитна линија - МСП инвестиционен кредит

Од третата транша од 100 милиони евра, корисниците ќе може да користат средства за оваа намена. МБПР има определен квантум на средства што приоритетно ќе се алоцираат за ваков вид на поддршка. Минималниот износ на средства кои крајниот корисник може да го искористи е 10 000 евра, а максималниот износ е 3 500 000 евра, со рок на отплата до 8 години и вклучен грејс период до 24 месеци. Тие можат да се искористат за купување на материјални средства, односно недвижности - купување, изградба и адаптација на сместувачкиот капацитет, опрема од хотелиерството, и обртни средства за не повеќе од 30% од вредноста на кредитот, како и инвестиции во нематеријални средства за развој, планирање и финансирање во фаза на конструкција, но и трошоци на плати и останат). Каматната стапка е 5.5% годишно, која е фиксна за целиот период, и која државата ја субвенционира. Оваа кредитна линија е најповолната што воопшто постои во бизнисот во овој период, а обезбедува стабилност и предвидливост.

## 2. Инвестициска кредитна линија РФ (Револвинг фонд од италијанската стокова кредитна линија)

За крајниот корисник, износот на кредитот се движи од минималните 50 000 евра, а максимални 400 000 евра. Рокот за отплата е 6 години, со вклучен грејс период до 12 месеци и со крајна каматна стапка од 6% годишно. Намената за користење на овие средства е набавка или изградба на постојани средства, вклучително и купување, изградба и адаптација на мали сместувачки капацитети и за обртни средства. Предноста на овој инструмент е тоа што може да се повлече за релативно кратко време, средствата се оперативни и веќе се на сметки на МБПР.

## 3. Посебен кредитен фонд - кредитна линија со гарантна шема

За крајниот корисник, износот на кредитот се движи од минималните 10 000 евра до максимални 300 000 евра. Рокот за отплата е до 8 години, со грејс период 12 месеци, а ако крајниот рок е до 3 години, тогаш максималниот вклучен грејс период е до 6 месеци. Намената за користење на овие средства е набавка или изградба на постојани средства, вклучително и купување, изградба и адаптација на мали сместувачки капацитети и за обртни средства до 30% од вредноста на кредитот. Крајната каматна стапка е максимум 6,75%. Предноста на овој инструмент е тоа што во случај на неможност за поврат на кредитните средства од страна на корисникот државата отплаќа значителен дел од кредитот, што овозможува комерцијалните банки полесно да одобруваат кредити.

## 4. МСП - МБПР кредитна линија

Минималниот износ на кредит е 15 000 евра, а максималниот 500 000 евра. Рокот на отплата е до 8 години, со вклучен грејс период до 12 месеци и максимална крајна каматна стапка 8%. Намената за користење на овие средства е набавка или изградба на постојани средства, вклучително и купување, изградба и адаптација на мали сместувачки капацитети и за обртни средства до 50% од вредноста на кредитот. Предноста на инструментот е што директно се аплицира кај МБПР и, по правило, полесно се добиваат средствата, и што оваа кредитна линија е денарска, за разлика од претходните, кои се девизни.

Овие четири инструменти се добра можност за развој на бизнисите. Ги повикуваме сите заинтересирани да аплицираат за една од четирите расположливи кредитни линии кои се нудат под поволни услови и да ја искористат шансата за купување, изградба и адаптација на мали сместувачки капацитети. Во идниот период ќе се популаризираат овие инструменти и ќе бидат претставувани пред стопанските комори и асоцијациите за туризам. Ова е особено добра прилика за оние семејства кои се занимаваат со хотелиерство и мотелиерство и кои поседуваат капацитети за сместување да ги прошират нив, но и шанса за отворање на сосема нови капацитети. На овој начин, Владата го потпомага локалниот економски развој, но и воопшто развојот на туризмот во државата - гранка која обезбедува свежи приходи и го поттикнува општиот економски развој на земјата.

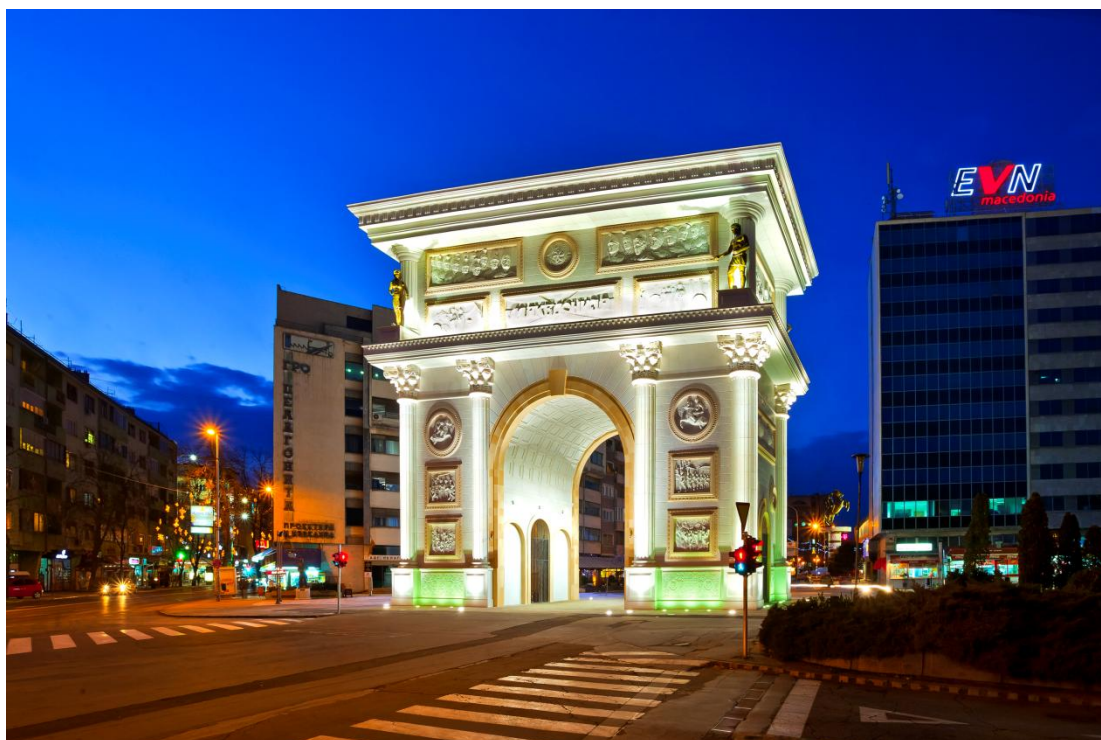
### *ИПА*

Освен кредитните банкарски линии наменети претежно за приватните туристички работници, односно за евентуалните новоформирани јавни-приватни партнерства, како опција за финансирање на туристичките проекти, со цел остварување на целите на стратегијата, може да се спомене и ИПА програмата за претпристапна помош од Европската Унија. Со средствата од ИПА програмата може да се финансираат проекти на локално и на градско ниво, како за приватните фирми кои работат во туризмот, индивидуалци, така и за локалната и градската власт чии проекти можат да бидат финансирани сè до нивната имплементација.

### *ОРИО Програма*

ОРИО програмата претставува билатерален трговски и инвестициски инструмент наменет за финансирање на јавни инфраструктурни проекти во земјите во развој, кои се развиваат и реализираат преку партнерска соработка помеѓу Владата на земјата-корисник и меѓународната бизнис заедница. Финансиската помош предвидена со ОРИО им е достапна за користење и на единиците на локалната самоуправа, но единствено во соработка и со поддршка од ресорното министерство, при што апликацијата за предвидениот проект се поднесува од страна на соодветното министерство.

Програмата овозможува поддршка на сите фази од проектниот циклус, кога се предвидува финансирање на околу 50% од буџетот неопходен за фазата на развој на проектот и околу 35% од буџетот неопходен во оперативната фаза, фазата на имплементација и трошоци за функционирање и одржување на системите во рок до 10 години.



### **Маркетинг, односно туристички зони во и околу градот; туристички производи и промоција на туризмот**

Република Македонија и натаму останува без национална туристичка организација со претставници од реалниот туристички сектор, која би ги поттикнувала политиките на модерна промоција и поагресивна кампања во интерес на побрз развој на туризмот. Недостасуваат регионални или локални сектори кои ќе бидат одговорни за промоција на брендovите на туристичките дестинации дефинирани во националната стратегија за туризам.

Досегашните маркетинг активности за промовирање на урбаниот туризам се вклопуваат во стратешкиот пристап - еден бренд на Македонија како туристичка дестинација со споредно промовирање на области, но не и на специфичен урбан дел или дестинација. Позиционирањето на Македонија како еден бренд се одвива успешно од аспект на запознавање на светската јавност со главните карактеристики на државата, Сепак, во смисла на урбан туризам, интегрираниот пристап на еден бренд претставува ограничувачки фактор во услови на очигледна потреба од продажба на специјализирани производи за специјализирани целни групи на корисници. Потенцијалните корисници на услугите на урбаниот туризам претставуваат мал пазар, кој бара истакнување на одредени специфични вредности што би го привлечеле нивното внимание.

Недостатокот на промоција на суб-брендови за дестинациите каде урбаниот туризам е примарна форма на туризмот, кои до примарната целна група ќе проектираат визуелен имиџ со специфични карактеристики, го прави градот Скопје неконкурентен во промоцијата во однос на директните конкурентни градови од соседните земји: Бугарија и Србија.

Градот Скопје може да се пофали со повеќе туристички зони, односно локалитети на кои има богата туристичка понуда.

Во тој контекст може да се набројат:

- Стариот антички град Скупи со својот стил на градба и римскиот водовод - Аквадукт;
- Градот на римскиот император Јустинијан Прима;
- Тумба Маџари;
- Мајка Тереза - градот Скопје е роден град на најголемата светски призната хуманистка и во него има повеќе спомен обележја (местото на куќата во која е родена, меморијалната куќа, итн);
- Етно (македонско) село, Св. Пантелејмон, Марков манастир;
- Планината Водно со Милениумскиот крст и новоизградената жичарница;
- Матка и кањонот на реката Треска, со пештерите во областа;
- Скопското Кале, Старата Скопска чаршија со Даут Пашин Амам, Чифте Амам и Безистенот, и Камениот мост;
- Проектот за доизградба и модернизација на Скопје;

- Скопје - град на познатото угостителство и кулинарство;
- Скопје - град на светски признатите фестивали за театар (МОТ), опера (МОБ), филмски фестивал, цез фестивал, Офф Фест, Скопско лето, БаскерФест, Вино Фест, Пиво Ленд, итн;
- Плоштадот со сите споменици и, секако, најмаркантниот - Воин на коњ, Портата Македонија;
- Меморијалната куќа на Холокаустот;
- Отоманското наследство зачувано преку Капан Ан, Сули Ан и Куршумли Ан;
- Музеите - археолошки, историски, етнолошки, природнонаучен, на современата уметност, на град Скопје, и на македонската борба;
- Градски парк;
- Акваленд;
- Зоолошка градина;
- Цркви и манастири;
- Џамии;
- Старата железничка станица;
- Саемски комплекс.



## ***Промоција на туризмот***

Национални институции одговорни за промоција и маркетинг на македонскиот туризам:

### *Агенција за промоција и поддршка на туризмот*

Оваа институција, одговорна за промоцијата и маркетингот на Македонија како туристичка дестинација, е основана во 2008 година, како посебна институција, која во рамките на своите законски утврдени надлежности ги превзема и врши следните позначајни активности:

- Унапредување и промоција на туризмот;
- Обезбедување информативен пропаганден материјал за промоција на туристичките вредности;
- Соработка со светски познати тур-оператори со цел привлекување на туристи;
- Професионално презентирање на сите сегменти и региони од туристичката понуда;
- Подготвување и реализација на програмата за промоција и поддршка на туризмот;
- Подготвување анализи и прогнози во врска со движењето на туристичкиот промет;
- Активно промовирање на вкупниот туристички потенцијал на Република Македонија во земјата и во странство;
- Развивање и промовирање на сосема нови туристички производи;
- Формирање и развивање на единствен туристички информативен систем и негово поврзување со други информативни системи во државата и во светот.

Во делот на маркетинг политиките и промоцијата на Македонија како туристичка дестинација, како ресор кој ги планира и програмира чекорите за развој и натаму улогата ја врши ресорот економија при Владата на РМ. Агенцијата е чекор напред за координација и спроведување на промотивните активности за Република Македонија како туристичка дестинација, вклучително и урбаниот туризам.

Ова е проследено и со низа посети на европски дестинации од страна на од Агенцијата и реалниот сектор, а со цел промоција на македонската туристичка понуда.

Во промотивните активности, постоењето на здруженија, асоцијации, стопански комори и слични организирани дејствувања е од голема важност за туристичката цел.

Градот Скопје се промовира и преку саемски манифестации, на кои како учесник, еднаш во годината, редовно се јавува градот Скопје, и самиот е домаќин на саем за туризам.

Исто така, важно е да се спомене дека во секој годишен буџет градот Скопје има издвоени средства за промоција на туристичкото работење.

### ***Работната сила и пазарот на трудот***

Човечките ресурси се важна компонента во развојот на секоја индустриска гранка, а во туризмот тие имаат особено значење токму поради директниот контакт на сите вработени со корисниците на услугата. Градењето на потенцијали за развој наметнува неопходност од систематски пристап кон унапредување на човечките потенцијали во функција на ефикасно и професионално нудење на услугите.

Во Република Македонија, образование за оваа гранка може да се добие на:

- Универзитет Св.Климент Охридски - Факултет за туризам ,Охрид
- Универзитет Гоце Делчев Штип – Факултет за туризам и бизнис логистика
  - o Насока Туризам и бизнис логистика, во Гевгелија
  - o Насока Бизнис логистика и гастрономија, исхрана и диететика, во Скопје
  - o Гастрономија, исхрана и диететика, во Штип
- Универзитет за туризам и менаџмент-Скопје
- Факултет за туризам и факултет за спортски туризам, Скопје
- Институт за географија – насока туризам - Скопје
- Државен универзитет –Тетово - насока туризам

Традиционално, како индустрија, туризмот апсорбира голема количина на работна сила поради малите можности за зголемување на продуктивноста преку автоматизација и воведување на нови технологии. Со самото тоа, индустријата претставува можност за вработување на неквалификувана и нискоквалификувана работна сила.

Согласно евиденцијата за невработени лица на Агенцијата за вработување на Република Македонија, во продолжение се прикажани табели со податоци за работната сила и пазарот на трудот во туристичко-угостителската дејност.

Во моментот, Агенцијата за вработување нуди програми за едукација и помош при самовработување на млади лица до 29 години. Користењето на овие програми може да помогне за развојот на туризмот, бидејќи се работи за релативно мали инвестиции.



## **7. Евалуација на стратегијата за 2009-2013**

Претходната стратегија беше усвоена во 2009 година, заедно со акциониот план во кој беа разработени специфичните мерки и активности за спроведување на целите на стратегијата.

Главната цел на стратегијата е детално разработена преку серија од пет специфични цели, а за имплементирање на секоја од идентификуваните специфични цели се подготвени акциски планови. Остварувањето на специфичните цели, главно, се заснова на воспоставување на механизми на соработка, усвојување на секторски програми и стратегии, но и прецизни активности.

Деталната евалуација со опис на остварените цели и исполнувањето на проектите од акцискиот план е опширно разработено во анекс 3.



## 8. SWOT анализа

SWOT анализата ги сумира главните трендови кои влијаат на развојната рамка на туризмот во градот Скопје и служи за развој на стратегијата. Таа во себе ги интегрира четирите главни фактори, и тоа:

Силните страни на - географската локација, човечките потенцијали, финансиските поволности, организацијата на институциите, инфраструктурните елементи и маркетингот на дестинацијата;

Слабите страни и ограничувањата кои се појавуваат во локален контекст, независно од регионалните и светските трендови во индустријата;

Можностите кои ќе резултираат со подобро искористување на потенцијалот доколку се надминат слабите страни и ограничувања;

Заканите или надворешните фактори кои може да го оневозможат натамошниот развој.

SWOT анализата е изготвена со цел да ја опфати институционалната рамка на развојните компоненти и програми. Таа не ги анализира другите индустрии на туризмот, не обезбедува анализа на проблемите кои се надвор од институционалните рамки и не обработува аспекти кои имаат краткорочна димензија (во тековниот временски период).

<b>Институционални капацитети и законска рамка</b>	
<b>Силни страни</b>	<b>Слаби страни</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Република Македонија и градот Скопје ги имаат потребните институции за развој и промоција на туризмот како гранка.</li> <li>• Постоечката законска регулатива е усогласена со директивите на ЕУ.</li> <li>• Субвенциониран авио сообраќај.</li> <li>• Субвенционирано туристичко-сместувачко работење.</li> <li>• Проектот за доизградба и модернизација на Скопје.</li> <li>• Поволни финансиски инструменти.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Недоволна координација на туроператорите со сместувачките капацитети.</li> <li>• Непостоење на зони со посебен работен режим на угостителските објекти во градското подрачје.</li> <li>• Сè уште недоволно квалитетна евиденција во целокупното туристичко-угостителско работење.</li> <li>• Лошо управување на Старата чаршија.</li> <li>• Неефикасни туристички инспекции со збунувачки надлежности.</li> <li>• Непостоење на туристичка полиција.</li> <li>• Ограничени буџетски средства за развој и реализација на поголем број проекти.</li> </ul>
<b>Можности</b>	<b>Закани</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Воведување на јавно-приватно партнерство.</li> <li>• Здружение или фондација која ќе стопанисува со Старата чаршија.</li> <li>• Здружение или фондација која ќе стопанисува со Матка.</li> <li>• Користење на ЕУ средства.</li> <li>• Координативно тело кое ќе имплементира проекти засновани на политиките на работа, а ќе се состои од членови од институционален и приватен сектор.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Политичката ситуација.</li> <li>• Некоординираност во надлежностите на институциите.</li> <li>• Неефикасно спроведување на РИА процесите.</li> <li>• Недостаток на комуникација и координираност на туристичките субјекти.</li> <li>• Несоодветно управување на објектите и загрозување на животната средина.</li> <li>• Неконтролирани странски туристички водичи.</li> <li>• Задоцнета реакција во однос на конкурентските градови.</li> </ul>

<b>Човечки ресурси</b>	
<b>Силни страни</b>	<b>Слаби страни</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Традиционално, Македонија има квалитетни градители, угостители и искусни хотелиери.</li> <li>• Големиот број на угостителски објекти во урбаните средини претставува неформален генератор на кадар.</li> <li>• Постоечки образовни институции за формално и неформално образование.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Не постои единствен систем за евидентирање на вештините на вработените во туризмот.</li> <li>• Не се воведени критериуми за мерење на квалитетот на услугата на вработените во туризмот.</li> <li>• Непостоење на сеопфатна информација за понуда-побарувачка на работна сила во туризмот.</li> <li>• Недостаток на свест за зачувување на наследството.</li> <li>• Ниска свест кај граѓаните за почитување и зачувување на инфраструктурата.</li> <li>• Разлика меѓу половите во однос на степеност на вработеност, особено во руралниот дел на регионот.</li> <li>• Неусогласеност на образовните програми согласно кадровските потреби и фактичката структура на кадри.</li> <li>• Мали инвестиции во истражувањата и развојот.</li> </ul>
<b>Можности</b>	<b>Закани</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дополнителните активности во туризмот носат можности за голем број невработени млади лица.</li> <li>• Изработка на информатор за институции кои нудат сертификација на одредени знаења и вештини што се поврзани со туризмот.</li> <li>• Мултирелигиозност и мултиетичност.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ниско ниво на просечна профитбилност на малите и средни претпријатија доведува до ниски примања и имиџ на неатрактивни работни места.</li> </ul>

<b>Маркетинг</b>	
<b>Силни страни</b>	<b>Слаби страни</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Интензивни промоции на Македонија и Скопје како атрактивна туристичка дестинација.</li> <li>• Брендирани сувенири.</li> <li>• Вклучување на традиционална храна и пијалоци во туристичката понуда.</li> <li>• Зголемено анимирање на туристите.</li> <li>• Град на хуманоста.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Се уште недоволно препознатливо „бренд име“ за Скопје.</li> <li>• Недоволна маркетинг промоција.</li> <li>• Недостаток на сеопфатна туристичка понуда според интересите на потенцијалните туристи: млади, семејства, возрасни.</li> <li>• Непостоење на унифициран сувенир за градот Скопје.</li> </ul>
<b>Можности</b>	<b>Закани</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Соработка за зголемување на промотивните материјали преку остварување соработка со приватниот сектор.</li> <li>• Социјалните мрежи како медиум за промовирање туризам.</li> <li>• Атракција, уникатност, доживување како главни очекувања на туристите.</li> <li>• Унифициран сувенир за градот Скопје.</li> <li>• Брендирање на посебни локални производи; занаети; храна; традиција и обичаи.</li> <li>• Отоманското наследство - организирани тури за заинтересираните целни групи.</li> <li>• Воведување на наплаќање влезница за посета на знаменитостите; цената да се разликува за домашни и странци.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зголемена конкуренција на понудата за урбан туризам во соседните земји: Бугарија, Србија, итн.</li> <li>• Зголемена промоција на видови храна како специјалитет на гастрономијата од соседните држави.</li> <li>• Негативни информации од медиуми, лоша пропаганда.</li> </ul>

<b>Туристички капацитети</b>	
<b>Силни страни</b>	<b>Слаби страни</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мултикултурен и мултирелигиски центар.</li> <li>• Постоење на услужни дејности (такси, рент-а-кар, трговски центри, барови, пабови, ресторани, клубови, итн).</li> <li>• Стара чаршија.</li> <li>• Голем број археолошки и културно-историски споменици.</li> <li>• Голем број манифестации и фестивали од областа на културно-забавниот живот.</li> <li>• Добра забава и ноќен живот.</li> <li>• Природни убавини и реткости - карактеристични и уникатни.</li> <li>• Аква парк.</li> <li>• Зголемен број спортски објекти.</li> <li>• Воведување на автобуска линија до аеродромот.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Недостаток на сместувачки капацитети (број на легла).</li> <li>• Постоечките капацитети се премногу мали: и во број на легла и во понудени содржини за да можат да обезбедат конкурентност.</li> <li>• Недоволно квалитетни и информативни картографски мапи на градот.</li> <li>• Премала искористеност на капацитетот на „рурално Скопје”.</li> </ul>
<b>Можности</b>	<b>Закани</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Голем број на транзит туристи.</li> <li>• Зголемен интерес на тур-операторите за регионот, со можност за вклучување на градот во регионални тури и поврзување на регионалните тури со операторите кои работат на Балканот.</li> <li>• Потенцијал за поврзување со другите држави во регионот заради заедничка понуда на градски туризам.</li> <li>• Потенцијал за зголемен развој на спортско-рекреативниот туризам и алтернативниот туризам.</li> <li>• Организација на настани каде учесници и посетители ќе бидат деца и младинци.</li> <li>• Женски пазар.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Финансиската криза може да го забави процесот на инвестиции во сместувачки и угостителски капацитети.</li> <li>• Разлика помеѓу градските и приградските општини во планскиот регион.</li> <li>• 90% од претпријатијата се мали или микро и се лесно подложни на влијанија.</li> </ul>

<b>Инфраструктура</b>	
<b>Силни страни</b>	<b>Слаби страни</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратешка локација (местоположба).</li> <li>• Поволна клима.</li> <li>• Модернизиран меѓународен аеродром.</li> <li>• Зголемен број на авио дестинации поврзани со Скопје преку WizzAir.</li> <li>• 3 меѓународни аеродроми во соседните земји со кои е можен пристап до туристичките дестинации во градот Скопје.</li> <li>• Развиена и уредена патна, енергетска, телекомуникациска и водоводна инфраструктура.</li> <li>• Доволен број на угостителски објекти</li> <li>• со пристапна инфраструктура.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Недоволно обновени ознаки и патокази до определени туристички знаменитости.</li> <li>• Недоволен број на туристички инфо бироа.</li> <li>• Неодржување на Аквадуктот.</li> <li>• Недоволно обновени и недоволен број на санитарни јазли на јавни површини.</li> </ul>
<b>Можности</b>	<b>Закани</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Користење на Европски фондови за развој на пешачки патеки и придружна инфраструктура.</li> <li>• Апликации за мобилни телефони.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Финансиската криза може да доведе до намалување на обемот на инфраструктурните инвестиции.</li> </ul>

## 9. Стратешки цели

Поставувањето на стратешки цели во еден стратешки документ и план мора да води кон остварување на главната визија. Градот Скопје како главен економски и административен центар на Републиката својата метрополска визија мора да ја темели на постулатите на тоа да биде развиен центар за политичко-економски, културно-историски, социјален и спортски, туристички центар, со граѓани кои ќе се свесни и совесни жители и домаќини.

Остварувањето на оваа визија е стремеж кој Скопје треба да го изедначи и смести веднаш до најпознатите и најголемите регионални, европски туристички метрополи.

Со остварување на оваа визија треба да се придонесе и кон остварување на главната цел, односно да се зголеми бројот на туристи во текот на една година и во рок од 4 години да се постигне посета од 600.000 туристи годишно.

За остварување на главната визија, можеме да дефинираме и одредиме неколку стратешки цели:

- Зголемена препознатливост на брендот на град Скопје како туристичка дестинација, со збогатување и интензивирање на маркетиншката промоција на туристичките знаменитости и понуди. Зголемен број на домашни туристички агенции и меѓународни тур-оператори кои во својата понуда го нудат градот Скопје како туристичка дестинација;
- Зачувување и одржување на постоечката, и подобрување на останатата туристичка инфраструктура од туристичката понуда на градот. Зголемување на понудата и квалитетот на туристичките услуги. Збогатување на содржинските пакети во туристичката дејност; и
- Засилување на човечките ресурси и интеркултурните релации во туристичката сфера.





## **10. Предлог проекти според стратешките цели**

*Зголемена препознатливост на брендот на град Скопје како туристичка дестинација, со збогатување и интензивирање на маркетингката промоција на туристичките знаменитости и понуди. Зголемен број на домашни туристички агенции и меѓународни тур-оператори кои во својата понуда го нудат градот Скопје како туристичка дестинација:*

### 1.1 „Брендирање на Скопје”

### 1.2 Филм за град Скопје (боенка, брошура...)

### 1.3 Учество на саеми и конференции

*Зачувување и одржување на постоечката, и подобрување на останатата туристичка инфраструктура од туристичката понуда на градот. Зголемување на понудата и квалитетот на туристичките услуги. Збогатување на содржинските пакети во туристичката дејност:*

### 2.1 Основен проект за реконструкција на пешачки патеки на езерото Матка со пристапни патеки до Св.Недела, до пештерите Крштална и Убава и во самата пештера Врело

### 2.2 Паркинг Матка

### 2.3 Осветлување на пештера Врело

### 2.4 Основен „проект за пештерата Убава”

### 2.5 Природнонаучен музеј и спасителна станица на Матка

### 2.6 Висечки мост

### 2.7 (Downhill) Надолна велосипедска патека на Водно

### 2.8 Туристички патокази

### 2.9 Ново туристичко информативно биро и модернизација на постоечките

### 2.10 Баскерфест, Вино Скоп, Пиволенд, Појадок на Мост

### 2.11 Студии за зачувување, ревитализација и развој на Скопска Црна Гора

### 2.12 Бележење пешачки патеки на Водно

### 2.13 10 дена уметност

*Засилување на човечките ресурси и интеркултурните релации во туристичката сфера:*

### 3.1 Интеграција на балкански тури

**11. Акционен план со препораки**

1.Зголемена препознатливост на брендот на град Скопје како туристичка дестинација, со збогатување и интензивирање на маркетиншката промоција на туристичките знаменитости и понуди. Зголемен број на домашни туристички агенции и меѓународни тур-оператори кои во својата понуда го нудат градот Скопје како туристичка дестинација:

број	наслов на проектот	вкупен трошок	партнер/и	временска рамка	почеток со работа	корисници	извор на финансирање
1.1	„Брендирање на Скопје”	30.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Континуи рано	Почеток на 2015	Граѓаните на Скопје, туристите	Буџет на град Скопје
1.2	Филм за град Скопје (боенка, брошура...)	15.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2015	Почеток на 2015	Граѓаните на Скопје, туристичките работници, образовни работници	Буџет на Град Скопје
1.3	Учество на саеми и конференции	10.000 евра	АППТ, град Скопје	Континуи рано	Континуи рано	Вработените во град Скопје, туристичките работници	Буџет на Град Скопје

2. Зачувување и одржување на постоечката, и подобрување на останатата туристичка инфраструктура од туристичката понуда на градот. Зголемување на понудата и квалитетот на туристичките услуги. Збогатување на содржинските пакети во туристичката дејност:

број	наслов на проектот	вкупен трошок	партнер/и	временска рамка	почеток со работа	корисници	извор на финансирање
2.1	Основен проект за реконструкција на пешачки патеки на езерото Матка со пристапни патеки до Св.Недела, до пештерите Крштална и Убава и во самата пештера Врело	115.200,00 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2016	Отпочна то	Посетителите на Матка	ЕУ фондови, буџет на РМ
2.2	Паркинг Матка	298.800,00 евра	ЕУ фондови, ЈПП	Крај на 2016	Почеток на 2015	Посетителите на Матка	ЕУ фондови, буџет на РМ
2.3	Осветлување на пештерата Врело	58.200,00 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2016	Почеток на 2015	Посетителите на Матка, спелеолози	ЕУ фондови, буџет на РМ
2.4	Основен „проект за пештерата Убава”	40.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2016	Почеток на 2016	Посетителите на Матка	ЕУ фондови, буџет на РМ
2.5	Природнонаучен музеј и спасителна станица на Матка	70.000 евра	ЕУ фондови	Крај на 2017	Почеток на 2016	Посетителите на Матка	ЕУ фондови, буџет на РМ
2.6	Висечки мост	180.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2017	Почеток на 2015	Посетителите на Матка	ЕУ фондови, буџет на РМ

2. Зачувување и одржување на постоечката, и подобрување на останатата туристичка инфраструктура од туристичката понуда на градот. Зголемување на понудата и квалитетот на туристичките услуги. Збогатување на содржинските пакети во туристичката дејност:

број	наслов на проектот	вкупен трошок	партнер/и	временска рамка	почеток со работа	корисници	извор на финансирање
2.7	(Downhill) Надолна велосипедска патека на Водно	21.200,00 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Средина на 2015	Почеток на 2015	Спортисти	Буџет на Град Скопје
2.8	Туристички патокази	50.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2015	Почеток на 2015	Граѓаните на Скопје, туристите	Буџет на Град Скопје
2.9	Ново туристичко информативно биро и модернизација на постоечките	30.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2015	Почеток на 2015	Граѓаните на Скопје, туристите	Буџет на Град Скопје
2.10	Баскерфест, Вино Скоп, Пиволенд, Појадок на Мост	35.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Континуирано	Континуирано	Граѓаните на Скопје, туристите	Буџет на Град Скопје
2.11	Студии за зачувување, ревитализација и развој на Скопска Црна Гора	10.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Крај на 2015	Почеток на 2015	Вработените во Град Скопје, туристичките работници	Буџет на Град Скопје
2.12	Бележење пешачки патеки на Водно	3.500 евра	Град Скопје	Континуирано	Почеток на 2015	Посетителите на Водно	Буџет на Град Скопје
2.13	10 дена уметност	10.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Континуирано	Почеток на 2015	Граѓаните на скопје, туристите	Буџет на град Скопје

3. Зајакнување на човечките ресурси и интеркултурните релации во туристичката сфера:								
	3.1	Интеграција на балкански тури	9.000 евра	ЕУ фондови, Ск. План Рег	Конти нуирано	Почеток на 2015	Граѓаните на Скопје, туристите, туристичките агенции и тур-оператори.	Буџет на Град Скопје

*Препораки за развој на капацитетите на туристичкото работење:*

Во туристичкото работење, и покрај веќе евидентниот раст во индустријата, потребни се и дополнителни сили со чие вложување ќе се придонесе за унапредување и развој на самата индустриска гранка.

Во следните основни препораки за понатамошно развивање на дејноста може да се набројат следните активности:

<b>Активности</b>	<b>Учесници</b>	<b>Придобивки</b>
Унапредување на координацијата на тур-операторите со сместувачките капацитети.	Тур-оператори, агенции и угостителско-сместувачки единици	Селектирање и сегментирање на правилен пристап и понуда во зависност од сезоната и целната група туристи.
Воведување на зони со посебен работен режим на угостителските објекти во градското подрачје.	Туристите и угостителските објекти	Воведување ред за работно време и квалитет на услуги во угостителското работење. Непречен и квалитетен живот на луѓето кои живеат во тие подрачја.
Воведување квалитетна евиденција во севкупното туристичко-угостителско работење.	Тур-оператори, агенции, угостителско-сместувачки единици, туристички водичи, факултети за туризам, АВРМ, ЦРМ, ДЗС	Јасна слика за целиот туристички сектор и за остварувањето, како и за потребите на индустријата. Поквалитетно креирање, водење и управување со планирањето, инвестирањето и работата во туризмот.
Подобрување на управувањето со Стара чаршија.	Физички и правни лица кои се вршители на дејност во рамките на Старата чаршија	Поквалитетен пристап до работењето и зачувувањето на чаршијата.
Воведување на туристичка полиција.	Туристичките инспектори, туристичките работници	Правилно, стручно и сегментирано дефинирање на надлежностите, правата и обврските.
Основање на здруженија за стопанисување со местата од интерес.	Објектите на Матка, објектите во Стара чаршија, итн	Поквалитетен пристап на работењето. Правилно, стручно и сегментирано дефинирање на надлежностите, правата и обврските.
Воведување на јавно-приватно партнерство за стопанисување со местата од интерес.	Јавни претпријатија	Поквалитетен пристап на работењето. Правилно, стручно и сегментирано дефинирање на надлежностите, правата и обврските. Пристап до финансии и свеж капитал.

Основање координативно тело што ќе ги вмрежува и ќе се грижи за правата, одговорностите и ингеренциите на градот и сите туристички работници.	Град Скопје (сектор туризам), туристички агенции, водичи, тур-оператори, угостители, итн	Поквалитетно креирање, водење и управување со политиките.
Воведување критериуми за мерење на квалитетот на услугата дадена од страна на вработените во секторот туризам.	Град Скопје, универзитети	Поквалитетен живот и престој во градот.
Воведување исцрпна информација за понудата-побарувачката на работна сила во туризмот.	АВРМ, ДЗС, универзитети	Поквалитетно креирање, водење и управување со човечките ресурси во туризмот.
Зголемување на свесноста кај жителите на Скопје за зачувување на наследството и инфраструктурата.	Град Скопје, здруженија на граѓани	Поквалитетен живот и престој во градот.
Модернизирање на јавните санитарни јазли низ градското подрачје.	Јавно комунално претпријатие	Поквалитетен живот и престој во градот.
Подобрување и модернизирање на картографските мапи на градот.	Град Скопје	Поквалитетен престој во градот.
Зголемување на понудата и искористеноста на „рурално Скопје”	Град Скопје	Поквалитетен живот и престој во градот, збогатена туристичка понуда.
Воведување регионален пристап во понудата со соседните градови.	Град Скопје	Поквалитетен живот и престој во градот, збогатена туристичка понуда.
Модернизирање и одржување на туристички портал на град Скопје	Град Скопје	Поквалитетна понуда на содржините кои градот ги нуди на туристите.
Туристичка апликација за iOS за мобилни телефони и таблети	Град Скопје	Поквалитетна понуда на содржините кои градот ги нуди на туристите.
Мултимедијален центар – Скопје низ вековите	ЕУ фондови, град Скопје, ЈПП	Поквалитетна понуда на содржините кои градот ги нуди на туристите и жителите на градот.
Голф игралиште	Град Скопје, општина Гази Баба, ЈПП	Спортска и рекреативна понуда што сè уште ја нема во градот.
Луна Парк	Град Скопје	Модернизирање на веќе постоечкиот и застарен рекреативен парк.

1. *Унапредување на координацијата на тур-операторите со сместувачките капацитети*

Се забележува недостаток во координацијата помеѓу тур-операторите и хотелските работници, со што се доведува во прашање доволниот број на легла во градот. Потребата за подобра координација и консолидација на расположливите сместувачки капацитети е од значење кога се изготвуваат понуди за престој во градот. Дополнителна корист од унапредување на координацијата доаѓа со фактот дека секојдневно во градот се отвораат нови мали и големи капацитети, има пренамена на ноќевалишта, секојдневни адаптации на простори за сместување на туристи кои и не секогаш се правилно категоризирани, и во тек е изградба на неколку поголеми капацитети од светски познати синџири на хотели.
2. *Воведување зони со посебен работен режим на угостителските објекти во градското подрачје*

Воведувањето ред во работното време и во квалитетот на услуги во угостителското работење е нешто кое се наметнува само по себе со оглед на стремежот за градење метрополски пристап и следење на „конкурентските градови“ на европско ниво, градови кои по стилот на туристичка понуда и услуга се компатибилни на Скопје. Но, во Скопје препорачливо е да се регулираат централните подрачја или, пак, да се дефинираат градски подрачја каде културно-забавниот живот би бил временски неограничен, по примерот на Амстердам, Брисел, Барселона, каде туристот ќе може да се социјализира во текот на целиот ден, а тоа нема да влијае врз квалитетот на живот на луѓето во градот кои живеат во тие подрачја.
3. *Воведување квалитетна евиденција во севкупното туристичко-угостителско работење*

Забележително е хаотично и неструктурирано собирање и презентирање на податоците за туристичко-угостителското работење. Постојните податоци на Централниот регистар кои укажуваат на дејноста се разликуваат од оние на Државниот завод за статистика, како и од оние кои ги презентира Агенцијата за вработување. Потребно е изнаоѓање на модел кој квалитетно ќе ги евидентира сите податоци од туристичките образовни профили, туристичките директни и индиректни дејности, за да се добие една компактна слика за целиот сектор.

Воедно, евидентирањето на вештините на вработените во туризмот е, исто така, една аномалија која би требало да се отстрани и подобри за полесен преглед на ситуацијата во секторот на локално ниво.
4. *Подобрување на управувањето со Стара чаршија*

Систематизирање на раководењето на Старата чаршија од сите аспекти на работа – планирање, менаџирање, раководење со трговските и угостителските објекти, културно-историските споменици, итн. Грижа за зачувувањето на чаршијата.
5. *Воведување на туристичка полиција*

Потребата од воведување на туристичка полиција е очигледна бидејќи во моментот инспекторските надлежности се конфузни и надлежностите се испреплетени помеѓу општинските инспектори, инспекторите за туризам, државните инспектори, пазарните и финансиските инспекторати, итн. Потребно е воведување на туристичка полиција која ќе



се грижи за санкционирање на прекршителите на туристичката инфраструктура, за прекршоци од непријавени туристи, нелиценцирани туристички водичи, нелиценцирани агенции и тур-оператори, итн.

6. *Основање на здруженија за стопанисување со местата од интерес*

Здруженија или асоцијации кои ќе го раководат работењето со местата од интерес како што се Чаршијата, Матка и слични области, и во кои правилно, стручно, и сегментирано ќе бидат дефинирани надлежностите, правата и обврските.

7. *Воведување на јавно - приватно партнерство за стопанисување со местата од интерес*

Воведување на јавно-приватно партнерство во местата од интерес, односно во институциите од интерес ќе придонесе за подобро раководење со работењето, како и правилно, стручно, и сегментирано дефинирање на надлежностите, правата и обврските. Воедно, ЈПП ќе донесе и свеж капитал и подобрување на финансиските текови, ликвидноста и самоодржливоста на институциите (музеј, забавен парк и сл.).

8. *Основање на координативно тело кое ќе ги вмрежува и ќе води сметка за правата, одговорностите и ингеренциите на градот и на сите туристички работници*

Градот Скопје, со секторот за ЛЕР и секторот за туризам, во соработка со сите вршители на дејност во туризмот, без разлика на тоа дали станува збор за директна или индиректна дејност, би требало да формира координативно тело кое ќе се грижи за секојдневните ситуации, прашања и проблеми од делот на работењето, координацијата и, секако, ќе придонесе за поквалитетно креирање, водење и управување со политиките на градско ниво.

9. *Воведување критериуми за мерење квалитет на услугата дадена од вработените во секторот туризам*

Освен препораките и поединечното добивање сертификати за квалитет, потребно е воведување и на општи критериуми за мерење квалитет, кои ќе придонесат за сериозност во работењето и со тоа ќе ги осигураат сите туристички и угостителско-сместувачки услуги на локално ниво. Сето ова ќе придонесе за поквалитетен живот и престој во градот.

10. *Воведување исцрпна информација за понудата-побарувачката за работна сила во туризмот*

Образовните институции, Агенцијата за вработување, Државниот завод за статистика и институциите кои нудат доквалификација во стручната подготовка презентираат некоординирани информации во делот на понудата/побарувачката на работната сила, без разлика на квалификациите за работа во оваа дејност. Потребно е интегрирање на информациите и критериумите кои овие институции ги имаат одделно и ги разработуваат заради правилно креирање, водење и управување со човечките ресурси.

11. *Зголемување на свеста кај жителите на Скопје за зачувување на наследството и инфраструктурата*

Со мерки на зголемена информираност и активности за подигнување на самосвеста на граѓаните може да се придонесе кон поголемо ниво на зачувување на туристичко-информативната инфраструктура, со што би се зачувале средства за обнова и тие би се пренамениле за активности и проекти што придонесуваат за развој на повеќе области од оваа дејност.

*12. Модернизирање на јавните санитарни јазли низ градското подрачје*

Модернизирањето на јавните санитарни јазли низ градското подрачје, особено обновување и осовременување на санитарните јазли во самото централно јадро, како и инсталирање на повеќе санитарни точки во центарот на градот е од големо значење за практичноста на дневните активности на туристите и ќе биде од голема помош во реализирањето на едnodневните или тридневните туристички тури.

*13. Подобрување и модернизирање на картографските мапи на градот-*

Туристичките картографски мапи кои се еден вид на градски водичи би требало да се модернизираат заради анимирање на корисниците. Исто така, распределбата треба да биде континуирана кон сите засегнати страни.

*14. Зголемување на понудата и искористеноста на „рурално Скопје”*

Освен индивидуални понуди на мали капацитети за сместување или угостителство, искористеноста на „рурално Скопје” е мала, но потенцијалот е огромен. Потребни се студии за развој на руралните подрачја за туризам, алтернативни понуди, вински и планински, речен и спортски туризам. Потребно е ревитализирање на потенцијалот на Скопска Црна Гора.

*15. Воведување регионален пристап во понудата со соседните градови*

Европските трендови на понуди, односно интересот на туристичкиот патник е да помине неколку денови во различни области, а притоа поминувајќи што е можно повеќе време во поразновидни активности. Интересот кон досега неистражените делови на Источна Европа ни дава предност и потенцијал за заеднички настап со соседните метрополски градови со цел привлекување на што поголем број на туристи.

*16. Модернизирање и одржување на туристички портал на градот Скопје*

Поквалитетна понуда на содржините на градот на интернет платформите, поврзана со голем број на социјални мрежи од мрежен карактер и, секако, социјални мрежи кои имаат професионален туристички карактер.

*17. Туристичка апликација за iOS за мобилни телефони и таблети*

Надополнување на постоечката платформа со онаа на корисниците на друг тип на мобилна технологија. Апликација со локатори, информации и предлози за квалитетно поминато време низ градот и околината.

*18. Мултимедијален центар – Скопје низ вековите*

Со искористување на потенцијалните и алтернативните модели на финансирање да се воспостави еден мултимедијален центар кој би бил еден вид технолошки современа музејска испостава и, каде низ повеќедимензионални модули од повеќето векови на градот, би се понудила една прошетка низ скопската историја.

*19. Голф игралиште*

Во соработка со потенцијален инвеститор да се имплементира уште една елитна спортска содржина која во моментов му недостига на Скопје како град – метропола.

*20. Луна парк*

Во соработка со потенцијален инвеститор или преку ЈПП да се направи една преадаптација и модернизација на веќе застарениот забавен (Луна) парк.

*Препораки за предлог тури (пакети):*

1. Еднодневна тура:

Музеј на град Скопје

Улица Македонија

Куќа на Мајка Тереза

Плоштад

Камен мост

Стара чаршија (цркви, џамии и музеи)

Тврдина Кале

Музеј на современа уметност

Традиционална вечера



## 2. Триденвна тура

### *Прв ден*

Музеј на град Скопје

Улица Македонија

Куќа на Мајка Тереза

Плоштад

Камен мост

Стара чаршија (цркви, џамии и музеи)

Тврдина Кале

Музеј на современа уметност

Традиционална вечера

### *Втор ден*

Водно

Жичарница

Милениумски крст

Шопинг центар

Традиционална винска вечера

### *Трет ден*

Тумба Маџари

Аквадукт

Скупи

Матка - кањонот и пештерите

Етно (македонско) село комплекс со традиционална вечера и музика

**Временска рамка:**

Проект	Година			
	2015	2016	2017	2018
„Брендирање на Скопје”				
Филм за град Скопје (боенка, брошура...)				
Учество на саеми и конференции				
Основен проект за реконструкција на пешачки патеки на езерото Матка, со пристапни патеки до Св.Недела, до пештерите Крштална и Убава и во самата пештера Врело				
Паркинг Матка				
Осветлување на пештерата Врело				
Основен „проект за пештерата Убава”				
Природнонаучен музеј и спасителна станица на Матка				
Висечки мост				
(Downhill) Надолна велосипедска патека на Водно				
Туристички патокази				
Ново туристичко информативно биро и модернизација на постоечките				
Баскерфест, Вино Скоп, Пиволенд, Појадок на мост				
Студии за зачувување, ревитализација и развој на Скопска Црна Гора				
Бележење пешачки патеки на Водно				
10 дена уметност				
Интеграција на балкански тури				

## 12. Заклучок и ризици

Стратегијата и акциониот план за развој на туризмот во градот Скопје е документ кој треба да се имплементира и постојано да се следи за да се постигне целосна и успешна реализација на предложените проекти.

Под раководство на градоначалникот на град Скопје, г-дин Коце Трајановски, и во координација со Секторот за локален економски развој, во периодот мај – август 2014 година, се реализираше проектот за подготовка на Стратегија со акционен план за развој на туризмот во град Скопје, за периодот 2014-2018 година. Во проектот беа вклучени претставници од: градската администрација, скопските општини, централната власт, образовни институции, невладини организации и бизнис секторот (хотели, туристички агенции).

Подготовката се одвиваше според претходно утврдената постапка и методологија, која изработувачот на овој стратешки документ, компанијата Таргет Комуникации, го предложи на почетокот на работата.

Изработениот стратешки документ се однесува на 28 проектни активности за реализација на 3-те главни стратешки цели.

Донесувањето на Стратегијата, заедно со акциониот план за развој на туризмот во градот Скопје, за периодот 2014-2018 година, ќе послужи за:

- комуникација со граѓаните, невладините организации, јавните и приватните претпријатија и институции, а особено со субјектите од туристичката дејност;
- мобилизирање на средства за реализирање на планираните проекти и активности;
- имплементација на проектите со поддршка од меѓународните донаторски програми.

Сè од горенаведеното е резултат на овој стратешки документ и на компаративната анализа на статистичките податоци за Републиката и Градот. Заклучокот е дека градот Скопје веќе претставува главна дестинација во државата.

Понатаму, од анализите и евалуациите, како и од предлог-акциониот план се согледува реалната можност за имплементирање на зададените стратешки цели и проектните активности, со цел градот Скопје да стане реален конкурентен европски туристички центар и дестинација што ќе ја посетуваат во просек по 600.000 туристи годишно, што, впрочем, е и главната цел на оваа стратегија до 2018 година.

Во разработката на проектните активности, стратегијата отвора и можност за нови вработувања, а со тоа ќе се придонесе и кон намалување на невработеноста, како во туристичката дејност, така и општо во градот и во целата држава.

Но, секако, кон овој стратешки документ и акционен план мора да се додаде и можноста за постоење на реални ризици кои би играле улога во отежнување или одложување на имплементацијата на стратешките цели и проектите од акциониот план.

Прв и најголем ризик би бил политичкиот фактор. Дополнително се и финансиските ризици во државата и регионот, како и финансиската криза која е актуелна во Европската Унија и може да влијае на обезбедувањето доволно количество на финансии за имплементација на проектите, но тие може да влијаат и на користењето на слободните индивидуални средства на туристите, кои би се прераспределиле и потрошиле за други цели, а не за патувања и туристички посети.







**Анекс 1:**

T-01: Број на туристи и ноќевања							
T-01: Number of tourists and nights spent							
	III 2013	III 2014	III 2014 ----- III 2013	I-III 2013	I-III 2014	I-III 2014 ----- I-III 2013	
Број на туристи							Number of tourists
Вкупно	34 495	36 290	105.2	91 858	94 404	102.8	Total
Домашни	11 719	14 137	120.6	37 319	39 890	106.9	Domestic
Странски	22 776	22 153	97.3	54 539	54 514	100.0	Foreign
Број на ноќевања							Number of nights spent
Вкупно	73 241	78 721	107.5	198 548	204 359	102.9	Total
Домашни	29 072	33 736	116.0	92 070	95 437	103.7	Domestic
Странски	44 169	44 985	101.8	106 478	108 922	102.3	Foreign

*Табела 01:* Ни дава приказ на бројот на туристи кои го посетиле Скопје, како и бројот на ноќевања во градот. Споредбената статистика на првиот квартал во тековната и изминатата година дава резултат со пораст кој може да влева оптимизам за зголемување на процентот во текот на целата година.

T-02: Доаѓања и ноќевања на туристи, по видови места						
T-02: Tourist arrivals and nights spent, by types of resorts						
	2008	2009	2010	2011	2012	
	Доаѓања на туристи / Tourist arrivals					
ВКУПНО	605 320	587 770	586 241	647568	663 633	TOTAL
<i>Скопје</i>	<i>134 051</i>	<i>127 266</i>	<i>126 327</i>	<i>141386</i>	<i>152 412</i>	<i>Skopje</i>
Бањски места	22 965	21 369	28 574	27441	27 430	Spa resorts
Планински места	43 165	52 484	71 457	71309	68 809	Mountain resorts
Други туристички места	305 793	283 430	263 278	279695	280 375	Other tourist resorts
Други места	99 346	103 221	96 605	127737	134 607	Other resorts
ДОМАШНИ	350 363	328 566	324 545	320097	312 274	DOMESTIC
<i>Скопје</i>	<i>20 088</i>	<i>19 304</i>	<i>15 962</i>	<i>15979</i>	<i>18 195</i>	<i>Skopje</i>
Бањски места	17 776	17 062	24 688	23401	23 826	Spa resorts
Планински места	35 665	40 130	58 170	58100	55 076	Mountain resorts
Други туристички места	220 598	193 768	181 143	175612	167 047	Other tourist resorts
Други места	56 236	58 302	44 582	47005	48 130	Other resorts
СТРАНСКИ	254 957	259 204	261 696	327471	351 359	FOREIGN
<i>Скопје</i>	<i>113 963</i>	<i>107 962</i>	<i>110 365</i>	<i>125407</i>	<i>134 217</i>	<i>Skopje</i>
Бањски места	5 189	4 307	3 886	4040	3 604	Spa resorts
Планински места	7 500	12 354	13 287	13209	13 733	Mountain resorts
Други туристички места	85 195	89 662	82 135	104083	113 328	Other tourist resorts
Други места	43 110	44 919	52 023	80732	86 477	Other resorts

	Ноќевања на туристи / Tourist nights spent					
ВКУПНО	2 235 520	2 101 606	2 020 217	2173034	2 151 692	TOTAL
<i>Скопје</i>	<i>251 950</i>	<i>240 695</i>	<i>229 521</i>	<i>254553</i>	<i>269 813</i>	<i>Skopje</i>
Бањски места	137 166	134 840	216 526	220640	216 516	Spa resorts
Планински места	110 012	120 891	160 336	161382	144 293	Mountain resorts
Други туристички места	1 562 487	1 418 318	1 250 866	1309184	1 287 377	Other tourist resorts
Други места	173 905	186 862	162 968	227275	233 693	Other resorts
ДОМАШНИ	1 648 073	1 517 810	1 461 185	1417868	1 339 946	DOMESTIC
<i>Скопје</i>	<i>29 828</i>	<i>30 660</i>	<i>24 592</i>	<i>24434</i>	<i>29 221</i>	<i>Skopje</i>
Бањски места	108 634	106 980	189 324	193274	190 749	Spa resorts
Планински места	94 063	97 275	131 786	129937	110 865	Mountain resorts
Други туристички места	1 324 241	1 182 108	1 045 624	994400	936 386	Other tourist resorts
Други места	91 307	100 787	69 859	75823	72 725	Other resorts
СТРАНСКИ	587 447	583 796	559 032	755166	811 746	FOREIGN
<i>Скопје</i>	<i>222 122</i>	<i>210 035</i>	<i>204 929</i>	<i>230119</i>	<i>240 592</i>	<i>Skopje</i>
Бањски места	28 532	27 860	27 202	27366	25 767	Spa resorts
Планински места	15 949	23 616	28 550	31445	33 428	Mountain resorts
Други туристички места	238 246	236 210	205 242	314784	350 991	Other tourist resorts
Други места	82 598	86 075	93 109	151452	160 968	Other resorts

Табела 02: Статистички приказ за доаѓањата и ноќевањата по видовите места, претставен преку нумерички податоци

Во делот на доаѓања на туристи имаме категорија на вкупно сметање, каде има пораст по години, во што градот Скопје држи стандарден просек. Бројот на посети на домашните туристи, споредбено со 2008 година, е значително намален. Доаѓањата на странските туристи, пак, има тенденција на пораст секоја година, и важно е да се напомене дека доаѓањата во Скопје се во поголем број во споредба со останатите места. При анализа на делот на ноќевања, исто така, имаме категорија на вкупно сметање, каде забележуваме пад на бројот на ноќевања. Падот на бројот на ноќевања се однесува за останатите места, додека во градот Скопје има мало зголемување. Бројот на ноќевања на домашни туристи е во пораст. Во Скопје, тој е просечен низ годините, додека на останатите места има драстично зголемување. Ноќевањата, пак, на странските туристи даваат позитивен резултат, како во градот, така и на останатите места.

Т-03: <i>Капацитети во угостителството, по општини, според пописот во угостителството, 2008</i>				
	Број на угостителски објекти	Број на седишта	Површина на објектите (м2)	Број на вработени
<b>Скопје</b>	<b>927</b>	<b>34 104</b>	<b>60 482</b>	<b>4 526</b>
Аеродром	136	5 221	8 649	598
Бутел	46	1 335	2 008	129
Гази Баба	90	2 632	4 988	331
Ѓорче Петров	50	1 423	2 621	134
Карпош	114	3 640	7 330	516
Кисела Вода	59	2 495	3 847	197
Сарај	19	994	1 344	78
Центар	354	15 049	26 876	2 380
Чаир	47	1 174	2 421	124
Шуто Оризари	12	141	398	39
Зелениково	1	15	40	1

Илинден	12	959	1 412	35
Петровец	4	69	133	6
Сопиште	1	8	20	2
Студеничани	5	59	254	11
Чучер - Сандево	5	250	750	20

*Табела 03:* Горната табела содржи статистички податоци од 2008 година за пописот на капацитети во угостителството на град Скопје. Според тие податоци, Скопје брои вкупно 927 угостителски објекти со 4 526 вработени. Со остварување на главната цел на оваа стратегија за периодот од 2014 до 2018 година, односно со зголемување на бројот на туристи предвидено е и зголемување на бројот на угостителски објекти, а со тоа би се зголемил и бројот на нови вработувања.

<b>T-04: Капацитети за сместување, по општини, според пописот во угостителството, 2008</b>					
	Број на угостителски објекти	Број на соби	Број на легла	Површина на објектите (м2)	Број на вработени
<b>Скопје</b>	<b>69</b>	<b>2 240</b>	<b>5 591</b>	<b>77 914</b>	<b>1 054</b>
Аеродром	1	20	40	600	5
Бутел	2	30	70	870	17
Гази Баба	2	210	435	14 800	132
Ѓорче Петров	1	4	8	200	5
Карпош	15	649	1 590	15 380	281
Кисела Вода	3	262	997	8 080	70
Сарај	2	12	48	240	7
Центар	39	1 008	2 304	35 844	524
Чаир	4	45	99	1 900	13

Табела 04: Горната табела прикажува статистички податоци поврзани со капацитетите за сместување во град Скопје, распределени по општини, а според пописот во угостителството од 2008 година. Според тие податоци, градот Скопје брои вкупно 5 591 легло и 1054 вработени во тие сместувачки капацитети. Успешното имплементирање на стратегијата и остварувањето на главната цел ќе наметнат потреба од значително зголемување на сместувачките капацитети и нови вработувања.

Т-05: Угостителство во РМ, по региони, по години												
	2008			2009			2010			2011		
	Деловни единици	Седишта	Промет, во илјади денари	Деловни единици	Седишта	Промет, во илјади денари	Деловни единици	Седишта	Промет, во илјади денари	Деловни единици	Седишта	Промет во илјади денари
Ск оп ск и	460	24 831	3 513 244	413	20 770	3 116 554	414	21 984	3 291 370	425	20 403	3 392 166

T-06: Број на туристи и ноќевања по видови туристички места и по видови објекти за сместување

T-06: Number of tourists and nights spent by types of tourist resorts and by types of accommodation establishments

	Туристи			Ноќевања			
	Tourists			Nights spent			
	вкупно	домашни	странски	вкупно	домашни	странски	
	total	domestic	foreign	total	domestic	foreign	
Вкупно	36 290	14 137	22 153	78 721	33 736	44 985	Total
Вид на туристичко место							Types of tourist resorts
<b>Скопје</b>	<b>10 899</b>	<b>1 738</b>	<b>9 161</b>	<b>20 275</b>	<b>2 537</b>	<b>17 738</b>	<b>Skopje</b>
Бањски места	2 557	2 350	207	16 699	15 871	828	Spa resorts
Планински места	4 233	3 152	1 081	7 724	5 259	2 465	Mountain resorts
Други туристички места	8 562	2 919	5 643	14 722	4 381	10 341	Other tourist resorts
Други места	10 039	3 978	6 061	19 301	5 688	13 613	Other resorts
Вид на сместувачки објекти							Types of accommodation establishments
Хотели - вкупно	28 740	8 732	20 008	51 795	12 752	39 043	Hotels - total
Хотели*****	7 116	1 319	5 797	12 707	1 794	10 913	Hotels*****
Хотели****	10 424	3 407	7 017	16 799	4 487	12 312	Hotels****
Хотели***	6 824	2 236	4 588	12 223	3 301	8 922	Hotels***
Хотели**	3 115	1 146	1 969	7 381	1 915	5 466	Hotels**
Хотели*	1 261	624	637	2 685	1 255	1 430	Hotels*
Пансионери	179	67	112	291	152	139	Boarding houses



Мотели	580	275	305	1 519	477	1 042	Motels
Преноќишта	429	244	185	591	315	276	Overnight lodging houses
Бањски лекувалишта	2 506	2 350	156	16 605	15 871	734	Spas
Планински домови и куќи	192	20	172	482	25	457	Mountain lodges and houses
Работнички одморалишта	655	335	320	1 468	659	809	Workers' vacation facilities
Детски и младински одморалишта	614	541	73	1 483	1 095	388	Children and youth vacation facilities
Младински хотели	298	134	164	434	212	222	Youth hotels
Куќи, станови за одмор и соби за издавање - вкупно	919	769	150	1 726	1 170	556	Houses, vacation apartments and rooms for rent - total
Коли за спиење	197	159	38	197	159	38	Sleeping cars
Некатегоризирани објекти за сместување	981	511	470	2 130	849	1 281	Uncategorized accommodation establishments

Табела 06: Табелата подолу дава резултат во однос на бројот на туристи и ноќевања по видови туристички места, како и по видови објекти за сместување. Заклучокот е дека превладуваат посетите и ноќевањата на странските туристи. Овој податок се однесува на градот Скопје, но важи и за цела држава. Исто така, од овој табеларен приказ може да се заклучи дека туристите кои ја посетуваат Р. Македонија претпочитаат престој во хотели со 3, 4 и 5 ѕвезди.

Табела: Хотели во скопскиот регион, по категории

Хотели вкупно	Хотел *****	Хотел ****	Хотел ***	Хотел **	Хотел *	Некатегоризиран
55	6	16	15	7	11	1 камп

Извор: Министерство за економија

Табелата претставена погоре дава приказ на бројот на категоризирани хотели на подрачјето на Скопје.

Т-07: Доаѓања на туристи, по статистички региони						
	2008	2009	2010	2011	2012	
	Вкупно / Total					
ВКУПНО	605 320	587 770	586 241	647 568	663 633	TOTAL
Вардарски регион	7 799	9 448	10 572	12 064	15 867	Vardar Region
Источен регион	13 739	12 680	13 054	13 615	18 865	East Region
Југозападен регион	276 669	257 480	234 665	249 746	251 462	Southwest Region
Југоисточен регион	84 031	90 998	84 856	108 555	106 978	Southeast Region
Пелагониски регион	62 325	50 740	69 712	76 469	72 054	Pelagonia Region
Полошки регион	19 153	31 596	31 828	29 153	29 884	Polog Region
Североисточен регион	3 395	3 560	3 098	3 803	4 446	Northeast Region
<b>Скопски регион</b>	<b>138 209</b>	<b>131 268</b>	<b>138 456</b>	<b>154 163</b>	<b>164 077</b>	<b>Skopje Region</b>
	Домашни / Domestic					
ВКУПНО	350 363	328 566	324 545	320 097	312 274	TOTAL
Вардарски регион	3 200	4 063	4 166	3 525	4 471	Vardar Region
Источен регион	9 230	8 135	8 463	7 948	12 275	East Region
Југозападен регион	193 662	170 127	154 731	147 877	140 993	Southwest Region
Југоисточен регион	62 892	68 416	59 403	58 351	58 761	Southeast Region
Пелагониски регион	49 039	38 902	55 546	61 384	52 422	Pelagonia Region
Полошки регион	9 931	17 500	17 350	16 196	17 098	Polog Region
Североисточен регион	1 296	1 436	1 093	1 379	1 166	Northeast Region

<i>Скопски регион</i>	<i>21 113</i>	<i>19 987</i>	<i>23 793</i>	<i>23 437</i>	<i>25 088</i>	<i>Skopje Region</i>
	Странски / Foreign					
ВКУПНО	254 957	259 204	261 696	327 471	351 359	TOTAL
Вардарски регион	4 599	5 385	6 406	8 539	11 396	Vardar Region
Источен регион	4 509	4 545	4 591	5 667	6 590	East Region
Југозападен регион	83 007	87 353	79 934	101 869	110 469	Southwest Region
Југоисточен регион	21 139	22 582	25 453	50 204	48 217	Southeast Region
Пелагониски регион	13 286	11 838	14 166	15 085	19 632	Pelagonia Region
Полошки регион	9 222	14 096	14 478	12 957	12 786	Polog Region
Североисточен регион	2 099	2 124	2 005	2 424	3 280	Northeast Region
<i>Скопски регион</i>	<i>117 096</i>	<i>111 281</i>	<i>114 663</i>	<i>130 726</i>	<i>138 989</i>	<i>Skopje Region</i>

*Табела 07:* Во оваа табела се прикажани статистички резултати со број на посета на домашни и странски туристи во сите 8 региони во Р. Македонија. Од резултатите во табелата подолу, може да се заклучи дека скопскиот регион, заедно со градот Скопје, е втор според посетата од домашни туристи, а прв според посетата од страна на странски туристи.

## Т-08: Ноќевања на туристи, по статистички региони

	2008	2009	2010	2011	2012	
	<b>Вкупно / Total</b>					
ВКУПНО	2 235 520	2 101 606	2 020 217	2 173 034	2 151 692	TOTAL
Вардарски регион	13 861	17 228	20 137	21 139	25 989	Vardar Region
Источен регион	28 449	27 509	25 687	28 852	37 358	East Region
Југозападен регион	1 452 205	1 326 192	1 168 824	1 209 187	1 198 260	Southwest Region
Југоисточен регион	260 351	277 030	262 787	312 377	305 163	Southeast Region
Пелагониски регион	171 928	139 699	170 354	208 918	174 304	Pelagonia Region
Полошки регион	45 345	61 146	61 455	54 787	56 055	Polog Region
Североисточен регион	5 130	6 247	5 628	6 807	7 920	Northeast Region
<b>Скопски регион</b>	<b>258 251</b>	<b>246 555</b>	<b>305 345</b>	<b>330 967</b>	<b>346 643</b>	<b>Skopje Region</b>
	<b>Домаини / Domestic</b>					
ВКУПНО	1 648 073	1 517 810	1 461 185	1 417 868	1 339 946	TOTAL
Вардарски регион	6 022	6 741	6 930	5 666	6 327	Vardar Region
Источен регион	18 137	15 742	14 504	15 614	20 930	East Region
Југозападен регион	1 202 890	1 077 229	949 524	880 469	836 097	Southwest Region
Југоисточен регион	216 540	233 220	220 654	217 903	219 050	Southeast Region
Пелагониски регион	145 182	114 439	138 164	171 830	126 306	Pelagonia Region
Полошки регион	26 260	36 155	35 156	31 661	32 008	Polog Region
Североисточен регион	1 887	2 781	1 706	1 978	1 815	Northeast Region

<i>Скопски регион</i>	<i>31 155</i>	<i>31 503</i>	<i>94 547</i>	<i>92 747</i>	<i>97 413</i>	<i>Skopje Region</i>
	<i>Странски / Foreign</i>					
ВКУПНО	587 447	583 796	559 032	755 166	811 746	TOTAL
Вардарски регион	7 839	10 487	13 207	15 473	19 662	Vardar Region
Источен регион	10 312	11 767	11 183	13 238	16 428	East Region
Југозападен регион	249 315	248 963	219 300	328 718	362 163	Southwest Region
Југоисточен регион	43 811	43 810	42 133	94 474	86 113	Southeast Region
Пелагониски регион	26 746	25 260	32 190	37 088	47 998	Pelagonia Region
Полошки регион	19 085	24 991	26 299	23 126	24 047	Polog Region
Североисточен регион	3 243	3 466	3 922	4 829	6 105	Northeast Region
<i>Скопски регион</i>	<i>227 096</i>	<i>215 052</i>	<i>210 798</i>	<i>238 220</i>	<i>249 230</i>	<i>Skopje Region</i>

*Табела 08:* Приказот на статистичките податоци во табелата покажува дека во изминативе 4 години, бројот на ноќевања бележи еден стабилен просек. Од резултатите може да се заклучи дека бројот на ноќевања на странски туристи во скопскиот регион секоја година постепено се зголемува, со што се докажува потенцијалот за постојан развој на регионот за привлекување на уште поголем број на туристи.

<i>T-09: Капацитети за сместување, според статистички региони</i>						
<i>T-09: Accommodation capacity, by statistical regions</i>						
	2008	2009	2010	2011	2012	
	<b>Број на соби / Number of rooms</b>					
ВКУПНО	25 952	26 390	26 189	26 448	26 877	TOTAL
Вардарски регион	550	508	554	589	689	Vardar Region
Источен регион	588	598	533	544	599	East Region
Југозападен регион	16 154	16 369	16 013	16 033	16 035	Southwest Region
Југоисточен регион	2 095	2 152	2 105	2 277	2 298	Southeast Region
Пелагониски регион	3 053	3 102	3 390	3 330	3 497	Pelagonia Region
Полошки регион	1 020	1 080	1 011	1 018	1 014	Polog Region
Североисточен регион	291	297	292	302	306	Northeast Region
<b>Скопски регион</b>	<b>2 201</b>	<b>2 284</b>	<b>2 291</b>	<b>2 355</b>	<b>2 439</b>	<b>Skopje Region</b>
	<b>Број на легла / Number of beds</b>					
ВКУПНО	69 097	69 561	69 102	69 737	70 287	TOTAL
Вардарски регион	1 504	1 360	1 496	1 701	1 829	Vardar Region
Источен регион	1 729	1 718	1 591	1 606	1 721	East Region
Југозападен регион	41 703	42 103	41 458	41 454	41 458	Southwest Region
Југоисточен регион	5 893	5 750	5 724	6 069	6 088	Southeast Region
Пелагониски регион	8 993	8 999	10 229	10 165	10 310	Pelagonia Region
Полошки регион	3 046	3 182	3 057	3 058	3 059	Polog Region
Североисточен регион	800	805	633	645	653	Northeast Region
<b>Скопски регион</b>	<b>5 429</b>	<b>5 644</b>	<b>4 914</b>	<b>5 039</b>	<b>5 169</b>	<b>Skopje Region</b>

**Анекс 2:**

АГЕНЦИЈА ЗА ВРАБОТУВАЊЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА			
Преглед на невработени лица од групата туристички работници, според степен и профил на образование, со состојба на 31.05.2014 година			
Степен	Профил	Вкупно	Скопје
Средно образование	ТУРИСТИЧКИ ТЕХНИЧАР	152	36
Стручни студии од 60 до 120 кредити	КОМЕРЦИЈАЛИСТ ВО УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ	23	4
Стручни студии од 60 до 120 кредити	МЕНАѢЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	37	2
Стручни студии од 60 до 120 кредити	ТУРИСТИЧКИ АНИМАТОР	1	
Прв циклус студии: универзитетски 180, стручни 180	ДИПЛ. МЕНАѢЕР ПО ТУРИЗАМ (180 ЕКТС)	33	
Прв циклус студии: универзитетски 180, стручни 180	ДИПЛ. МЕНАѢЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО (180 ЕКТС)	178	18
Прв циклус студии: универзитетски 180, стручни 180	ДИПЛ. ТУРИЗМОЛОГ (180 ЕКТС)	18	11
Прв циклус студии: универзитетски 240, стручни 240	ДИПЛ. ЕКОНОМИСТ ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	1	1
Прв циклус студии: универзитетски 240, стручни 240	ДИПЛ.МЕНАѢЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	12	1
Прв циклус студии: универзитетски 240, стручни 240	ДИПЛ. ОРГАНИЗАТОР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	1	
Прв циклус студии: универзитетски 240, стручни 240	ДИПЛ. ИНЖ. ПО УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ	62	5
Втор циклус студии: магистерски академски студии	МАГИСТЕР ПО СПОРТСКИ ТУРИЗАМ	1	
Втор циклус студии: магистерски академски студии	МАГИСТЕР ПО ТУРИЗАМ	4	1

АГЕНЦИЈА ЗА ВРАБОТУВАЊЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА			
Преглед на други лица кои бараат работа, од групата туристички работници, според степен и профил на образование, со состојба на 31.05.2014 година			
Степен	Профил	Вкупно	Скопје
Средно образование	ТУРИСТИЧКИ ТЕХНИЧАР	79	39
Стручни студии од 60 до 120 кредити	КОМЕРЦИЈАЛИСТ ВО УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ	16	1
Стручни студии од 60 до 120 кредити	МЕНАџЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	14	2
Стручни студии од 60 до 120 кредити	ТУРИСТИЧКИ АНИМАТОР	2	1
Прв циклус студии: универзитетски 180, стручни 180	ДИПЛ. МЕНАџЕР ПО ТУРИЗАМ (180 ЕКТС)	12	1
Прв циклус студии: универзитетски 180, стручни 180	ДИПЛ. МЕНАџЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО (180 ЕКТС)	59	14
Прв циклус студии: универзитетски 180, стручни 180	ДИПЛ. ТУРИЗМОЛОГ (180 ЕКТС)	17	15
Прв циклус студии: универзитетски 240, стручни 240	ДИПЛ. МЕНАџЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	1	
Прв циклус студии: универзитетски 240, стручни 240	ДИПЛ. ИНЖ. ПО УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ	14	4
Втор циклус студии: магистерски академски студии	МАГИСТЕР ПО ТУРИЗАМ	1	1



АГЕНЦИЈА ЗА ВРАБОТУВАЊЕ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Преглед на невработени лица од групата угостители, според степен и профил на образование, со состојба на 31.05.2014 година

Степен	Профил	Вкупно	Скопје
Основно образование	ГОСТИЛНИЧАР	12	
Основно образование	ПОМОШЕН ГОТВАЧ	22	
Основно образование	ПОМОШЕН ГОТВАЧ втор степен	3	
Основно образование	ПОМОШЕН КЕЛНЕР	22	2
Основно образование	ПОМОШЕН УГОСТИТЕЛСКИ РАБОТНИК	16	
Основно образование	ПОМОШЕН УГОСТИТЕЛСКИ РАБОТНИК втор степен	5	1
Основно образование	СКАРАЦИЈА	7	2
Основно образование	СОБАРКА	3	
Основно образование	СОБАРКА втор степен	1	
Основно образование	ТОЧИТЕЛ НА ПИЈАЛОК	2	1
Основно образование	ЌЕБАПЧИЈА	2	
Средно стручно	ГОТВАЧ	837	146
Средно стручно	КЕЛНЕР	677	127
Средно стручно	РЕЦЕПЦИОНЕР - ПОРТИР	10	1
Средно образование	ДИЕТЕН ТЕХНИЧАР	1	
Средно образование	РАКОВОДИТЕЛ НА КУЈНА	1	1
Средно образование	РЕЦЕПЦИОНЕР	12	

Средно образование	УГОСТИТЕЛСКИ ТЕХНИЧАР (ХОТЕЛИЕРСКИ)	309	28
Стручни студии од 60 до 120 кредити	ВИШ ДИЕТЕТЕН ТЕХНИЧАР	2	
Прв циклус студии: универзитетски 180, стручни 180	ДИПЛ. МЕНАѢЕР ПО ГАСТРОНОМИЈА (180 ЕКТС)	2	1
Прв циклус студии: универзитетски 240, стручни 240	ДИПЛ. МЕНАѢЕР ПО ХОТЕЛИЕРСТВО И РЕСТОРАНТСТВО	7	

**Анекс 3:**

Евалуацијата на старата стратегија опфаќа разработка на специфичните цели и проекти кои биле дефинирани во акцискиот план.

Специфични цели се:

**1) Збогатување на туристичката понуда преку содржинско подобрување на туристичките атракции, настани и активности во Скопје**

Стратешката цел број 1 опфаќаше вкупно 7 проекти. Од нив остварени се следниве:

Проект бр.4: Скопски вечери на етно звуците, што претставува научно-културна манифестација;

Проект бр.5: Уредување на најмалку 3 археолошки локалитети за презентација и едукација во текот на целата година.

**2) Воведување на поинтензивна туристичка промоција и маркетинг на градот Скопје**

Стратешката цел бр. 2 опфаќаше вкупно 4 проекти. Од нив остварени се следниве:

Проект бр.1: Книга за сите приказни кои постојат или се поврзани со спомениците во градот Скопје и презентирање на приказните за Скопје. Овој проект е спроведен делумно, односно се изработуваат публикации и мапи кои ги сочинуваат сите приказни поврзани со градот Скопје.

Проект бр.2: Издавање на бесплатно туристичко списание за градот Скопје. За овој проект одговорен е Секторот за односи со јавноста на град Скопје и тој е во процес на изработка.

Проект бр.3: Воведување на календар на настани за културните случувања во Скопје и нивно промовирање. Изготвување на верски календар заради достапност на информации.

Проект бр. 4: Изработка на ЦД за културните настани. Изработката на ЦД-то е во процедура, и одлучено е да биде целосно изработено откако ќе заврши Проектот за доизградба и модернизација на Скопје.

### **3) Подобрување на туристичката инфраструктура во градот Скопје**

За остварување на третата стратешка цел беше потребно да се изработат вкупно 12 проекти.

Проект бр 1: Проектот македонско село-Скопска Црна Гора не се реализира во целост бидејќи започна проектот македонско село-Нерези за кој надежноста ја има Министерството за култура.

Проект бр.6: Уредување на просторот околу Аквадуктот. Овој проект е во процедура и се одолжи поради несредени имотно-правни односи.

Проект бр.7: Изградба на Конгресен центар во Скопје. Проектот е во процес на изработка и е под надлежност на Владата на РМ.

Проект бр.8: Уредување - инфраструктурно и хортикултурно на поважните локалитети во Скопје. Проектот е реализиран и постојано се работи на него од страна на Паркови и зеленило на град Скопје.

Проект бр.9: Подготовка на патна сигнализација и сигнаристика за археолошките локалитети, природните и историските споменици и манастирите. Проектот се реализира и постојано се обновува.

Проект бр.10: Изградба на спортско-рекреативен, еко и комерцијален објект во општина Ѓорче Петров. Проектот е во процес на изработка.

Проект бр.11: Проект за заживување на спортско-рекреативниот центар Хиподром. Проектот е во процес на изработка.

Проект бр.12: Уредување на 2 локации за камп, во близина на Скопје. Во процес е разгледување на можноста за локација каде би се поставиле автокампови.

### **4) Засилување на човечките ресурси во делот на туристичката гранка**

Засилувањето на човечките ресурси во делот на туристичката гранка опфаќаше вкупно 4 проекти за реализирање.

Проект бр.1: Кампања за подигнување на јавната свест за природните убавини и реткости, за културно-историските споменици и локалитетите во Скопје и скопскиот регион. Проектот е реализиран.

Проект бр.3: Организирање и промоција на тури од страна на тур-операторите за поврзување на локалитетите. Проектот е реализиран делумно, со што беше одлучено самите туристички агенции да пороботат на организирање и промоција на тури.

#### **5) *Поголема разновидност и поквалитетни туристички услуги***

Понуда на поголема разновидност и поквалитетни туристички услуги требаше да се оствари преку реализирање на вкупно 4 проекти.

Проект бр.1: Ревитализација и враќање на автентичноста на Старата скопска чаршија чија главна цел беше да се реновираат и санираат 20 постоечки објекти (дуќани). Овој проект успеа да се реализира делумно. Од планираните 20 постоечки објекти, реновирани и санирани се само 2.

Проект бр.3: Туристичка тура која би била во одредено време и би поминувала низ одредени места. Проектот е реализиран - ЈСП Турс организира тура со водич, 2 пати во текот на денот.

Анализирајќи го спроведувањето на мерките од Стратегијата, можат да се истакнат следниве генерални заклучоци за начинот на спроведување на документот:

- Стратегијата, генерално, се спроведува успешно, со различен степен на реализација на активностите;
- Одредени сектори ги усогласуваат своите програми со мерките од Стратегијата;
- Можност за подобрување на вклученоста во креирањето на политиките;
- Можност за подобрување на спроведувањето на мерките кои имаат за цел да ја подобрат финансиската одржливост на туристичкиот сектор.



... секогаш повеќе од град