



Совет на Град Скопје
Këshilli i Qytetit të Shkupit

Врз основа на член 36 од Законот за локалната самоуправа („Службен весник на Република Македонија” број 5/02 и „Службен весник на Република Северна Македонија” број 202/24), а во врска со член 10 став 1 точка 3 од Законот за градот Скопје („Службен весник на Република Македонија” број 55/04 и 158/11), Советот на градот Скопје, на педесет и шестата седница одржана на 27 ноември 2024 година, донесе

Стратегија за развој на туризмот во Град Скопје за периодот 2024-2027 година



Вовед

Воведни напомени

Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје за периодот 2024 - 2027 е насочена кон воспоставување релации меѓу расположливите туристички потенцијали и современите потреби и барања на туристичката клиентела.

Тоа подразбира анализа на постојните развојни можности со кои просторот на Град Скопје располага преку оптимално користење на ресурсите со развој на видови на туризам соодветни за урбаните туристички средини како што е Град Скопје, како и земање во предвид на глобалните туристички трендови и кои треба да се имплементираат во прилагодена форма во оваа урбана туристичка дестинација. Туристичкиот простор на Град Скопје се карактеризира со изразена урбана концентрација, што најчесто се судира со факторите на одржливиот развој во повеќе сектори. За разлика од другите дејности во главниот град, туризмот треба да се темели на високо ниво на почит кон стабилноста на просторниот систем изразен во неговата еко-социо-техно сфера. Тоа се однесува на заштитата на природното и културното наследство кои претставуваат најзначајните атрактивни вредности. Поради тоа, тие се основа за одржлив и синергетски приод во третманот на туристичкиот развој.

Потребно е да се дефинираат основните поими на туризмот како сложен феномен. Поради ваквата хетерогеност и комплексност дефинирањето на туризмот како појава не е едноставно. Треба да се земат во предвид различните аспекти на неговото разгледување: социо-културни, економски, психолошки, просторни и слично. Тоа подразбира потреба од примена на мултидисциплинарен пристап за негово дефинирање и проучување.

1000 Скопје, Илинден бр. 82
Република Северна Македонија
тел: +389 02/ 3297-200, 3297-207
факс: +389 02/ 3116-169

1000 Shkup, Ilinden nr. 82
Republika e Maqedonisë së Veriut
tel: +389 02/ 3297-200, 3297-207
faks: +389 02/ 3116-169

Туристите се основните учесници во рамките на туристичките активности, кои ја определуваат туристичката побарувачка. Тоа претставуваат лица кои патуваат надвор од местото на постојано живеење за преку потрошувачка да ги задоволат своите потреби за рекреација, одмор, забава и култура. Емитивната сфера во туризмот може да се дефинира како просторот во која се создава туристичката потреба и од која туристите се движат кон туристичките дестинации. Тоа е всушност просторот на постојано живеење на туристите. Поради тоа туристите може да се поделат на домашни и странски туристи, според потеклото, односно местото на постојано живеење. Од друга страна, рецептивната сфера може да се дефинира како просторот во кој се врши пречек на туристите, им се нудат содржини за задоволување на нивните основни животни функции и примарните потреби. Тоа е всушност просторот каде туристите се сместуваат, им се даваат услуги на исхрана. Просторот во кој се лоцирани основните туристички мотиви, односно туристичките вредности (културни и природни) кои претставуваат основната причина за вклучување на туристите во туристичките патувања се нарекува атрактивно-мотивациска сфера. Тоа е всушност просторот кој располага со туристички содржини кој ги привлекува туристите да престојуваат во него.

Доколку во истиот простор се наоѓаат и рецептивните содржини и капацитети, тогаш може да се зборува за атрактивно-рецептивна сфера. Во оваа смисла може да се спомене и поимот „туристичка дестинација“. Дестинацијата етимолошки може да се дефинира како цел кон која се стремат туристите односно нивно одредиште во текот на движењето. Под туристичка дестинација се подразбираат угостителски објекти и просторни целини кои ги посетуваат туристите. Според тоа, туристичката дестинација е просторна категорија во која природните и антропогените елементи се функционално поврзани во една комплексна целина. Видот на туристичката дестинација не произлегува само од физиономијата на просторот туку и од доминантноста на туристичките содржини кои им се нудат на туристите.

Туристички производ претставува амалгам на различни парцијални производи, услуги и содржини од материјално и нематеријално потекло кои им се нудат на туристите. Во практиката туристичките производи најчесто се поистоветуваат со пакет-аранжманите кои вклучуваат различни содржини според преференциите на туристите. Нематеријалните содржини најчесто преовладуваат во туристичките производи кои треба да креираат позитивни искуства и доживувања кај туристите. Туристичките производи се перципираат различно од различни категории туристи, што значи дека она што е важно за еден вид туристи, не мора да има посебно значење за други. Во оваа смисла е важно да се изврши сегментирање на пазарот, што всушност значи нивно диференцирање и групирање според различни критериуми (возраст, пол, државна припадност, начин на патување, должина на престој, атрактивно-мотивациски вредности, етничка/религиозна припадност, сексуална ориентација и друго).



Интегриран пристап кон развојот на туризмот во Градот Скопје

Развојот на туризмот во Скопје, главниот град на Република Северна Македонија, бара сеопфатен и интегриран пристап за да се обезбеди одржлив раст и долгорочен успех. Имајќи го предвид неговото богато историско наследство, жива културна сцена и стратешка географска положба, Скопје има значителен потенцијал како туристичка дестинација. Сепак, за целосно да се искористи овој потенцијал, неопходно е стратегијата

за развој на туризмот во градот да биде усогласена со пошироките економски, социјални и еколошки цели. Исто така, Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје е тесно усогласена со Националната развојна стратегија на Република Северна Македонија 2024-2044 и Методолошките насоки за подготовка на интегрирани локални развојни планови во неколку клучни аспекти.

Најпрво, двата документи го нагласуваат одржливиот развој и зелената транзиција како основни принципи. Националната развојна стратегија ја истакнува потребата од еколошка одржливост, вклучително и зачувување на природното и културното наследство. Овој пристап се рефлектира и во стратегијата за туризам на Скопје, која интегрира зелени практики и го става акцентот на заштитата на животната средина во туристичките иницијативи.

Второ, фокусот на регионалниот развој е клучен елемент и во Националната развојна стратегија и во Методолошките насоки. Стратегијата за туризам на Скопје го промовира туризмот како двигателна економскиот раст во регионот, усогласувајќи се со пошироките национални цели за поттикнување на балансиран локален развој во различни региони. Ова придонесува кон севкупната цел за економска кохезија и еднаква распределба на можностите низ целата земја.

Понатаму, социјалната инклузија е витална компонента на стратегијата за туризам, рефлектирајќи го акцентот ставен на инклузивност во двата национални документи. Методолошките насоки конкретно бараат вклучување на ранливите групи и родовите перспективи во процесите на планирање, додека НРС ја промовира социјалната инклузија во области како вработување и културен развој. Стратегијата за туризам на Скопје ги интегрира овие принципи преку подобрување

на пристапноста до туристичките локации и обезбедување дека придобивките од туризмот се распределуваат рамномерно меѓу сите сегменти на општеството.

Конечно, важноста на отпорноста на кризи е тема што се повторува и во Националната развојна стратегија и во Методолошките насоки. Овие документи ја нагласуваат потребата од градење отпорност против климатските промени, природните катастрофи и економските шокови. Стратегијата за туризам на Скопје е усогласена со овие приоритети преку вклучување на рамки за управување со кризи и подобрување на инфраструктурната отпорност на туристичкиот сектор, обезбедувајќи дека тој може да напредува дури и во услови на неповолни околности.

Заклучно, Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје е ефективно усогласена со Националната развојна стратегија и Методолошките насоки за подготовка на интегрирани локални развојни планови. Таа ги интегрира клучните принципи на одржливост, регионален развој, социјална инклузија и отпорност на кризи, обезбедувајќи дека туризмот игра клучна улога во пошироките економски и социјални цели на градот.

Интегрираниот пристап на стратегијата за развој на туризмот се однесува на повеќе клучни аспекти:

1. Подобрување на социјалната инклузија во туризмот

Еден од клучните столбови на интегрираната стратегија за развој на туризмот во Скопје е обезбедувањето на социјална инклузија. Туристичкиот сектор треба да создаде можности за маргинализираните и недоволно претставени групи, вклучувајќи жени, млади и

малцински заедници. Со промовирање на инклузивни политики, како што се поддршка на локални занаетчи, промоција на туризам базиран на заедницата и понуда на специјализирани програми за обука, Скопје може да обезбеди дека придобивките од туризмот се еднакво распределени воопштеството.

Социјалната инклузија исто така подразбира обезбедување пристапност за сите. Развојот на инфраструктура која е достапна за лица со попреченост, вклучувајќи транспорт, сместување и јавни простори, ќе создаде инклузивна и гостопримлива средина за домашните и меѓународните туристи.

2. Одржлив развој на инфраструктурата

Стратегијата за одржлив развој на туризмот во Скопје треба да биде поткрепена со инвестиции во инфраструктурата која ќе поддржува долгорочна еколошка одржливост. Ова вклучува подобрување на јавниот транспорт, модернизација на системите за управување со отпад и усвојување на зелени стандарди за градење на хотели и други туристички објекти.

Енергетската ефикасност, зачувувањето на водата и намалувањето на отпадот треба да бидат составен дел на туристичките проекти. Промовирањето на зелени урбани простори, како паркови и пешачки зони, не само што ќе ја зголеми атрактивноста на градот, туку и ќе придонесе за заштита на животната средина.

3. Промоција на еколошка одржливост

Интеграцијата на еколошката одржливост во туристичката стратегија на Скопје е од клучно значење. Уникатната природна околина на градот, како што се Водно и реката Вардар, треба да биде зачувана

и заштитена за да продолжат да привлекуваат посетители, додека се одржува нивниот еколошки интегритет.

Одржливи туристички практики, вклучувајќи еко-туризам и иницијативи за одговорно патување, треба да се промовираат за да се минимизираат негативните влијанија на туризмот врз животната средина. Ова вклучува едукација на туристите за важноста на зачувување на животната средина и поттикнување на бизнисите да усвојуваат одржливи практики, како што се намалување на употребата на пластика и промоција на обновливи извори на енергија.

4. Поттикнување на иновации и дигитализација

Во денешниот брзо променлив глобален пејзаж, туристичката индустрија во Скопје мора да прифати иновации и дигитализација. Интеграцијата на паметни технологии, како што се дигитални туристички платформи, проширена реалност (XR) за виртуелни тури и мобилни апликации за навигација низ градот, значително може да го подобри искуството на посетителите. Овие алатки не само што ја зголемуваат удобноста, туку и обезбедуваат персонализирани услуги, помагајќи им на туристите да откријат помалку познати атракции и искуства.

Дигиталните маркетинг стратегии, вклучувајќи ја употребата на социјалните медиуми и онлајн платформите, исто така, можат да одиграат клучна улога во промоцијата на Скопје на глобалната сцена. Со користење на податоци и повратни информации од клиенти, градот може да ги прилагоди своите туристички понуди според преференциите на

модерните патници.

5. Градење на отпорност на кризи

Стратегијата за туризам на Скопје мора да вклучи мерки за зголемување на отпорноста на кризи, како што се пандемии, природни катастрофи и економски падови. Пандемијата на КОВИД-19 ја истакна ранливоста на глобалната туристичка индустрија, нагласувајќи ја потребата од робусни планови за управување со кризи.

Развојот на механизми за одговор на кризи, диверзификацијата на туристичките понуди и формирање на силни партнерства со локалните бизниси и меѓународни организации се клучни чекори за заштита на туристичкиот сектор на Скопје од идни нарушувања. Ова вклучува обука на туристичката работна сила за управување со кризи и опремување на бизнисите со алатки потребни за брза адаптација на променливите околности.

6. Соработка и ангажман на засегнатите страни

Интегрираниот пристап кон развојот на туризмот бара активна соработка помеѓу различните засегнати страни, вклучувајќи ја локалната самоуправа, приватниот сектор, граѓанското општество и меѓународните организации. Ангажманот на засегнатите страни е клучен за усогласување на интересите на различните групи и за обезбедување дека стратегијата за туризам носи придобивки за сите учесници.

Јавно-приватните партнерства можат да бидат значајни за привлекување на инвестиции и поттикнување на иновации, додека учеството на заедниците во планирањето на туризмот може да обезбеди дека локалните гласови ќе бидат слушнати и локалните потреби задоволени.

Туристичкиот потенцијал на Скопје може да се реализира целосно преку интегриран пристап кој ги балансира економскиот раст со социјалната инклузија, еколошката одржливост, иновациите и отпорноста на кризи. Со прифаќање на одржливите практики, поттикнување на соработката и користење на дигиталните алатки, Градот Скопје може да создаде туристички сектор кој не само што ќе привлекува посетители, туку и ќе го подобри квалитетот на животот на неговите жители и ќе ги заштити неговите природни и културни ресурси за идните генерации. Овој холистички пристап ќе го позиционира Скопје како конкурентна и одржлива туристичка дестинација на глобалниот пазар.



Методологија

Методолошката матрица применета во Стратегијата за туризам произлегува од основните стратешки определби на Град Скопје за развој на туризмот во одржливи рамки во период кој ќе ги надмине временските граници на стратегијата. Тоа се обезбедува со креирање на долгорочни визији, чие што временско достигнување ќе зависи од остварувањето на зацртаните стратешки цели и приоритети. За да се стигне до нив, во овој документ, поединечно се анализираат општите трендови во туризмот на глобално ниво, обезбедувајќи со тоа конзистентен пристап во рамките на современите карактеристики на туризмот. Сето тоа се става во локален контекст, за да се види дали и кои текови се присутни во Градот Скопје. На крајот се извлекуваат клучните принципи на кои треба да се темели идната стратегија за развој на туризмот.

Процесот на креирање на стратегијата значи употреба на стандардни аналитички алатки

како што се примарните и секундарните истражувања. Првите се потпираат на сознанијата добиени од работилниците организирани во рамките на процесот на подготовка на стратегијата, каде засегнатите страни имаат можност да ги искажат своите ставови и мислења по однос на клучните прашања поврзани со овој документ. Секундарните податоци подлежат на процес на анализа и толкување и значат градење на продлабочена слика за состојбите со туризмот во Град Скопје врз база на достапните податоци од службената статистика и документите кои го третираат овој простор од аспект на туризмот.

Вкрстувањето на сите претходно наброени сегменти доведува до креирање на стратешките развојни правци кои се сегментираат во развојни приоритети и мерки, надополнети со клучни активности. Сето тоа се усогласува со хоризонталните прашања како што се: одржливите практики, животната средина, инклузивноста и отпорноста на кризи.

На крајот, планот за имплементација треба да обезбеди одговори на прашањата како што се тие за воспоставување на мерливи индикатори за да се следи напредокот во спроведувањето на документот во одредени временски интервали, додека соработката и системскиот пристап се условите без кои не може да се постигнат долгорочните стратешки определби, предвидувањето на можните ризици само ќе ја зацврсти спроведливоста на овој стратешки документ.

Од методолошки аспект, оваа стратегија вклучува холистички, системски пристап е усогласена со Целите за одржлив развој на ОН за 2030 година.



1. Глобални трендови во туризмот

Клучни трендови во туризмот

Глобалните развојни трендови во туризмот се важна компонента во креирањето на политиките и мерките поврзани со развојот на оваа дејност во конкретниот простор. Тие го даваат поширокиот контекст во кој глобалните трендови можат да произведат позитивни или негативни ефекти на екстерните економии. Во продолжение се наведени најзначајните трендови во Европа и во светски рамки воопшто, кои треба да се земат во предвид при програмирањето на развојните процеси на туризмот во Градот Скопје.

Извештајот на Организацијата за економска соработка и развој - ОЕЦД (анг. Organization for Economic Cooperation and Development - OECD) за туристичките трендови и политики за 2024 година (*OECD Tourism Trends and Policies 2024*, OECD Publishing, Paris) ги истакнува приоритетите на политиките и

ја нагласува важноста на одржливите туристички практики за балансирање на економскиот раст со еколошките и социјалните одговорности. Тој повикува на координирани политички акции, ангажман на засегнатите страни и сеопфатни пристапи засновани на податоци за да се постигне отпорен и инклузивен туристички сектор.

Светската туристичка организација на Обединетите Нации (анг. United Nations World Tourism Organization - UNWTO или денес UN-Tourism) и Пацифичко-Азиската туристичка организација (анг. Pacific-Asian Tourism Association - PATA) на своите годишни форуми се осврнуваат на најважните прашања поврзани со глобалните текови во туризмот.

На 12-тиот и 17-тиот форум за трендови и перспективи во туризмот, се фокусираа на клучните теми кои ја карактеризираат сегашноста и ја обликуваат иднината на туризмот до 2030 година (12th UNWTO/PATA Forum on Tourism Trends and Outlook, *The Future of Tourism: Road to 2030*, 25 – 27 October 2018, Guilin, China; 17th UNWTO/PATA Forum on Tourism Trends and Outlook, *Transforming tourism for people, planet and prosperity*, 26–28 October 2023, Guilin, China). Двата форуми ја истакнаа критичната важност на одржливоста, дигиталната трансформација, иновациите и развојот на човечкиот капитал во унапредувањето на туризмот. Препораките за урбан туризам на Светската туристичка организација на Обединетите нации (UN-Tourism) обезбедуваат стратешка рамка за интегрирање на туризмот во агендите за урбан развој. Препораките ги нагласуваат одржливите практики и имаат за цел да обезбедат долгорочна одржливост и позитивно влијание на урбаниот туризам (UN-Tourism 2020, *Recommendations on Urban Tourism*, UNWTO, Madrid). Препораките на UNWTO се втемелени на принципите на Глобалниот етички кодекс за туризмот и се усогласени со целите на Новата урбана агенда и Целите за одржлив развој (ЦОР), особено Целта 11¹, која има за задача да ги направи градовите и човечките населби инклузивни, безбедни, еластични и одржливи. Овие препораки произлегуваат од сознанијата добиени на самитите за урбан туризам на UNWTO од 2012 година, од Лисабонската декларација за одржлив урбан туризам усвоена на Првиот форум на градоначалници на UNWTO за одржлив урбан туризам во 2019 година и од истражувањето спроведено од Секретаријатот на UNWTO.

Декларацијата од Тбилиси – Акции за одржливо опоравување на туризмот се однесува на прифаќањето на поинакви сфаќања за туризмот и неговото влијание врз општеството, врз останатите економски сектори, како и врз природните и културните ресурси и екосистеми. Ваквиот пристап произлезе од пандемиската криза и наглиот пад на туризмот на глобално ниво (UNWTO et al, *Actions for a Sustainable Recovery of Tourism*, Tbilisi 2020).

Декларацијата од Порто за туризмот и иднината на градовите се фокусира на улогата на урбаните области како центри на социо-економски раст и иновации, а се однесува на влијанијата на урбаниот туризам врз функционирањето на градовите и всушност е продолжение на напорите на Светската туристичка организација (UN-Tourism) да обезбеди прифатлива рамка за развој на урбаниот туризам и се надоградува врз претходно цитираните документи (UNWTO et al, *Porto Declaration: Tourism and the Future of Cities*, Porto 2021).

Документот на Европската Комисија „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ (*Transition Pathway for Tourism*, European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Directorate G — Ecosystems II: Tourism & Proximity, Unit G.1 — Tourism & Textiles, 2022) како и документот на Советот на Европа „Агенда за Туризам на ЕУ 2030“ (*European Agenda for Tourism 2030*, Council of the European Union, 2022) се меѓусебно поврзани и обезбедуваат стратешка рамка за трансформирање на европскиот туризам во поодржлив, поотпорен и поконкурентен сектор до 2030 година. Двата документи ја нагласуваат неопходноста од справување со еколошките предизвици искористување на дигиталните достигнувања и промовирање на социо-економскиот раст

преку колаборативен и интегриран пристап.

¹ https://tourism4sds.org/tips_indicators/toolkit-of-indicators-for-projects-tips-for-sdg-11-sustainable-cities-and-communities/#:~:text=SDG%2011%20Sustainable%20Cities%20%26%20Communities%20%E2%80%93%20Tourism%20for%20SDGs&text=There%20are%20seven%20targets%20within,base%20the%20potential%20project%20indicators.

Публикацијата за состојбите во туризмот и угостителството на меѓународната консултантска компанија McKinsey & Company (Caroline Tufft & al., *The state of tourism and hospitality 2024*, McKinsey & Company, 2024) ги анализира најважните подрачја и ги дава карактеристиките за туризмот и угостителството како трендови присутни во 2024 година.

Во продолжение се клучните наоди и препораки од овие документи.

Зголемениот интерес за патување после пандемијата од 66% кај анкетираните лица во повеќе земји низ светот, придонесе туризмот брзо да се опорави од падот и да покаже виталност и отпорност, со што се очекува до крајот на 2024 година да ги достигне резултатите на глобално ниво од 2019 година. На страната на побарувачката се предвидува *пораст на домашниот туризам* кој до 2030 година ќе покрие 75% од туристичката потрошувачка на светско ниво со земји лидери како САД и Кина. Кога се работи за *сегментирање на побарувачката според преференциите по старосни групи*, клучни пазарни сегменти претставуваат т.н. „милениумци“ и „генерацијата Z“. Тоа се помлади генерации кои преферираат поголем број патувања споредбено со повозрасните генерации, а притоа алоцираат повеќе средства за самите патувања. Тие речиси целосно (92%) се инспирираат од социјалните мрежи кога ги планираат нивните патувања. Сепак, генерацијата на

„бејби-бумери“ сè уште претставуваат 20% од туристичката потрошувачка во глобални рамки, но тие преферираат комфор пред доживување, што пак е обратно од помладите генерации. Како посебен сегмент кој има *растечки тренд во побарувачката е елитниот туризам*, но не на сегментот на оние најбогатите, туку на туристите со богатство до 1 милион УСД, кои пак преферираат уникатни искуства при посетата на туристичката дестинација отколку луксузот во материјалните добра (луксузно уредени хотели и други туристички објекти). Во голем подем е и таканаречениот *„bleisure“ туризам* (business + leisure) што ги спојува деловните и рекреативните патувања на младите луѓе, поттикнати од трендовите на работа од далечина. Глобално *најважните емитивни сфери за туризам* (outbound tourism) претставуваат Индија, Југоисточна Азија и источна Европа, за кои се предвидува дека ќе растат со стапка од 9% на годишно ниво до 2030 година.

Зголемување на урбанизацијата и градовите. Документите го идентификуваат растот на градовите, истакнувајќи дека во 2015 година дури 54% од светското население живеело во урбани средини, при што проекциите покажуваат дека овој процентуален износ ќе се зголеми на 60% до 2030 година. Овој урбан развој ќе има значителни импликации за туризмот, бидејќи градовите ќе стануваат сè попопуларни дестинации поради концентрацијата на културни, спортски, деловни, здравствени и други активности.

Координирана акција за одржлив туризам. Со ова се потенцира важноста од интегрираниот пристап во менаџирањето со туризмот кој ги вклучува сите засегнати страни за да се обезбедат правични и инклузивни придобивки од него. Дополнително, се нагласува важноста на управувањето со инфраструктурата и движењето на посетителите за да се намали притисокот врз клучните атракции и да се обезбедат подобри услови не само за посетителите туку и за жителите на градовите.

Креирањето големи бази на податоци за одржливи туристички политики. Тоа е уште еден клучен фокус во документите, каде се повикува на употреба на податоци и индикатори за поддржана носењето одлуки засновани на факти и се нагласува важноста од мерење на влијанието на политиките за одржливост. Во документите се препорачува и модернизирање на маркетингот со акцент на пазарот и развојот на производите, а крајната цел е создавање на паметен туризам во паметни градови (*smart tourism in smart cities*).

Зајакнувањето на работната сила во туризмот. Документите сугерираат усогласување на туристичките иницијативи со пошироките стратегии за развој на заедницата (економски и социјални). Тоа секако се однесува на предизвиците на недостигот на работна сила со нагласување на потребата за подобрување на обуката и условите за работа. Образованието и соработката со приватниот сектор се клучни за да се задоволат барањата на зелените и дигиталните транзиции во туризмот.

Како анекси во документите се дадени приоритетни области за интервенција и тоа:

- Политики и управување
- Зелена транзиција
- Дигитална транзиција
- Отпорност и инклузивност
- Вештини и поддршка за транзицијата



Влијанија на трендовите во Скопје

Во рамките на извршената анализа на состојбата во однос на различни развојни параметри во туризмот може да се забележи дека Градот Скопје за кратко време се опорави од големиот пад на туризмот во глобални рамки настанати од пандемијата. Така, веќе во 2023 година бројот на туристи кои го посетиле Скопје бил на ниво од пред-пандемскиот период што е во согласност со светските развојни тенденции.

Глобалниот тренд на с[□] поизразената улога што домашниот туристички промет го пројавува во вкупниот туристички развој на голем број дестинации во Светот (посебно урбаните) целосно отсуствува во Град Скопје. Имено, од извршената ситуациона анализа може да се забележи дека процентуалното учество на странските туристи изнесува над 87% во вкупниот број туристи кои го посетиле Скопје и неговите општини во 2023 година. Со тоа странската туристичка посетеност и престој го диктира неговиот вкупен туристички развој. Градот Скопје како главен административен центар на државата располага не само со добра поврзаност со регионалните просторни целини од соседните држави и Балканот воопшто, туку има и бројни културни и природни вредности и потенцијали значајни за вклучување во различни видови туристички производи, односно понуди. Трендот на с[□] поголемата улога што домашниот туризам ќе ја има во многу дестинациски простори во глобални рамки, може да се стави и во контекст на пошироката регионална понуда на Скопје со градови од државите од поблиското окружување. Тоа се простори со комплементарни одлики па може да се стават во заеднички туристички понуди, односно пакет аранжмани и повеќедневни екскурзии наменети за туристи од подалечните емитивни простори, држави и континенти преку „кружните“ туристички тури кои се реализираат со повеќе соседни земји.

Значаен предизвик за Град Скопје претставува и потребата да ја прошири и

диверзифицира својата понуда и кон други пазарни сегменти од подалечните простори. Такви пазари би биле државите од Азија, посебно Југоисточна Азија и Индија. Имено, како што може да се утврди од ситуационата анализа, сегашното учество на туристите од азиските земји е релативно ниско. Овој пазар претставува еден од најбрзо растечките емитивни простори во глобални рамки. Треба да се потенцира фактот што постојната туристичка понуда на Градот Скопје се базира на туристи од европските држави кои имаат најголемо процентуално учество во вкупниот број туристи. Тоа од една страната претставува и предност на постојната туристичка понуда на Скопје, бидејќи Источна Европа исто така претставува емитивен простор кој е во брз подем во глобални рамки. Други пазарни сегменти кои ќе играат важна улога во поблиската иднина и кон кои Градот Скопје треба да се ориентира и да ја обликува понудата според специфичните потреби, претставуваат сегментите определени според старосната структура: „милениумци“, „генерацијата Z“. Тоа се помлади пазарни сегменти кои ги користат социјалните медиуми како извор на информации и носењето одлука за изборот на дестинации и видови на услуги. Тие се карактеризираат со потребата за нови и уникатни доживувања за време на нивните патувања.

Големите хотелски синџири ја преориентираат својата работа, па ваквите синџири на хотели и други објекти ја насочуваат својата понуда кон креирање уникатни доживувања, а ја намалуваат и директната сопственост врз своите капацитети, односно склучуваат договори за франшиза. Земајќи го тоа во предвид, Скопје се карактеризира во поволна ситуација, поради фактот на постоење на неколку хотелски синџири, како што се: Хотел Мериот (Marriott), Дабл Три Хилтон (Double Tree Hilton), Бест Вестерн Хотел Турист / Хотел Белви (Best Western), Холидеј Ин (Holiday Inn).

Глобален тренд претставува и примената на принципите и практиките за одржливост. Може да се каже дека постојат добри основи за примена на ваквиот концепт. Бројот на туристи и ноќевања во Скопје во однос на бројот на жители и територија покажува релативно низок степен на притисок врз дестинацијата. Меѓутоа, примената на принципите за одржливост во пракса бара преземања од голем број на чинители и во различни сектори.

Современите технологии се во подем на глобално ниво, во скоро сите деловни окружувања. Така и во секторот туризмот сè поважна улога игра технологијата, како од аспект на креирање на туристичката побарувачка, информирање, организирање, резервација на услуги, плаќања, комуникација и слично. Растечката дигитализацијата во туризмот на глобално ниво, не може да се следи и во Градот Скопје, бидејќи прилагодувањето кон користењето на новите технологии во туризмот на локално ниво оди бавно и најчесто е само парцијално.

Важен тренд е креирањето на персонализирани понуди според специфичните барања на туристите. За ваквите прилагодувања е потребно да се располага со добро едуциран и обучен кадар. Состојбите во РС Македонија покажуваат недостаток на човечки ресурси, посебно во угостителството. Од тоа може да се донесе заклучокот дека слични се состојбите и во Град Скопје во овој поглед. Поради тоа е потребно да се вработуваат лица според нивните знаења и компетенции за различните работни позиции, а веќе вработениот персонал треба континуирано да се едуцира и обучува.



Од сите овие документи можат да се издвојат неколку сумирани области на кои треба да се темелат идните развојни политики во Градот Скопје.

1. Инклузивност и партнерства за одржлив туризам

Оваа категорија се фокусира на заедничките напори потребни за промовирање на одржливиот туризам. Тоа вклучува промовирање на координирани акции, поттикнување соработка и партнерства, ангажирање во заеднички активности и формирање партнерства за интегрирање на туризмот во пошироката урбана агенда. Поттикнувањето одржливи политики и практики во урбаниот туризам е исто така клучен елемент, со што се обезбедува усогласеност на развојот на туризмот со целите на урбаното планирање и одржливост.

2. Политика и управување засновано на релевантни податоци и статистички модели

Ефективната политика и управување се клучни за одржливиот развој на туризмот. Оваа категорија вклучува изградба на база на податоци за одржливи туристички политики за поддршка на донесување одлуки базирани на факти. Ја нагласува важноста на податоците и истражувањата во формулирањето на политиките и потребата за мониторинг, евалуација и адаптивно управување. Прилагодувањето на политиките засновани на наодите од истражувањата и анализите осигурува дека рамката на управување останува одговорна и ефективна.

3. Дигитална трансформација и иновации

Технологијата игра клучна улога во модернизирањето на туризмот. Оваа категорија ја истражува улогата на технологијата и дигиталната трансформација во поттикнувањето на иновациите и подобрувањето на туристичките искуства. Таа вклучува иницијативи поврзани со дигитална трансформација и иновации, дигитална транзиција и модернизација на маркетинг стратегиите. Финансиската и дигиталната писменост се суштински компоненти, кои обезбедуваат туристичките професионалци да можат ефективно да ја искористат технологијата.

4. Еколошка одговорност и инфраструктурна опременост

Оваа категорија се однесува на еколошките аспекти на одржливиот туризам. Тоа вклучува промовирање на одржливост и јаглеродна неутралност, нагласување на одржливоста и одговорноста за животната средина и олеснување на зелената транзиција. Со давање на приоритетна овие области, туристичкиот сектор може да го намали своето влијание врз животната средина и да придонесе за глобалните напори за одржливост. Витален дел на еколошката одговорност е оптималното користење на севкупната инфраструктура во урбаните области од страна на локалното население и од туристите, со тенденција новите решенија во инфраструктурата да не ја оптоваруваат животната средина и туристичките ресурси.

5. Зајакнување на работната сила и подигање на квалитетот

Ова вклучува иницијативи насочени кон подобрување на вештините и способностите на оние кои работат во туристичкиот сектор. Таа опфаќа програми за образование и обука,

зајакнување на луѓето во туризмот и обезбедување на вештини и поддршка за транзицијата. Нагласувањето на социо-економскиот раст и инклузивноста гарантира дека придобивките од туризмот ќе бидат широко споделени. Оваа категорија, исто така, ја нагласува важноста на финансиската и дигиталната писменост, овозможувајќи им на поединците да напредуваат во брзо променливи услови.

6. Развивање на отпорност и прилагодување кон промените

Туризмот мора да остане прилагодлив за да успее. Оваа категорија се фокусира на детекција и сфаќање на новите трендови и прилагодување кон нив, поттикнување на отпорноста и инклузивноста и градење градови кои одговараат на барањата на туризмот и на потребите на жителите. Останувајќи приспособен кон новите трендови, секторот може да иновира и еволуира за да одговори на променливите преференции на потрошувачите и предизвиците за животната средина.

За развивање на сеопфатен и системски пристап кон развојот на туризмот, треба да се имаат во предвид и следните дополнителни глобални трендови кои што мора да бидат дел од една интегрална развојна стратегија на туризмот:

- *Климатски промени и еколошки влијанија:* Интегрирање на стратегии за намалување на влијанијата на климатските промени врз туризмот.
- *Здравје, безбедност и заштита:* Решавање на прашањата поврзани со здравјето и безбедноста на туристите и локалното население, како и осигурување дека туристичките практики го почитуваат и зачувуваат локалното културно наследство и промовираат културна размена и разбирање.
- *Интеграција на технологијата:* Искористување на новите технологии како вештачката интелигенција (анг. Artificial Intelligence - AI), блокчејн (анг. blockchain) и виртуелна реалност (анг. Virtual Reality - VR) за подобрување на доживувањата на туристите.
- *Ангажман на локалната заедница:* Поттикнување на вклученост на заедницата во планирањето и развојот на туризмот за да се осигура дека локалните популации економски и социјално профитираат од туристичките активности.
- *Економска диверзификација:* Поттикнување на туризмот како дел од пошироките стратегии за економска диверзификација.
- *Туристичка диверзификација:* Развивање различни селективни видови туризам наменети за утврдени пазарни сегменти.



2. Анализа на состојбата

За да може да се креираат соодветни стратешки насоки за развој на туризмот, треба прво да се пристапи кон анализа на состојбите на туризмот. Тоа подразбира утврдување на сегашната слика за условите во кои се наоѓа туризмот на Скопје, како и промените во минатото. Посебно важно е да се

определи обемот, структурата и динамиката на туристичкиот промет.

Тоа ќе ги покаже основните туристички движења. Во таа смисла е важно да се определат и основните емитивни сфери, односно земјите на потекло на туристите кои го посетуваат Скопје. Важно е да се изврши сегментација на пазарот, односно определување на пазарните сегменти со посебни преференции и специфичности кон кои ќе се насочи диверзифицирана туристичка понуда. Напореодно со определувањето на емитивните сфери стојат рецептивните сфери, односно оние атрактивно-мотивациски содржини, вредности и локалитети кои домашната и странската туристичка клиентела најмногу ги привлекуваат за посета. Како значајни рецептивни елементи треба да се спомнат и инфраструктурната и супраструктурната изграденост и опременост на просторните целини за посета. Угостителско-туристичката понуда е оној сегмент кој дава одговор на прашањето колку дадениот простор може да ги задоволи основните и специфичните потреби на туристите. Тоа подразбира определување на обемот и структурата на угостителските објекти за сместување и објектите за исхрана на територијата на Скопје.



Туристички промет

Туристичкиот промет се состои од туристичката посетеност, престој и потрошувачка. Ваквите категории треба да се анализираат во смисла на нивниот обем, структура и временска промена за да може да се определат карактеристиките на туристичките движења во Скопје. Извршените анализи се однесуваат за временски период од последните 5 години.

Број на туристи

Бројот на туристи се определува преку бројот на доаѓања во определен временски интервал надомашните и странските туристи.

Табела - Број на пристигнати домашни и странски туристи по месеци 2019-2023 - Скопје

	Год.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вкупно	% промена	сгср
Домашни	2019	2417	3086	2567	2643	2724	3540	2541	2959	3538	2999	2890	3712	35.616		17,55%
	2020	2393	2698	960	82	234	445	872	1328	1893	1908	2001	2177	16.991	-52,29%	
	2021	2698	2645	3236	2004	2393	2190	2178	2544	2730	3267	2644	3573	32.102	88,94%	
	2022	2431	2288	2977	3188	3439	3625	3716	3683	3465	3404	3305	4422	39.943	24,43%	
	2023	2808	3206	3332	3056	4177	3078	4039	3794	4616	4023	3660	3796	43.585	9,12%	
Странски	2019	12212	12871	17471	26488	27162	35807	34456	35842	37623	30959	21879	18044	310.814		44,04%
	2020	15143	13277	4666	6	19	573	1845	2770	3850	5026	3472	3323	53.970	-82,64%	
	2021	4639	5237	6450	4308	9148	10193	16339	18843	15268	17051	12473	10334	130.283	141,40%	
	2022	8357	9986	12402	16167	21290	24362	31676	31228	30295	25974	21627	15562	248.926	91,07%	
	2023	13418	13148	18936	23604	29580	33653	38063	35391	35529	30767	25356	16989	314.434	26,32%	
Вкупно	2019	14629	15957	20038	29131	29886	39347	36997	38801	41161	33958	24769	21756	346.430		37,79%
	2020	17536	15975	5626	88	253	1018	2717	4098	5743	6934	5473	5500	70.961	-79,52%	
	2021	7337	7882	9686	6312	11541	12383	18517	21387	17998	20318	15117	13907	162.385	128,84%	
	2022	10788	12274	15379	19355	24729	27987	35392	34911	33760	29378	24932	19984	288.869	77,89%	
	2023	16226	16354	22268	26660	33757	36731	42102	39185	40145	34790	29016	20785	358.019	23,94%	

Извор: Собствени пресметки според податоци од ДЗС на РСМ, МакСтат база

Во табелата е даден преглед на бројот на туристички посети (домашни и странски) во периодот 2019-2023, односно во последниот петгодишен период. Може да се забележи драстичен пад на бројот на туристи во 2020 година, поради рестриktivните мерки и забрани за патување во пандемискиот период. Индикативен е податокот дека странските туристи доминираат во однос на домашните, па така, само во последната анализирана година (2023), во Скопје се реализирале дури

314.434 странски туристички посети, додека домашни само 43.585, што е за 7,21 пати повеќе. Дури и рехабилитацијата во пост-пандемискиот период е поизразена кај странските туристи, отколку кај домашните. Така, средногодишната стапка на раст (СГСР) изнесува 44,04% кај странските, наспроти 17,55% кај домашните туристи.

Доколку се разгледа дистрибуцијата на туристите по месеци, може да се забележи дека нема големи флукуации во текот на годината, што укажува на релативно ниско изразена сезоналност. Тоа значи дека во текот на целата година посетеноста не покажува поголеми разлики што влијае и врз исполнетоста на капацитетите за сместување.



Од распределбата на бројот на туристи (домашни, странски и вкупно) по месеци за 2023 година покажува постоење на блага сезонска концентрација кај странските туристи. Оваа сезоналност се манифестира во месеците од јуни до септември. Кај домашните таа е занемарлива, како што може да се забележи и од кривата во графиконот.

Табела - Процентуален сооднос на странски и домашни туристи на Град Скопје

	Странски туристи %	Домашни туристи %
2019	89,72	10,28
2020	75,98	24,02
2021	80,23	19,77
2022	86,17	13,83
2023	87,83	12,17

Извор: Сопствени пресметки според податоци од ДЗС на РСМ, МакСтат база

Од прегледот на процентуалниот сооднос може да се забележи дека доминираат странските туристи пред домашните. За Град Скопје за 2023 година бројот на странски туристички посети изнесувал дури 87,83% од вкупниот број на туристи. Единствено блага промена има за 2020 година, и до некаде за 2021 година, поради пандемиските услови. Во

2020 година процентуалното учество на домашните туристи се зголемило на 19,77 %

Табела - Преглед на учеството на Град Скопје во вкупниот број на пристигнати туристи на национално и регионално ниво

	2019	2020	2021	2022	2023	СГСР
Вкупно туристи – МКД	1.184.963	467.514	702.463	969.277	1.168.730	12,07%
СКПР - туристи	389.182	79.926	180.265	313.616	417.352	38,28%
Скопје - туристи	346.430	70.751	162.385	288.869	358.019	37,94%
Учество на Скопје во МКД (%)	29,24%	15,13%	23,12%	29,80%	30,63%	
Учество на Скопје во СКПР (%)	89,01%	88,52%	90,08%	92,11%	85,78%	

Извор: Собствени пресметки според податоци од ДЗС на РСМ, МакСтат база

Од табелата се гледа дека Град Скопје има големо процентуално учество во однос на вкупниот број туристи во рамките на Скопскиот плански регион (СКПР) кој изнесува над 85%, со најголемо процентуално учество во 2022 година (92,11,%).

Средно годишната стапка на раст во периодот 2019-2023 изнесува 37,94% што е за нешто помалку отколку СГСР на СКПР, но и повеќе од 3 пати од просекот на државно ниво. Исто така, учеството на Град Скопје во РСМ во поглед на вкупниот број на реализирани туристички посети, изнесува 30,63% во 2023 година.

Број на ноќевања

Освен бројот на туристи (домашни и странски), важен индикатор претставува и престојот кој се изразува низ бројот на реализирани ноќевања. Ноќевањата се сметаат дури за поважна категорија, бидејќи должината на престој директно влијае и врз висината на пансионската и вонпансионската потрошувачка и имплицира постоење на диверзифицирана понуда.

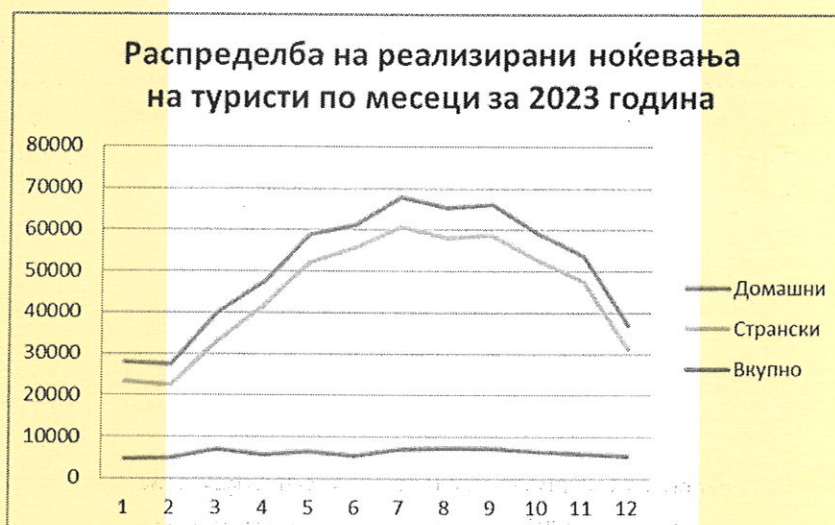
Табела - Број на реализирани ноќевања по месеци 2019-2023 – Град Скопје

Год.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вкупно	% промена	СГСР
Домашни	2019	3646	4832	3993	3726	4129	5260	3986	4699	5338	4876	4872	5381	54.738	31,95%
	2020	3346	3751	1593	85	326	1212	2285	3239	4141	3990	3923	3483	140.850	157,32%
	2021	4342	3732	5232	3835	3951	3824	3908	4816	5124	7186	4723	5272	55.945	-60,28%
	2022	3869	3626	4953	5258	5695	6952	5579	6173	6485	6389	5935	6691	67.605	20,84%
	2023	4639	4894	6963	5660	6660	5563	7051	7375	7443	6474	6008	5573	74.303	9,91%
Странски	2019	23464	23920	34202	44178	46942	55704	52207	58503	60638	52354	41431	32382	525.925	41,71%
	2020	26129	24256	8710	124	308	1220	3934	5367	8009	9953	7494	6948	102.452	-80,52%
	2021	10187	10711	13650	8982	19277	20616	29882	35540	30061	35467	25398	20435	260.206	153,98%
	2022	16981	19187	23640	31426	39606	41543	53181	59275	55176	46411	42839	27556	456.821	75,56%
	2023	23398	22541	33056	41865	52326	55698	60793	58085	58774	52672	47684	31419	538.311	17,84%
Вкупно	2019	27110	28752	38195	47904	51071	60964	56193	63202	65976	57230	46303	37763	580.663	13,63%
	2020	29475	28007	10303	209	634	2432	6219	8606	12150	13943	11417	10431	243.302	-58,10%
	2021	14529	14443	18882	12817	23228	24440	33790	40356	35185	42653	30121	25707	316.151	29,94%
	2022	20850	22813	28593	36684	45301	48495	58760	65448	61661	52800	48774	34247	524.426	65,88%

2023	28037	27435	40019	47525	58986	61261	67844	65460	66217	59146	53692	36992	612.614	16,82%
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	---------	--------

Извор: Сопствени пресметки според податоци од ДЗС на РСМ, МакСтат база

Од табелата може да се забележи дека постои голема разлика кај бројот на странски и домашни ноќевања. Имено, бројот на ноќевањата на странските туристи е значително поголем од домашните, со исклучок на кризната 2020 година. Поради рестриктивните мерки за патување во меѓународни рамки се зголеми бројот на реализирани ноќевања кај домашните туристи во 2020 година кога тие преовладуваат пред странските. Процентуалната промена на ноќевањата во однос на 2019 година кај домашните туристи бележи зголемување за 157 % во однос на претходната, додека кај странските туристи процентуалната промена на реализираните ноќевања бележи пад од 80,52 %. Во останатите години има поголем број на странски ноќевања, отколку домашни. Така, во 2023 година биле реализирани вкупно 538.311 ноќевања од страна на странските туристи, додека домашните реализирале 74.303. Тоа значи дека странските ноќевања доминираат за 7,24 пати повеќе од домашните. Средно годишната стапка на раст е повисока кај странските во споредба со домашните туристи.



Сезонската распределба на ноќевањата е слична како кај бројот на туристи. Кривата кај ноќевањата на странските туристи покажува поблага тенденција на сезонска концентрација. Така, најголема концентрација на туристи, односно реализирани ноќевања, има во летниот период, поточно во месеците јули, август и септември. Бројот на ноќевањата на домашните туристи е многу понизок отколку за странските туристи и нема сезоналност кај нив.

Табела – Просечна должина на престој по турист (домашни и странски) во Град Скопје во периодот 2019-2023

	Год.	ноќевања	туристи	Просечен престој
Домашни туристи	2019	54.738	35.616	1,54
	2020	140.850	16.991	8,29
	2021	55.945	32.102	1,74
	2022	67.605	39.943	1,69
	2023	74.303	43.585	1,70

Странски туристи	2019	525.925	310.814	1,69
	2020	102.452	53.760	1,91
	2021	260.206	130.283	2,00
	2022	456.821	248.926	1,84
	2023	538.311	314.434	1,71
Вкупно	2019	580.663	346.430	1,68
	2020	243.302	70.751	3,44
	2021	316.151	162.385	1,95
	2022	524.426	288.869	1,82
	2023	612.614	358.019	1,71

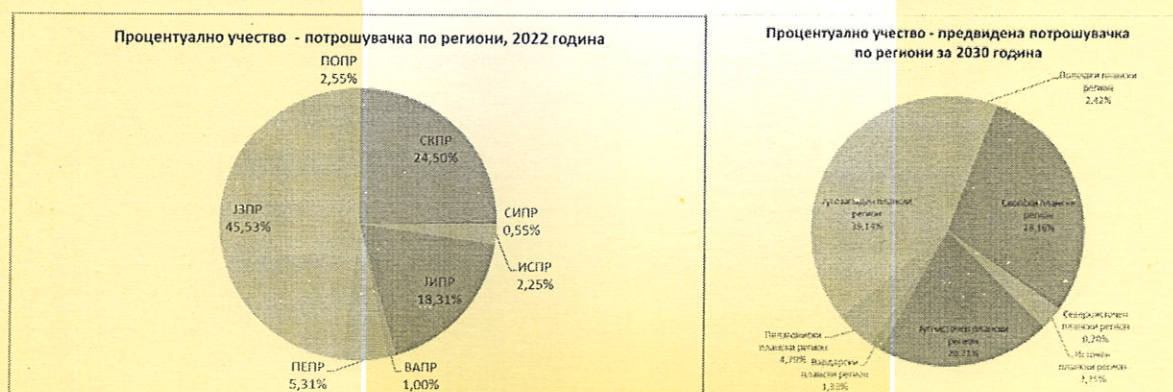
Извор: Сопствени пресметки според податоци од ДЗС на РСМ, МакСтат база

Како што може да се забележи од табеларниот преглед, просечниот престој на домашните и странските туристи е скоро изедначен во периодот 2019-2023. Исклучок претставува 2020 година, кога нема посета на странски туристи на глобално ниво во пандемиски услови. Поттикнувањето на домашниот туризам во тој период покажува дека драстично е зголемен просечниот престој на домашните туристи и изнесува дури 8,29 ноќевања. Во останатите години тој се движи од 1,54 до 1,74 кај домашните туристи и од 1,69 до 2,00 ноќевања кај странските. Може да се заклучи дека просечниот престој на град Скопје е во рамките на просечниот престој за урбан туризам.

Обем на туристичка потрошувачка

Туристичката потрошувачка претставува значаен индикатор за развој на туризмот. Оваа потрошувачка може да се претстави преку приходите од туризам. Најголемиот дел отпаѓа на трошоците, односно приходите од сместување, исхрана и од услуги на агенции (пансионска потрошувачка). Вонпансионска потрошувачка всушност претставува дел од индиректните приходи од туризмот.

Од анализата на приходите по основ туризам за 2022 година, Скопскиот плански регион бележи приход 220.788.176 УСД. Споредбено со другите плански региони, СКПР се наоѓа на второ место со процентуално учество од 24,5% во РС Македонија. Според предвидувањата за 2030 година се очекува во рамките на СКПР тие да изнесуваат 357.583.757 УСД, а процентуалното учество на ниво на држава да се зголеми на 28,16 %.



Табела - Приходи од туризмот по општини во Скопскиот плански регион во 2019 година и предвидување за 2040 година

	Општина		2019	приход по ноќевање \$	Вкупно приходи 2019	2040	приход по ноќевање \$	Вкупно приходи 2040	% промена
Скопски плански регион	Аеродром	Дом.	6.493	221	1.434.953	38.534	337.18	12.992.894	805.46%
		Стран.	42.587	250.94	10.686.782	254.543	382.38	97.332.152	810.77%
	Карпош	Дом.	10.158	221	2.244.918	24.870	337.18	8.385.667	273.54%
		Стран.	68.211	250.94	17.116.868	150.987	382.38	57.734.409	237.30%
	Кисела Вода	Дом.	797	221	176.137	-	337.18	-	/
		Стран.	6.710	250.94	1.683.807	5.152	382.38	1.970.022	17.00%
	Центар	Дом.	31.111	221	6.875.531	24.984	337.18	8.424.105	22.52%
		Стран.	305.866	250.94	76.754.014	528.337	382.38	202.025.502	163.21%
	Петровец	Дом.	44.119	221	9.750.299	643.144	337.18	216.855.294	2124.09%
		Стран.	7.261	250.94	1.822.075	118.477	382.38	45.303.235	2386.35%
	СКПР	Дом.	108.156	221	23.902.476	284.124	337.18	95.800.930	300.80%
		Стран.	580.168	250.94	145.587.358	1.131.799	382.38	432.777.302	197.26%

Извор: Секторска студија за Туризам за Просторниот план на РСМ (2021-2040)

Според податоците од Секторот за Локален економски развој на Град Скопје во периодот од 2019-2023 година се прибрани следните средства од наплата на комуналната такса за привремен престој(туристичка такса):

Табела - Приходи од комунална такса за привремен престој на Град Скопје во период 2019-2023

Реализација на приходи по години (во денари)					
	2019	2020	2021	2022	2023
Комунална такса за привремен престој	22.267.910,00	5.428.282,00	9.595.365,00	17.301.759,00	20.986.107,00

Извор: Сектор за Локален економски развој на Град Скопје и сопствени пресметки

Такса за привремен престој плаќаат странски туристи, како и домашни - државјани на Република Северна Македонија, кои надвор од своето место на постојано живеење користат услуги за ноќевање во сместувачки објекти регистрирани за прием на гости за ноќевање, како и во куќи, станови и соби наменети за издавање. Исклучок од домашните туристи кои не плаќаат ваква такса се: лицата до 18 годишна возраст, лица со телесна инвалидност, ученици на училишни екскурзии и при настава во природа, учесници на спортски игри и слично.

Поради тоа може единствено да се пристапи на пресметување на степен на корелација помеѓу прибраните средства од наплата на комуналната такса за привремен престој и бројот на остварени ноќевања.



Коефициентот на корелација помеѓу сериите на наплатени средства од комунална такса за привремен престој и вкупниот број на остварено ноќевања изнесува 0,99.



Емитивни и рецептивни зони

Определувањето на емитивните и рецептивните простори е важно за да се следат промените на туристичкиот пазар. Имено, промената на емитивните зони подразбира промена на туристичката побарувачка и промена во интересот за патување и посета на Град Скопје како дестинациски простор. Рецептивните простори подразбираат постоење на туристички вредности, инфраструктурни и супраструктурни услови како опременост и уреденост на дестинацискиот простор кои овозможуваат прифаќање на туристите, задоволување на нивните основни и посебни туристички потреби.

Емитивни зони и пазари

Емитивните зони може да се сфатат како простори каде се креира реалната и потенцијалната туристичка побарувачка. Тоа се всушност регионите и државите од каде потекнуваат туристите кои го посетуваат Скопје. Нивната анализа ќе овозможи да се утврдат основните пазарни сегменти кои моментално го посетуваат Скопје, според земјата на потекло. Преку нив ќе може да се донесат одлуки за насочување/пренасочување на туристичката понуда.

Табела – Пристигнати странски туристи во Град Скопје според емитивни зони (земја на потекло) во 2023 година

	Земја – емитивна зона	Пристигна ти туристи	Процентуал но учество	Ноќевања	Процентуал но учество	Просече н престој
1.	Турција	44438	18,96 %	64631	16,00 %	1,45
2.	Србија	20863	8,90%	34618	8,57%	1,66
3.	Германија	14831	6,33%	25620	6,34%	1,73
4.	С А Д	13677	5,83%	24452	6,05%	1,79
5.	Хрватска	8879	3,79%	15860	3,93%	1,79
6.	Холандија	7530	3,21%	12297	3,04%	1,63
7.	Бугарија	7033	3,00%	11689	2,89%	1,66
8.	Словенија	6897	2,94%	11431	2,83%	1,66
9.	Романија	6820	2,91%	10742	2,66%	1,58
10.	Велика Британија	6779	2,89%	13689	3,39%	2,02
11.	Полска	5953	2,54%	9520	2,36%	1,60
12.	Италија	5905	2,52%	12081	2,99%	2,05
13.	Грција	5881	2,51%	10598	2,62%	1,80
14.	Други азиски земји	5364	2,29%	9623	2,38%	1,79
15.	Албанија	4620	1,97%	7128	1,76%	1,54
16.	Австрија	4448	1,90%	7042	1,74%	1,58
17.	Шведска	4448	1,90%	9141	2,26%	2,06
18.	Шпанија	3895	1,66%	6125	1,52%	1,57
19.	Косово	3805	1,62%	5310	1,31%	1,40
20.	Босна и Херцеговина	3720	1,59%	7094	1,76%	1,91
21.	Швајцарија	3200	1,36%	5545	1,37%	1,73
22.	Белгија	3126	1,33%	6680	1,65%	2,14
23.	Украина	3119	1,33%	8414	2,08%	2,70
24.	Франција	3066	1,31%	5769	1,43%	1,88

25.	Австралија	2944	1,26%	5371	1,33%	1,82
26.	Црна Гора	2881	1,23%	5232	1,30%	1,82
27.	Други европски земји	2828	1,21%	5027	1,24%	1,78
28.	Данска	2502	1,07%	4828	1,20%	1,93
29.	Норвешка	2220	0,95%	4428	1,10%	1,99
30.	Унгарија	2129	0,91%	4473	1,11%	2,10
31.	Кина	2067	0,88%	3285	0,81%	1,59
32.	Израел	1924	0,82%	3187	0,79%	1,66
33.	Словачка	1871	0,80%	3529	0,87%	1,89
34.	Други земји од Јужна и Средна Америка	1419	0,61%	2711	0,67%	1,91
35.	Чешка	1330	0,57%	2662	0,66%	2,00
36.	Канада	1213	0,52%	2201	0,54%	1,81
37.	Малта	1194	0,51%	2440	0,60%	2,04
38.	Други африкански земји	1080	0,46%	1907	0,47%	1,77
39.	Португалија	987	0,42%	2415	0,60%	2,45
40.	Финска	917	0,39%	1707	0,42%	1,86
41.	Руска Федерација	860	0,37%	1607	0,40%	1,87
42.	Естонија	716	0,31%	1342	0,33%	1,87
43.	Јапонија	619	0,26%	1140	0,28%	1,84
44.	Литванија	583	0,25%	1404	0,35%	2,41
45.	Ирска	572	0,24%	1290	0,32%	2,26
46.	Бразил	567	0,24%	1037	0,26%	1,83
47.	Кореја, Република	458	0,20%	807	0,20%	1,76
48.	Латвија	455	0,19%	1062	0,26%	2,33
49.	Кипар	451	0,19%	1090	0,27%	2,42
50.	Други северно-американски земји	382	0,16%	875	0,22%	2,29
51.	Луксембург	259	0,11%	575	0,14%	2,22
52.	Исланд	228	0,10%	400	0,10%	1,75
53.	Јужна Африка	169	0,07%	260	0,06%	1,54
54.	Нов Зеланд	130	0,06%	230	0,06%	1,77
55.	Белорусија	111	0,05%	204	0,05%	1,84
56.	Други земји од Австралија и Океанија	73	0,03%	133	0,03%	1,82

Извор: Собствени пресметки според податоци од ДЗС на РСМ, МакСтат база



Одделени во табелата се првите 10 емитивни држави според посетеноста на Град Скопје во 2023 година. Тие ги сочинуваат редоследно: Турција, Србија, Германија, САД, Хрватска, Холандија, Бугарија, Словенија, Романија и Велика Британија. Тие заедно учествуваат со вкупно 58,76% од вкупната посетеност на странски туристи. Дури ако се разгледаат и првите пет најдобри држави заедно чинат 43,81 % од вкупната странска посетеност на Град Скопје за 2023 година. Доколку се анализира посетеноста според континент на потекло, тогаш може да се дојде до заклучок дека најголем дел посетители во 2023 година биле од Европа, со вкупно учество од 86,31%, Северна Америка е на второ место со учество од 6,51%. Потоа следат азиските земји (4,45 %), Австралија и Океанија (1,34 %), Јужна и Средна Америка (0,85 %) и африканските земји 0,53 %.

Може да се определат потесни емитивни простори, како на пример Источна Европа, која според глобалните трендови во иднина треба да прерасне во една од доминантните светски емитивни простори, покрај Индија и Југоисточна Азија. Во овој простор влегуваат: Бугарија, Романија, Полска, Украина, Унгарија, Словачка, Чешка, Руска Федерација и Белорусија. Тие заедно учествуваат со вкупна посетеност од 29.226 туристи во 2023 година., што претставува вкупно 12,47% од вкупната странска посетеност.

Рецептивни зони во Скопје (општини, локалитети)

Табела - Број на пристигнати домашни и странски туристи по општини 2019-2023 - Скопје

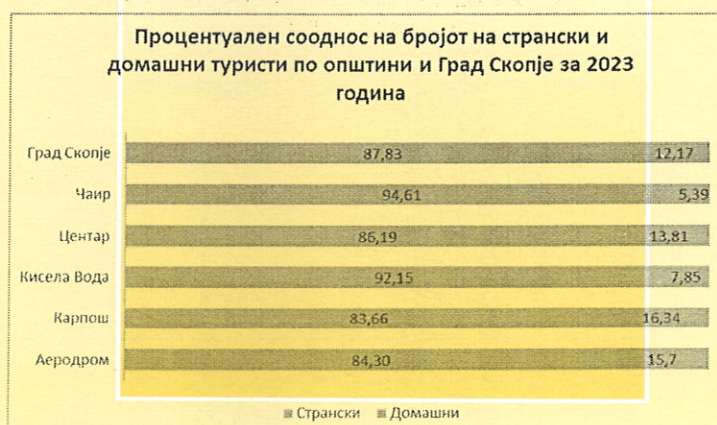
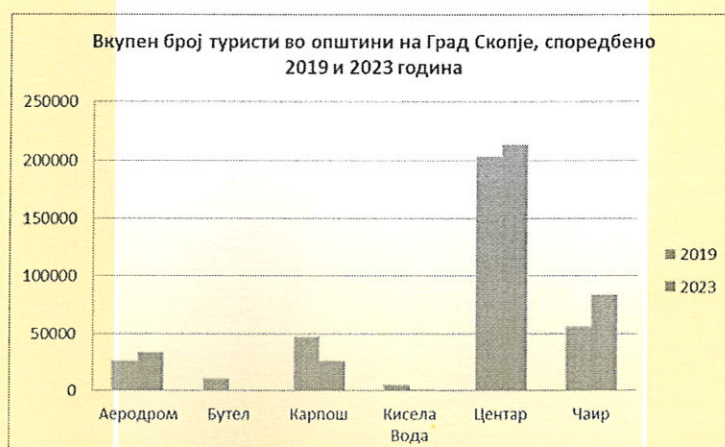
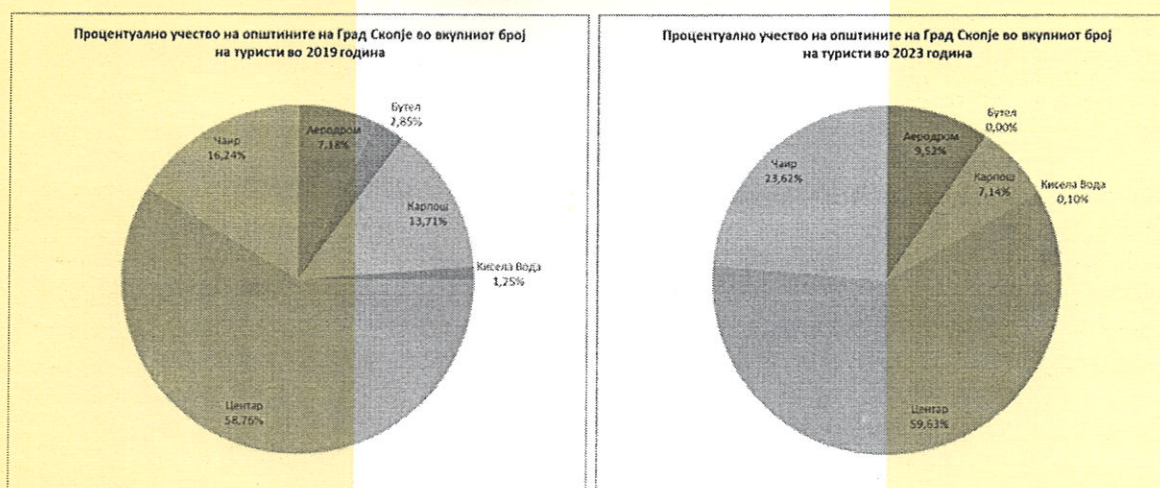
		Аеродром	Бугел	Гази Баба	Ѓорче Петров	Карпош	Кисела Вода	Сарај	Центар	Чаир	Шуто Оризари	ВКУПНО
Домашни туристи	2019	4.137	688	:	-	6.334	524	:	19.813	4.120	-	35.616
	2020	1.850	149	:	-	1.916	97	:	9.376	3.603	-	16.991
	2021	5.959	:	:	-	3.714	:	:	19.800	3.925	-	32.102
	2022	5.639	:	:	-	3.714	:	:	25.783	4.807	-	39.943
	2023	5.350	:	:	-	4.176	27	:	29.478	4.554	-	43.585
Странски туристи	2019	20.747	9195	:	-	41.151	3822	:	183.761	52.138	:	310.814
	2020	5.834	541	:	-	4.935	:	:	30.901	11.549	:	53.760
	2021	17.376	:	:	-	6.968	:	:	79.669	26.270	:	130.283
	2022	22.674	:	:	-	16.761	:	:	155.299	54.192	:	248.926
	2023	28.734	:	:	-	21.384	317	:	184.001	79.998	:	314.434
Вкупно	2019	24.884	9883	:	-	47.485	4346	:	203.574	56.258	:	346.430
	2020	7.684	690	:	-	6.851	97	:	40.277	15.152	:	70.751
	2021	23.335	:	:	-	10.682	:	:	99.469	30.195	:	162.385
	2022	28.313	:	:	-	20.475	:	:	181.082	58.999	:	288.869
	2023	34.084	:	:	-	25.560	344	:	213.479	84.552	:	358.019

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

Во табелата е даден преглед на посетеноста на домашните и странските туристи по општини во рамките на Град Скопје. Од вкупно 10 општини, постојат официјални расположливи податоци само за 6 од нив. Така, не постојат никакви податоци за бројот на туристички посети во изминатите 5 години за општините Гази Баба, Ѓорче Петров, Сарај и Шуто Оризари. Кај дел од овие општини (за кои има расположливи податоци), не се

евидентира континуирано посетеноста. Вакви општини се Бутел и Кисела Вода. Една од основните причини за ваквата ситуација е пандемискиот период, кога се бележи драстичен пад на посетеноста во тие општини.

Може да се забележи дека од сите општини во однос на туристичката посетеност од страна на домашните и странските туристи, најголемо учество бележи Општина Центар. Имено, во 2019 година оваа општина пројавила учество од 55,63% во вкупниот број на домашни туристи. Во 2023 година ова учество на општината изнесувало дури 67,63%. Слична состојба се забележува и за странските туристи. Така, во 2019 година Општина Центар бележи 59,12% учество во вкупниот број на странски посетители, додека во 2023 ова учество на општината изнесува 58,52%

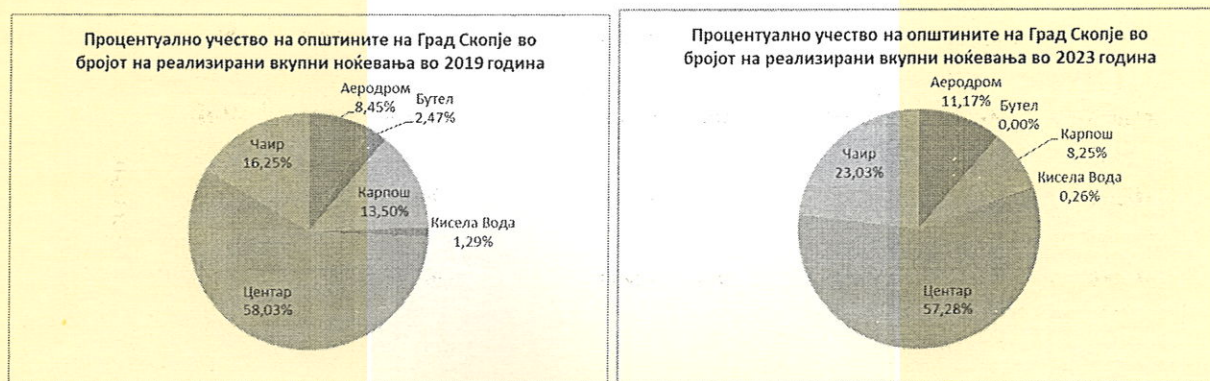


Табела - Број на реализирани ноќевања на туристи (домашни, странски и вкупно) по општини за периодот 2019-2023

		Аеродром	Бутел	Гази Баба	Ѓорче Петров	Карпош	Кисела Вода	Сарај	Центар	Чаир	Шuto Оризари	ВКУПНО
Домашни ноќевања	2019	6.493	930	:	:	10.158	797	:	31.111	5.249	-	54.738
	2020	2.848	2.848	:	:	4.285	133	:	18.856	5.089	-	34.059
	2021	10.553	163	:	:	5.620	0	:	34.573	5.199	-	56.108
	2022	10.006	0	:	:	7.719	0	:	43.081	6.799	-	67.605
	2023	10.386	0	:	:	8.624	649	:	47.925	6.719	-	74.303
Странски ноќевања	2019	42.587	13.426	:	-	68.211	6.710	:	305.866	89.125	:	525.925
	2020	11.292	994	:	-	9.123	428	:	58.489	22.126	:	102.452
	2021	36.515	0	:	-	16.565	0	:	156.438	50.688	:	260.206
	2022	50.549	0	:	-	38.120	0	:	273.362	94.790	:	456.821
	2023	58.056	0	:	-	41.929	968	:	303.005	134.353	:	538.311
Вкупно	2019	49.080	14.356	:	-	78.369	7.507	:	336.977	94.374	:	580.663
	2020	14.140	3.842	:	-	13.408	561	:	77.345	27.215	:	136.511
	2021	47.068	163	:	-	22.185	0	:	191.011	55.887	:	316.314
	2022	60.555	0	:	-	45.839	0	:	316.443	101.589	:	524.426
	2023	68.442	0	:	-	50.553	1.617	:	350.930	141.072	:	612.614

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

И кај ноќевањата може да се забележи дека само во 6 општини на Град Скопје се прибираат податоци. Од нив најголемо учество бележи општина Центар.



Туристичкиот простор функционира на 3 нивоа: Туристички регион, Туристичка зона и Туристички локалитет. Според Секторската студија за туризам за Просторниот план на РСМ (2021-2040) Градот Скопје е дефиниран како **Скопска градска зона**. Истиот се состои од 3 туристички локалитети (Туристички локалитет Скопје, Туристички локалитет Водно, Туристички локалитет Матка- Сарај), дадени во продолжение.

Определени туристички локалитети, места и месности кои припаѓаат на Град Скопје

Туристичка зона приоритетни видови туризам за зоната	Туристички локалитет според нивото и видот на атрактивност (основен, комплексен, комплементарен)	Туристички места и месности	Вид на туризам според: - Основна туристичка потреба (ОТП); - Атрактивност на просторот (АП) и - Времетраење на престојот (ВП)
СКОПСКА ГРАДСКА ЗОНА Градски, транзитен, планински	СКОПЈЕ Основен	Стара скопска чаршија*, централно градско јадро* (Кеј Македонија, Плоштад Македонија, Дебар Маало), Меѓународен аеродром Скопје*, скопска тврдина Кале, Тумба Маџари, Злокуќанско Кале, Говрлево, Скупи, црква Св. Спас, Соборен храм Св. Климент Охридски, црква Св. Димитрие, Султан Муратова (Хјункар) џамија, Мустафа пашина џамија, Јахја паша џамија, Гази Иса - бегова џамија, Исхак бег (Алаџа) џамија, Даут пашин амам, Чифте амам, Куршумли ан, Сули ан, Капан ан, Безистен, Аквадукт, Камен Мост, Феудална кула, Саат Кула, спомен куќа на Мајка Тереза, конаци на Хавзи паша во Бардовци, Острово Трубарево, Археолошки музеј на Р.С. Македонија, Музеј на современата уметност, Етнолошки музеј на Р.С. Македонија, Музеј на Р.С. Македонија, Музеј на холокаустот, Музеј на град Скопје, Музеј на кинотеката на Р.С. Македонија, Музеј на револуционерната борба на Македонија, Природно - научен музеј, Зоолошка градина.	ОТП: културен АП: градски, споменички, манифестациски, верски, речен ВП: транзитен, излетнички ПР: Скопје
	ВОДНО Комплексен	Горно Водно*, црква Св. Пантелејмон Нерези*, Милениумски Крст, туристичка населба	ОТП: културен, активен АП: планински, споменички, верски, рурален, спортски

		Македонско село, Маркови кули - скопско	ВП: излетнички ПР: Водно
	МАТКА-САРАЈ Комплексен	Матка*, Сарај*, пештера Врело*, Хусеин Шах џамија, с. Радушa, с. Рашче, с. Копаница, с. Шишево, с. Глумово, манастир Св. Андреја, езеро Треска, акумулација Света Петка, Дервенска Клисура на река Вардар, Шишевска Клисура, пештера Дона Дука, Жеден	ОТП: културен, активен АП: езерски, спортски, спелеолошки, верски, споменички, рурален ВП: излетнички ПР: с. Сарај
	ГАЗИ БАБА Комплементарен	Парк Шума Гази Баба, Арх. локалитет Тумба-Маџари, Смилковско Езеро, Фолклорен фестивал	ОТП: активен, културен АП: рурален, риболовен ВП: транзитен ПР: Парк Шума Гази Баба

Извор: Секторска студија за Туризам за Просторниот план на РСМ (2021-2040) и сопствени интервенции



Туристичка понуда

Обем и структура на објекти за сместување

Табела - Број на соби во РСМ и СКПР

	2019	2020	2021	2022	2023
СКПР	3839	3849	3991	3972	4082
РСМ	29.933	30.064	30.058	30.096	30.360
Процентуално учество	12,83%	12,80%	13,28%	13,20%	13,45%

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

Процентуалното учество на Скопскиот плански регион во РСМ е релативно големо во однос на расположливи соби за сместување, како и во однос на легла и изнесува 13,45% во 2023 во однос на вкупниот број соби во РСМ, како и 10,88% во однос на леглата за истата анализирана година.

Табела - Број на легла во РСМ и СКПР

	2019	2020	2021	2022	2023
СКПР	8.049	8.045	8.281	8.162	8.437
РСМ	76.942	77.187	76.907	76.911	77.580
Процентуално учество	10,46%	10,42%	10,77%	10,61%	10,88%

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

Табела - Преглед на пополнетоста на капацитетите за сместување според расположливите легла со пополнетост во денови во текот на годината во планските региони

	2022 ноќевања	Пополнетост во денови
Вардарски	3.6373	22,1247
Источен	61.226	32,41186
Југозападен	1.534.128	35,46379
Југоисточен	580.026	88,32435
Пелагониски	199.155	18,37223
Полошки	78.005	20,67453
Североисточен	6.290	8,095238
Скопски	604.686	74,08552
Вкупно	3.099.889	39,27241

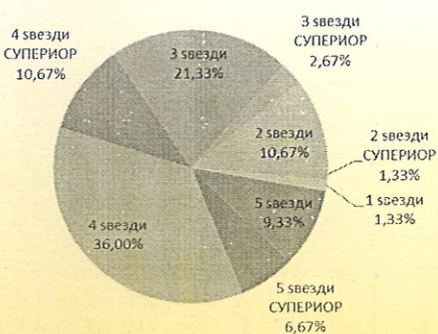
Извор: Секторска студија за Туризам за Просторниот план на РСМ (2021-2040)

Табела - Број на категоризирани хотели во Град Скопје, април 2024 година

Категоризација	Број на деловни единици (хотели)
5 ѕвезди	7
5 ѕвезди СУПЕРИОР	5
4 ѕвезди	27
4 ѕвезди СУПЕРИОР	8
3 ѕвезди	16
3 ѕвезди СУПЕРИОР	2
2 ѕвезди	8
2 ѕвезди СУПЕРИОР	1
1 ѕвезди	1
ВКУПНО	75

Извор: Регистар на категоризирани угостителски објекти, Министерство за економија на РСМ, април 2024

Број на категоризирани хотели во Град Скопје



Во Град Скопје категоризирани се вкупно 75 хотели со различен број на ѕвездички. Доминираат хотелите со 4 ѕвездички со 36%, а со 4 ѕвездички се означени и 10,67% кои имаат и назнака

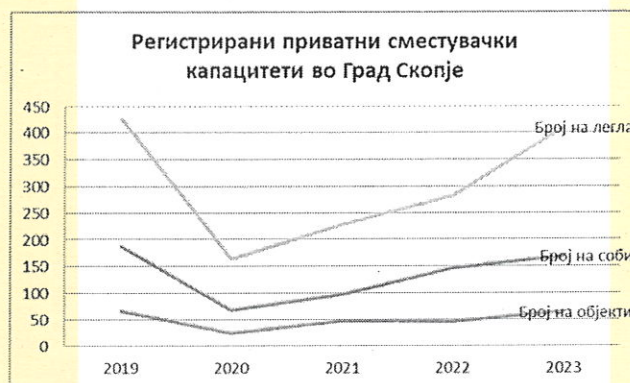
„супериор“ што значи дека имаат дури подобар квалитет од претходните. Хотелите со 4 и 5 ѕвездички (со и без ознака „супериор“) заедно сочинуваат над 62% од вкупниот број на категоризирани хотели. Тоа зборува за релативно високиот квалитет на сместувачките капацитети, иако во пракса, категоризацијата на угостителските објекти во РСМ често пати не соодветствува со меѓународните стандарди и стандардите на ЕУ.

Во Град Скопје значајни се и регистрираните сместувачки капацитети од мал обем (приватни сместувачки капацитети) кои даваат услуги за сместување за домашни и странски туристи. Според податоците од Град Скопје во периодот 2019-2023 постојат следните капацитети во приватното сместување, според бројот на издадени Решенија на физички лица кои вршат угостителска дејност од мал обем, односно категоризација на објекти:

Табела – Регистрирани приватни сместувачки капацитети на Град Скопје

	2019	2020	2021	2022	2023
Број на објекти	66	23	47	46	64
Број на соби	188	67	98	146	169
Број на легла	426	163	229	282	410

Извор: Сектор за локален економски развој на Град Скопје



Од табеларниот преглед може да се забележи драстично намалување на бројот на капацитети за сместување на Град Скопје во 2020 година. Потоа во наредните години, следи зголемување на нивниот број, што е во согласност со периодот на опоравување на туризмот во услови на пост- пандемија. Во 2023 година скоро се постигнал бројот на регистрирани капацитети од ваков тип евидентирани за 2019 година. Забележително е дека обемот на ваквите капацитети за сместување (соби и легла за сместување) во целокупниот обемот на вакви капацитети во Скопскиот плански регион е релативно низок, па така бројот на соби во објекти кои вршат угостителска дејност од мал обемот за 2023 година изнесува 4.14% од вкупните сместувачки капацитети во регионот, што наведува на заклучокот дека постојат останати вакви капацитети кои не се регистрирани и категоризирани.

Табела - Вкупно вработени во сите сектори и дејности и во објекти за сместување и сервисни дејности сохрана во РСМ во периодот 2019-2023

	2019	2020	2021	2022	2023
Вкупно вработени во сите сектори РСМ	797.651	794.909	795.087	692.034	688.296
Објекти за сместување и сервисни дејности со храна во РСМ	34.333	33.799	28.775	24.492	26.748
Процентуално учество	4,30%	4,25%	3,62%	3,54%	3,89%

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

Од табеларниот преглед може да се забележи дека бројот на вработени лица во објектите за сместување и сервисни дејности на ниво на држава континуирани опаѓа во изминатите 5 години. Тоа зборува за тренд за намалување на квалитетна работна сила во угостителскиот сектор, поради привремена или трајна работа во странство, што може да има негативни последици врз квалитетот на работењето во овој сектор.

Табела - Полова структура на вработените во објектите за сместување и сервисни дејности со храна во РСМ

РСМ	ОБЈЕКТИ ЗА СМЕСТУВАЊЕ И СЕРВИСНИ ДЕЈНОСТИ СО ХРАНА				
	2018	2019	2020	2021	2022
Процентуално учество мажи	57,25 %	55,74%	55,72%	55,61%	54,65%
Процентуално учество жени	42,75 %	44,26%	44,28%	44,39%	45,35%

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

Во однос на половата структура на вработените во објектите за сместување и сервисните дејности со храна може да се забележи блага доминација на бројот на мажи во однос на жените. Во изминатите 5 години забележителен е тренд на урамнотежување на ваквата ситуација. Процентуалното учество на вработените жени во овој сектор континуирано расте што индицира заполова еднаквост во овој сектор во иднина.

Обем и структура на објекти за исхрана

Број на деловни единици - угостителски објекти за исхрана во РСМ и Скопски плански регион

	2017	2018	2019	2020	2021
РСМ	2260	2301	2340	2124	2147
СКПР	522	586	599	565	561
Процентуално учество	23,10%	25,47%	25,60%	26,60%	26,13%

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

Број на седишта во угостителски објекти за исхрана во РСМ и Скопски плански регион

	2017	2018	2019	2020	2021
РСМ	136.502	137.749	140.789	128.090	128.783
СКПР	30.303	35.731	36.904	34.880	34.131
Процентуално учество	22,20%	25,94%	26,21%	27,23%	26,50%

Извор: ДЗС на РСМ, МакСтат база

Постои варирање во анализираниот период на бројот на деловни единици и расположливи седишта. Нивното зголемување се бележи до 2019 година, за потоа да се намалува. Тоа е одраз на пандемирските услови во која се најде угостителскиот сектор за исхрана. Последните расположливи податоци се до 2021 година, поради тоа не може да се каже со сигурност дали опаѓањето на ваквите капацитети во СКПР продолжува и за 2022 година и 2023 година или нивниот број се зголемува.

Доколку се разгледа процентуалното учество на деловните единици и расположливи седишта на Скопскиот плански регион во однос на вкупниот број на ниво на држава во анализираниот период (2017-2021) може да се забележи дека тој е во пораст.



Индикатори за одржлив развој

Споредбена анализа на туристички индикатори и одржлив развој на неколку градови од окружувањето и Скопје за 2019 година

Градови	Год.	Број на туристи	Остварени ноќевања	Број на туристи пожител	Број на ноќевања на квадратен километар
Скопје Површина 659,87 Км ² Жители 526.502	2019	346.430 (Ранг 4)	580.663 (Ранг 4)	0,66 (Ранг 2)	879,97 (Ранг 1)

Софи ја Површина а 492 км ² Жители 1.243.000	2019	1.427.897	2.553.059	1,15	5.189,14
Белград Површина 360 км ² Жители 1.398.000	2019	1.258.348	2.696.832	0,90	7.491,20
Загре б Површина а 186 км ² Жители 684.878	2019	139.913	225.561	0,20	1.212,69
Љубља на Површина а 163,8 км ² Жители 287.224	2019	1.127.904	2.227.669	3,93	13.599,93

Извор: Сопствени пресметки

Анализа за тековната одржливост на туризмот во Град
Скопје

Туризмот во Град Скопје постојано расте, нудејќи економски можности, но и предизвици во однос на одржливоста. Градот работи на усогласување на развојот на туризмот со глобалните трендови за одржливост, со цел да се минимизираат влијанијата врз животната средина, да се промовира инклузивноста и да се зголеми отпорноста кон кризи. Оваа емпириска анализа ги разгледува моменталните состојби на одржливоста во туристичкиот сектор на Скопје, оценувајќи ги практиките поврзани со употребата на ресурси, влијанието врз животната средина, напорите за зелена транзиција, инклузивноста, отпорноста кон кризи и други важни аспекти како дигитализацијата, задоволството на туристите и економскиот придонес. Заради непостоење на квантитативни податоци, оцената на аспектите на одржливоста е спроведена со пристап на квалитативна анализа.

Одржливи практики

Одржливите практики се основа на долгорочната туристичка стратегија. Во Скопје, употребата на ресурси останува клучен предизвик, особено во однос на потрошувачката на вода и енергија. Туристичките објекти, како што се хотелите и рестораните, вообичаено имаат зголемена потрошувачка на вода за време на туристичката сезона, што претставува дополнителен притисок врз водоснабдувањето на градот, особено во летните месеци. Иако има одредени податоци за овие потрошувачки, сепак нема доволно конкретни информации за потрошувачката во туристичкиот сектор. На полето на енергетската ефикасност, незначителен број на објекти применуваат енергетски ефикасни технологии како соларни панели, додека повеќето се потпираат на конвенционални извори на енергија, што укажува на потреба за понатамошни подобрувања.

Управувањето со отпадот во туристичкиот сектор на Скопје ја рефлектира мешавината од традиционални и нови одржливи практики. Иако туристичките објекти, особено хотелите и рестораните, создаваат значителен отпад, поголемиот дел од отпадот не се сортира на соодветен начин. Стапките на рециклирање се ниски, иако постојат иницијативи за промовирање на подобро управување со отпадот. Недостатокот на широко прифаќање на еколошки сертификати, како што се ISO 14001 или Green Key, укажува дека голем дел од бизнисите не ги приоритизираат формалните стандарди за одржливост. Сепак, еко-туризмот и културниот туризам добиваат на значење, со иницијативи кои ги промовираат историските и природните ресурси на Скопје на одржлив начин. Овие програми задоволуваат дел од побарувањата на еколошки свесните патници, но сè уште претставуваат мал дел од целокупната туристичка понуда.

Табела - Удел на отпадот од туризам во вкупно создадениот комунален отпад, на ниво на држава и постатистички региони

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Вардарски	0,10%	0,11%	0,11%	0,03%	0,05%	0,11%
Источен	0,12%	0,13%	0,12%	0,08%	0,10%	0,10%
Југозападен	2,00%	2,25%	2,37%	1,50%	2,21%	2,64%
Југоисточен	0,86%	1,07%	1,06%	0,59%	1,01%	1,03%
Пелагониски	0,23%	0,29%	0,27%	0,13%	0,16%	0,19%
Полошки	0,06%	0,07%	0,09%	0,06%	0,09%	0,10%

Североисточен	0,03%	0,03%	0,03%	0,02%	0,02%	0,04%
Скопски	0,31%	0,34%	0,36%	0,09%	0,21%	0,33%
РС Македонија	0,44%	0,52%	0,63%	0,40%	1,08%	0,51%

Влијание врз животната средина

Еколошката отпечаток од туризмот во Скопје претставува тековен предизвик, особено во однос на квалитетот на воздухот. Нивото на загаденост на воздухот, предизвикано од индустриски активности, транспорт и сезонско греење, претставува значителен проблем за здравјето на жителите и за туристичката привлечност на градот. Иако има одредени податоци кои покажуваат корелација меѓу лошиот квалитет на воздухот и намалувањето на туристите за време на периоди на загаденост, потребни се пообемни мониторинзи и акциски планови.

Во однос на биодиверзитетот и природните ресурси, Скопје има корист од околните зелени површини, паркови и заштитени зони, како што се планината Водно и кањонот Матка. Овие подрачја не се само важни за локалниот биодиверзитет, туку и за туристичките атракции. Сепак, постојат загрижености за влијанието на туристичките активности врз овие природни ресурси. Зголемената посета и развојот на туристичката инфраструктура можат да доведат до ерозија на почвата, деградација на земјиштето и загадување на водните ресурси, што го загрозува долгорочниот одржлив развој на овие зони.

Зелена транзиција

Напорите за зелена транзиција во туристичкиот сектор на Скопје се уште се во рана фаза. Инвестициите во зелени технологии, како инсталирање на соларни панели или изградба на енергетски ефикасни објекти, се сè уште ограничени. Иако постојат охрабрувачки знаци, како што се локалните политики за промовирање на обновливите извори на енергија и енергетска ефикасност, овие иницијативи сè уште не ја достигнаа потребната масовност за да имаат значителен ефект врз секторот.

Употребата на јавен транспорт и велосипеди од страна на туристите е област која добива на внимание во последните години. Туристите главно се потпираат на приватен транспорт, вклучувајќи изнајмени автомобили и такси услуги. Велосипедизмот останува конформна форма на транспорт за туристите, но со зголеменото внимание кон велосипедските патеки и иницијативите за споделување на велосипеди, постои потенцијал за раст во оваа област.

Инклузивност

Инклузивноста е суштински аспект на одржливиот туризам, осигурувајќи дека сите поединци, независно од способностите, можат да имаат пристап до туристичките атракции. Во Скопје, пристапот до туристичките локалитети за лицата со попреченост сè уште претставува предизвик. Многу од историските локалитети, како што е Старата чаршија, Скопско кале, аквадуктот итн., претставуваат пречки за лица со намалена мобилност поради нерамниот терен и ограничената инфраструктура за пристап. Иако има одредени подобрувања, како поставување на рампи во новите јавни објекти и туристички објекти, потребно е многу повеќе за да се осигура дека сите туристички локалитети се целосно достапни.

Вклученоста на локалното население во туризмот е уште еден аспект на инклузивноста. Вклученоста на локалната популација во туристичкиот сектор во Скопје главно е ограничена на улоги во угостителството и малите бизниси. Сепак, постои зголемен интерес за поддршка на локалните занаетчии и промовирање на автентични културни искуства, што може да го продлабочи учеството на заедницата.

Во однос на социјалната правда, работните услови во туристичкиот сектор во Скопје ги рефлектираат пошироките трендови во регионот. Додека платите во туристичкиот сектор се генерално ниски, постојат напори за обезбедување на поправедни плати и подобри услови за работа, особено во поголемите и поорганизираните хотели. Податоци за вклученоста на лицата со попреченост во туристичката работна сила се ограничени, што укажува на потреба од поцелни политики за промовирање на можности за вработување за лица со посебни потреби.

Отпорност кон кризи

Отпорноста на туристичкиот сектор кон кризи стана сè поважен фокус по појавата на пандемијата со COVID-19, која силно го наруши глобалниот туризам. Туристичкиот сектор на Скопје, како и многу други, забележа значителен пад за време на пандемијата, но покажува знаци на закрепнување. Сепак, сè уште недостасуваат сеопфатни планови за управување со кризи, насочени специјално кон туристичкиот сектор. Иако владата имплементираше пошироки економски стратегии за закрепнување, туристичкиот сектор треба повеќе фокусирани мерки за одговор на кризи, како што се планови за природни катастрофи, здравствени кризи и економски шокови.

И покрај овие предизвици, разновидноста на туристичките понуди во Скопје, која вклучува културен туризам, еко-туризам и авантуристички туризам, обезбедува одредена отпорност. Со задоволување на различни туристички интереси, градот може потенцијално да се заштити од идни кризи преку диверзификација на туристичката база.

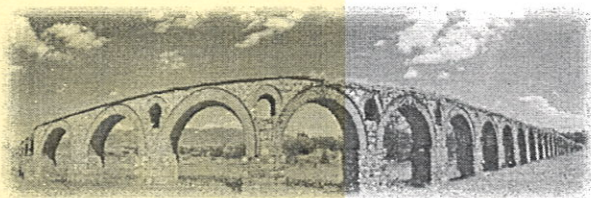
Дигитализација и економски придонес

Интеграцијата на дигиталните алатки во туристичкиот сектор на Скопје сè уште е во почетна фаза. Иако хотелите и туристичките оператори ги користат светски познатите платформи за онлајн резервации, мобилни апликации и виртуелни тури за подобрување на туристичкото искуство, овие технологии сè уште не се широко прифатени. Употребата на дигитални платформи за промовирање на туризмот значително би го подобрила ангажманот и задоволството на туристите, особено кај помладите генерации кои се технолошки пописмени. Потребно е развивање на една платформа на која ќе бидат прикажани сите туристички атракции на градот како на примерот со познатите мобилни апликации: smart-guide, GoCity или GPSmyCity.

Задоволството на туристите покажува генерално позитивно искуство, со посетителите кои го ценат богатото културно наследство и живописните пејзажи на Скопје. Сепак, честопати се изразуваат загрижености за квалитетот на воздухот, јавниот транспорт и достапноста на одржливи туристички опции.

Во однос на економскиот придонес, туризмот е растечки сектор во Скопје, придонесувајќи за вработувањето и генерирањето приходи. Сепак, неговиот целосен удел во локалната економија останува умерен во споредба со другите сектори. Со продолжени напори за промовирање на одржливи практики и подобрување на отпорноста на секторот, туризмот би можел да игра поистакната улога во економскиот развој на Скопје.

Одржливоста на туризмот во Скопје е многустрано прашање кое бара постојан ангажман и инвестиции. Иако има позитивни развојни трендови во однос на употребата на ресурси, управувањето со отпадот и иницијативите за зелена транзиција, градот се соочува со значителни предизвици во области како што се квалитетот на воздухот, пристапноста и отпорноста кон кризи. Со адресирање на овие прашања и промовирање на инклузивни и одржливи туристички практики, Скопје може да се позиционира како попривлечна и поотпорна дестинација во иднината.



3. Стратешка рамка

Мисија и визија

Мисијата е да се подобри туризмот во Град Скопје е со давање на приоритет на дигиталната и зелената трансформација, за да

се добијат уникатни туристички атракции, витални и одржливи туристички локалитети и ефективен туристички екосистем.

Визијата на Стратегијата е Скопје да биде водечка туристичка дестинација во поширокиот регион преку искористување на дигиталните иновации за создавање конкурентни и привлечни атракции, со одржлива инфраструктура која ја подобрува функционалноста на туристичките локалитети преку ефективно управување и соработка.

Главната стратешка цел е Град Скопје да ја унапреди својата позиција како водечка туристичка дестинација преку искористување на дигиталната трансформација, промовирање на одржливост, осигурување на отпорност и поттикнување на родова еднаквост и социјална инклузија.



Стратешки развојни цели

1. Иновативни туристички атракции преку дигитална трансформација

Развој на конкурентни и иновативни туристички производи преку дигитална трансформација и диверзификација ќе се постигне со интегрирање на напредните технологии, како што се креирање на интерактивни дигитални мапи, персонализирани дигитални искуства кај туристичките атракции со употреба на виртуелна реалност (анг. Virtual Reality - VR), збогатена реалност (анг. Augmented Reality - AR). Поголема

конкурентност ќе се постигне со диверзификација на туристичката понуда со развивање на селективни видови туризам. Исто така треба да се збогати содржината на туристичката понуда со настани со што ќе се намали зависноста од униформен вид на туристички производи. Со фокусирање на иновациите на производите, целта е да се создаде динамична, достапна, транспарентна и еколошки одговорна туристичка дестинација која привлекува разновиден опсег на посетители, обезбедувајќи одржлив раст и конкурентност на глобалниот пазар.

Оваа цел се усогласува со пошироката визија за создавање поодржлива, поефикасна и инклузивна туристичка понуда, како што е нагласено од страна на UNWTO. Таа, исто така, се однесува на потребата од иновации во туризмот кој бележи зголемена побарувачка во пост-COVID-19 периодот, каде што дигитализацијата може да го промени начинот на кој се доживуваат атракциите и се обезбедуваат услуги за нивна подобра видливост и достапност. Понатаму, дигиталните иновации во туристичките производи се од суштинско значење за подобро планирање, промоција и маркетинг, како и поедноставување на задачите и решавање на проблемите поврзани со реализацијата на туристичките производи.

2. Подобрување на функционалноста, одржливоста и отпорноста на туристичките локалитети и бизниси

Оваа цел се фокусира на функционалноста, одржливоста и отпорноста кај туристичките локалитети во рамките на градот преку интеграција на мултимодални транспортни системи, притоа давајќи приоритет на еколошката компонента во просторниот систем и поттикнувајќи силни јавно-приватни партнерства, за да се трансформира градот во привлечна туристичка дестинација која нема да го намали квалитетот на живеење на локалното население. Инвестирањето во инфраструктура како велосипедски патеки, пешачки патеки и ефикасен јавен превоз, воведувањето на нови видови на транспортни средства, во комбинација со напредна технологија за управување со сообраќајот, ќе ја поддржи оваа промена која им е потребна на туристите, но и на локалното население. Поттикнувањето на користењето на јавниот транспорт и возењето велосипед преку стимулации и политики дополнително ќе го подобри системот. Заштитата на животната средина е клучна во планирањето и опремувањето на туристичките локалитети. Спроведувањето на проценки на влијанието врз животната средина за сите развојни проекти кои предвидуваат подобрување на комуналната уреденост и опременост на локалитетите, зголемувањето на зелените површини, промовирањето одржливи градежни практики и имплементацијата на ефикасни системи за управување со отпад се од суштинско значење. Дополнително, развивањето стратегии за ублажување на влијанијата од климатските промени и разни кризи ќе обезбеди долгорочна отпорност на градот, која ќе има влијание врз развојот на туризмот. Јавно-приватните партнерства се од витално значење за инвестициите, експертизата и споделување на ризиците. Со соработка помеѓу јавниот и приватниот сектор, може да се забрза развојот, да се искористат иновациите и да се распредели финансискиот товар за капитални инвестиции во и надвор од туристичките локалитети.

Овој сеопфатен пристап ќе ја подобри благосостојбата на жителите преку намален сообраќаен метеж и гужви во делови на градот каде што се движат туристите, ќе се обезбеди почист воздух и зголемен пристап до зелените површини. Така ќе се стимулира економијата со привлекување туристи и бизниси, ќе се заштити животната средина, ќе се подобри имиџот на градот и ќе се изгради отпорност на идните предизвици.

Сето тоа е во согласност со документите и препораките на меѓународните организации и институции. Фокусот на мултимодален транспорт, зелените простори и климатската отпорност се дел од Целта 11 – Одржливи градови и заедници, на Целите за одржлив развој на ОН (ЦОР, англ. Sustainable Development Goals - SDGs), Парискиот Договор на ОН кој се однесува на климатските промени, критериумите на Советот за Глобален Одржлив Туризам (Global Sustainable Tourism Council), како и Декларацијата од Кејп Таун за одговорен туризам (Cape Town Declaration on Responsible Tourism). Развивањето на одржлива инфраструктура е во рамките на препораките на Новата Урбана Агенда на ОН (Habitat III).

3. Управување со развојот на туристичката дестинација

Целта е да се воспостави колаборативен и инклузивен туристички екосистем во туристичката дестинација кој ги потпомага јавно-приватните партнерства, за да се подобри донесувањето одлуки засновани на податоци, да се овозможи примената на иновативните маркетинг стратегии и развојот на работната сила, промовирајќи одржлив и правичен раст во туристичкиот сектор. Ова вклучува поттикнување на соработка помеѓу јавниот и приватниот сектор и локалните заедници за да се здружат ресурсите, преку вмрежување на засегнатите страни. Со активно вклучување на локалните заедници во процесите на донесување одлуки, развојот на туризмот може да биде од корист за сите засегнати страни. Подобрувањето на податоците за туризмот е централно во оваа стратегија, со фокус на имплементација на напредни методи за собирање податоци, како што се големите бази на податоци и вештачката интелигенција за собирање точни информации во реално време. Создавањето централизирани платформи за споделување на овие податоци меѓу засегнатите страни ќе го олесни информираното донесување одлуки низ целиот сектор. Притоа, ќе се користат иновативни маркетинг стратегии, користејќи дигитален маркетинг, социјални медиуми и партнерства со инфлуенсери за да се допре до поширока публика. Дополнително, развивањето на инспиративни иницијативи за брендирање и раскажување приказни ќе ги нагласи уникатните локални атракции и културното наследство, зголемувајќи ја привлечноста на дестинацијата. Развојот на работната сила е исто така клучна компонента, со инвестиции во програми за обука за унапредување на работната сила во туризмот, притоа фокусирајќи се на дигитални вештини, услуги на клиентите и одржливи практики. Треба да се создадат јасни патеки за кариера и можности за напредување за да се обезбеди долгорочен раст и задоволство на вработените во секторот.

Имплементацијата на оваа стратешка цел вклучува креирање на формално тело – Форум за туризам на Град Скопје, кое преку ангажирање на засегнатите страни со работилници и форуми, усвојување нови технологии за собирање податоци, маркетинг и обука и воспоставување метрика и KPI треба да го следи напредокот и да врши проценка на влијанието врз растот и одржливоста на туризмот. Сето тоа е во согласност со Агендата 2030 за одржлив развој на ОН, особено со ЦОР 8 (Пристојна работа и економски развој), ЦОР 12 (Одговорна потрошувачка и производство) и ЦОР 17 (Партнерство за целите). Работниот документ на UN-Tourism, *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030*, исто така дава акцент на одржлив и инклузивен туристички развој. Меѓународната година за развој на одржлив туризам (2017) на ОН го промовира одржливиот развој на туризмот, и секако, овие документи заеднички ја нагласуваат важноста на партнерствата, инклузивноста, донесувањето одлуки водени од податоци и одржливите практики во туристичкиот сектор. Со нагласување на партнерствата со

културните и креативни индустрии оваа цел ги следи насоките дадени во Националната развојна стратегија (НРС).



Стратешки цели, приоритети и мерки

СЦ 1. Иновативни туристички атракции преку дигитална трансформација

П 1.1. Развивање и имплементирање на напредни дигитални инструменти

(во согласност со препорака содржана во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.10)

- Мерка 1.1.1: Интерактивни дигитални мапи и персонализирани дигитални искуства со примена на проширена реалност (анг. Extended Reality - XR) за клучните туристички атракции за подобрување на доживувањето на посетителите, осигурувајќи дека овие алатки се достапни за лица со попречености.
 - Дигитални реконструкции на Скопско Кале, Скупи и скопскиот Аквадукт.
 - Интерактивно раскажување приказни: Развивање на интерактивни апликации за раскажување приказни кои обезбедуваат персонализирано културно-историско доживување на градот.
- Мерка 1.1.2: Интегрирана мобилна апликација која нуди информации во реално време, навигација и персонализирани препораки врз основа на преференциите на посетителите, вклучувајќи опции за различни јазици и достапност со помош на вештачка интелигенција (AI).
 - GPSmyCity.com; smart-guide.org;
- Мерка 1.1.3. Партнерства со технолошки компании за континуирани иновации во дигиталните туристички решенија, со акцент на инклузивен дизајн.
 - Склучување на договори за јавно-приватни партнерства (ЈПП).

П. 1.2. Диверзификација на туристичката понуда

(во согласност со препорака содржана во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.26)

- Мерка 1.2.1. Диверзификација и развој на туристичките производи со вклучување на нематеријалните вредности и настани.
 - Вклучување во туристичка понуда на настани и фестивали како: Скопски маратон, Скопско лето, Скопски џез фестивал, Мајски оперски вечери, Вино-скоп, ОФФ Фест, Месец на трговијата, Фестивал Модерно Скопје, Фестивал Скопје градот убав, Фестивал на пивото-Пиволенд, Новогодишен базар, Ден на филигранството, Фестивал Ритам на чаршијата, Фестивал Скопје тајмлес (Skopje timeless), Порибување на реки и езера во Скопје, Бела ноќ, Најдобар угостителски објект и други настани за да се привлечат туристи и надвор од главната сезона.
 - Вклучување на старите занаети во туристичката понуда, изработка на традиционални сувенири, како и соработка со локални занаетчи од маргинализирани заедници за создавање и продажба на традиционални сувенири.
 - Организирање настани каде туристите можат да научат за локалната култура и традиции директно од локалното население (занаети, гастрономија, обичаи).
- Мерка 1.2.2. Развој на туристички производи прилагодени за различните типови

клиенти, како што се семејствата или поединците, или луѓето со различна религиозна, духовна или сексуална ориентација, како и за маргинализираните групи и лицата со попречености.

- Креирање на нови пакет аранжмани за специјализирани групи и поединци и поттикнување на туристичките агенции за креирање на пакет аранжмани за домашни туристи за Град Скопје.
- Развивање на туристички производи базирани на атракции отпорни на временските услови и со можност за реализација во текот на целата година (атракции и активности во затворен простор кој може да се посетуваат без оглед на временските услови и разни културни активности во затворен простор, како што се уметнички изложби или курсеви за готвење, кои ќе бидат интересни цела година)
- Подготвување на документи за стандардизација и категоризација на туристичките производи и зголемување на квалитетот на туристичко-гостинилските услуги.

СЦ 2. Подобрување на функционалноста, одржливоста и отпорноста на туристичките локалитети и бизниси

П. 2.1. Физички интегритет на туристичките локалитети

(во согласност со препораки содржани во: „Агенда за Туризам на ЕУ 2030“ – Т.5, и UN-Tourism, „Целиза развој на одржлив туризам“, – Т.9)

- Мерка 2.1.1. Проекти за уредување на туристичките локалитети во функција на подобрување на нивната функционалност и достапност за сите групи на посетители.
 - Изработка на проекти за поставување на урбана опрема (сигнализација, визуализација, уредување на патеки, зелени површини, осветлување) за туристичките локалитети (Скопје – Стара скопска чаршија и Централно градско јадро; Водно и Матка-Сарај).
 - Проектирање и изведба на пешачки мост на Кањон Матка за полесен пристап по копнен пат до пештерата Врело.
 - Утврдување на паркинг простори за туристички автобуси во рамките на туристичките локалитети.
 - Зголемување на рибниот фонд на реката Вардар и реката Треска во функција на развој на речниот туризам.
 - Одржување на планински велосипедски патеки на Водно.
 - Активности за подобрување на безбедноста во туристичките локалитети (едукација и брошури, известувања).
 - Активности за решавање на проблемот со кучињата скитници во туристичките локалитети.
- Мерка 2.1.2. Обезбедување на пристапност на туристичките атракции за лица со попречености, со воведување на инфраструктурни подобрувања и дигитални решенија.
 - Анализа на пристапноста на туристичките атракции за лицата со попреченост.
 - Изготвување на проекти за подобрување на пристапноста на лицата со попреченост.

- Мерка 2.1.3. Промовирање на одржливи градежни практики за нови развојни проекти и реновирање на постоечки локации за намалување на еколошкиот отпечаток и осигурувањена инклузивност.
 - Промовирање на идеи за туристичките бизниси за примена на одржливи еко градежни практики.
- Мерка 2.1.4. Подобрување на циркуларноста на туристичките услуги и воведување на шеми кои го поддржуваат оценувањето, следењето и намалувањето на еколошките влијанија на туризмот.
 - Промовирање на практики за одржливо користење на храната и ефикасно управување со отпадоците од храна.
 - Промовирање на практики за одржливо користење водата за пиење и намалување на количините на отпадна вода.
- Мерка 2.1.5. Воведување на дигитални технологии и решенија кои имаат ниско ниво на енергетска потрошувачка, со цел намалување на еколошкиот отпечаток од туризмот.
 - Промовирање на системот „Интернет на нешта“ (Internet of Things-IoT) кај давателите на туристичките услуги.
 - Промовирање на паметни сензори и IoT уреди низ главните туристички локации за да го следи протокот на посетителите, управувањето со отпадот за да се оптимизиракористењето на ресурсите.
 - Промовирање на опрема за енергетска ефикасност во туристичките локалитети и објекти.
- Мерка 2.1.6. Интегрирање на зелена инфраструктура во туристичките локации.
 - Развивање на зелени коридори и јавни простори кои го подобруваат биодиверзитетот и го намалуваат урбаното загревање.
 - Промовирање на системи за собирање и користење на дождовна вода на туристичките локации, користење на подземни води за наводнување на зелените површини и намалување на потрошувачката на вода.
- Мерка 2.1.7 Подготовка на мерки и акциски план за истражување, заштита и мониторинг на влијанијата на туризмот врз биодиверзитетот и геодиверзитетот во туристичките локалитети согласно меѓународни стандарди, протоколи и конвенции потпишани од страна на Република Северна Македонија.

П. 2.2. Овозможување на мултимодално патување

(во согласност со препорака содржана во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.2)

- Мерка 2.2.1. Развивање на комплексна мрежа на различни видови транспорт (автобуски, такси, велосипеди, електрични тротинети) со посебни информации за достапноста на превозните средства за лицата со попреченост, како и можност за правење онлајн резервации и електронско плаќање.
 - Интегрирање на податоци од јавните и приватните превозници на патници, компаниите за изнајмување на електрични возила, тротинети и велосипеди.
- Мерка 2.2.2. Користење на еко превозни средства во туризмот за обезбедување на еко туристички искуства, издавање билети преку дигитални услуги, земајќи ја во предвид пристапноста за сите и достапноста на локациите со пешачење.

- Интегрирање на податоците за давателите на услуги.
- Мерка 2.2.3. Активирање на туристичките автобуси на Град Скопје
 - Воведување на линии за туристички автобуси

П. 2.3. Поддршка на бизнисите во зелената и дигитална транзиција

(во согласност со препорака содржана во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.27)

- Мерка 2.3.1. Финансирање на туризмот од меѓународни и домашни фондови
 - Интензивирање на меѓународната соработка во областа на туризмот
 - Разгледување на можностите за финансирање на туризмот од меѓународни и домашни фондови како и подготовка информации за овие можности до сите туристички работници.
 - Соработка со Градот Скопје за пополнување на апликациите и заедничко аплицирање на проекти.
- Мерка 2.3.2. Субвенционирање и други видови финансиска помош за делови од туристичкиот екосистем
 - Субвенционирање и финансирање на активности поврзани со зелена и дигитална транзиција.
 - Субвенционирање на физички лица кои вршат угостителска дејност од мал обем
 - Субвенционирање на стари занаети
 - Дел од средствата добиени како туристичка такса од Град Скопје да се наменат за финансирање на проекти од областа на туризмот преку отворен повик за здруженијана граѓани (ЗГ) и невладини организации (НВО).

СЦ 3. Управување со развојот на туристичката дестинација

П. 3.1. Поттикнување на заедничко управување и вклучување на засегнатите страни
(во согласност со препорака содржана во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.5)

- Мерка 3.1.1. Формирање на Форум за туризам на Град Скопје за координација на напорите помеѓу јавниот, приватниот, невладиниот сектор и заедниците, осигурувајќи разновидна застапеност, вклучувајќи родова рамнотежа и вклученост на маргинализирани групи.
 - Активности за формирање на Форум за туризам на Град Скопје.
- Мерка 3.1.2. Организирање на редовни средби и работилници осигурувајќи инклузивноучество и адресирање на потребите на сите членови на заедницата.
 - Годишна програма на Форумот за туризам.
 - Поддршка на проекти иницирани од локалните заедници кои нудат автентични и извонредни културни искуства за туристите.
- Мерка 3.1.3. Ставање во функција на туристичките бироа на Град Скопје
 - Адаптација на простории.
 - Ангажирање на вработени во туристичките бироа.
- Мерка 3.1.4. Воведување на ознаки за квалитет за туризмот во Скопје, „зелени“ сертификати за угостителски објекти и други угостителски услуги, сертификати за

„специјализирани“ туристички водичи.

- Сертификација во туризмот која ќе ги земе во предвид и родовата еднаквост, достапноста и одржливоста.

- Избор на најдобар угостителски објект.

- Мерка 3.1.5. Периодични извештаи за работа на туристичко-угостителски инспектори заподрачјето на Град Скопје согласно надлежностите.

- Анализа на периодичните извештаи.
- Подобрување на соработката со Државен пазарен инспекторат, МВР и УЈП.

П. 3.2. *Интензивен маркетинг и промоција базирани на податоци*

(во согласност со препораки содржани во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.3, Т.14),

„Агенда за Туризам на ЕУ 2030“ – Т.4, и Националната развојна стратегија 2024-2044, цел: препознатлив културен идентитет и вредности)

- Мерка 3.2.1. Создавање на одржлив модел на веб платформа за туризам со податоци за посетителите, преференции и трендови, вклучувајќи родови и социјално-економски фактори за прилагодување на туристичките услуги.

- Изработка на пилот проект за креирање на централизираната веб платформа за туризам со ограничен квантум на податоци.

- Мерка 3.2.2. Користење на анализите на податоци за маркетинг на туризмот и подобрување на испораката на услуги, вклучувајќи ги инклузивноста и одржливоста како елементи на анализите.

- Водење на евиденција за анализите на податоците и креирање на модели на извештаи.

- Креирање на политики во рамки на надлежности за туризмот во Град Скопје

- Мерка 3.2.3. Дигитални маркетинг кампањи кои ќе користат социјални медиуми и податоци за анализа за достигнување на пошироки публики.

- Ставање посебен дел во годишната програма за ЛЕР кој ќе се однесува на промоцијата на туризмот преку социјални медиуми како и користење на други алатки за промоција.

- Мерка 3.2.4. Онлајн присуството на Градот Скопје, осигурувајќи дека информациите за туризмот се лесно достапни и инклузивни.

- Креирање на *user-friendly* интерфејс на веб страна во рамките на веб платформата за туризам со можност за пристап до податоците со веб сервис или со мобилни апликации.

- Повеќејазични информации и услуги за да се опфатат различен опсег на меѓународни посетители.

- Мерка 3.2.5. Брендирање на Скопје како туристичка дестинација.

- Активности за брендирање на туризмот во Скопје (име, лого, слоган итн.).

- Активности за брендирање на туристички атракции во Скопје.

- Активности за брендирање на сувенири за Град Скопје.

- Печатење на редизајниран туристичко-промотивен материјал.

- Мерка 3.2.6. Иновативни активности за маркетинг и промоција преку соработка со културните и креативни индустрии (филм, театар, музика, видео-игри).

- Промотивни пораки за Скопје и клучните атракции со користење на филмови, театарски претстави, музички видео спотови, виртуелна реалност

за видео игри, за да се привлечат потенцијални посетители кои делумно можат да го доживеат Скопје од далечина.

- Мерка 3.2.7. Промоција на Скопје како „Европска престолнина на културата 2028“.
 - Промоција на Градот Скопје преку интензивна соработка со министерство за култура и туризам со цел промовирање на туристичката понуда на саеми и манифестации за потребите на титулата „Скопје- Европска престолнина на културата 2028“.

П. 3.3. Пакт за вештини во туризмот

(во согласност со препораки содржани во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.11, Т.19, и

„Агенда за Туризам на ЕУ 2030“ – Т.15)

- Мерка 3.3.1. Подобрување на вештините на професионалците во туризмот и угостителството, со фокус на услуги на клиентите, одржливи практики и дигитални вештини.
 - Искористување на капацитетите на Средното угостителско училиште за преквалификации и обуки на заинтересирани туристички работници
 - Организирање на обуки од меѓународно сертифицирани професионалци во дејноста.
 - Активности за поддршка на професионалниот раст во туристичкиот сектор, сопосебен акцент на поддршка на жени и маргинализирани групи
 - Проектни активности за поддршка на женско претприемништво на Град Скопје
 - Проекти за развој на претприемништвото, иновациите и конкурентноста на малите и средните претпријатија МСП на подрачјето на Град Скопје
 - Локални партнерства за вработување
- Мерка 3.3.2. Обуки за туристичките оператори за спроведување одржливи практики -намалување на отпад и управување со ресурси.
 - Спроведување на систем на обуки за туристичките оператори

П. 3.4. Отпорност на кризи ,катастрофи и несреќи во туристичкиот сектор

(во согласност со препораки содржани во: „Патека за транзиција на туризмот на ЕУ“ – Т.27, „Агенда за Туризам на ЕУ 2030“ – Т.12, „Проценка на ризици територија на Република Северна Македонија“,

„Стратешки план за намалување на ризици од катастрофи на Град Скопје“, „Проценка на ризици на територија на Град Скопје“, Програма за заштита на потрошувачи на Град Скопје)

- Мерка 3.4.1. Управувањето со кризи, катастрофи и несреќи во туристичкиот сектор да биде дел од пошироките планови и националната легислатива и постоечки проценки за ризик, кои вклучуваат протоколи и стандардни оперативни процедури за подготвеност и одговор.
- Мерка 3.4.2. Редовни обуки и симулации на туристичкиот персонал за управување со кризи, катастрофи и несреќи, со цел подобрување на нивната подготвеност за дејствување заедно со институциите од Системот за управување со кризи (ЦУК, ДЗС, МВР, МО, МЗ, Јавни претпријатија, Црвен крст, локална самоуправа итн.).
- Мерка 3.4.3. Проценки за влијание на ефектите на климатските промени како и природни катастрофи врз спроведување на туристички проекти, понуди и активности и вклучување адаптивни мерки за ублажување на ризиците, осигурувајќи дека овие мерки не влијаат непропорционално на ранливите популации.

- Мерка 3.4.4. План за акција за намалување на ризици од катастрофи и климатски промени, насочен кон намалување на негативното влијание од туристичкиот сектор.



4. Оцена на одржливоста на стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје

Во контекст на современите предизвици и глобалните трендови во туризмот, одржливоста станува клучен фактор за развој на туристичките дестинации. Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје го препознава овој приоритет преку поставените стратешки цели. Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје претставува амбициозен и визионерски план кој се фокусира на иновативни туристички атракции, подобрување на инфраструктурата и управување со туристичкиот екосистем. Преку оваа стратегија, Град Скопје се стреми да стане конкурентна и одржлива туристичка дестинација, при што особено внимание се посветува на дигиталната трансформација, развој на туристичкиот екосистем, мултимодалниот транспорт, климатската отпорност и инклузивноста. Оваа анализа има за цел да направи оцена на одржливоста на стратегијата преку нејзините компоненти во однос на одржливи практики, животна средина, зелена транзиција, инклузивност, отпорност на кризи, и родова еднаквост.



Елементи на одржливост

Одржливи практики

Стратегијата за туризам на Град Скопје вклучува бројни мерки насочени кон одржливи практики, како што се одржливите градежни техники, циркуларноста на туристичките услуги, и користењето на ниско-енергетски технологии. Една од главните компоненти е фокусот на дигиталната трансформација, која овозможува поефикасно користење на ресурсите и подобро управување со туристичките атракции. Мерките како создавање на интерактивни дигитални мапи, мобилни апликации кои промовираат одржливи туристички активности и воведување на одржливи градежни практики за нови развојни проекти и реновирање на постоечките локации, покажуваат посветеност кон интегрирање на одржливите практики во туристичкиот сектор. Циркуларноста на туристичките услуги е уште еден значаен елемент кој придонесува кон одржливоста. Поттикнувањето на туристичките компании да обезбедат еколошки практики и да промовираат шеми кои го поддржуваат оценувањето и следењето на еколошките влијанија на туризмот е важно за долгорочната одржливост на дестинацијата.

Овие иницијативи не само што го намалуваат еколошкиот отпечаток на туризмот, туку и создаваат нови можности за развој на еко-туризмот и промовирање на свеста за одржливост кај локалното население и туристите, и оптимизација на ресурсите. Дополнително, иновативниот пристап во диверзификација на туристичката понуда го намалува притисокот врз постоечките атракции и ги стимулира посетителите да истражуваат нови, помалку посетени локации, со што се обезбедува рамномерно распределување на туристичките активности. Со тоа, стратегијата за туризам на Град

Скопје не само што придонесува кон зачувување на природните и културните ресурси, туку и го поставува градот како пример за другите дестинации во однос на применувањето практики за одржливост.

Животна средина

Заштитата и зачувувањето на животната средина се централни теми во стратегијата за туризам на Скопје. Интегрирањето на мултимодалните транспортни системи, развојот на зелени коридори и јавни простори и имплементацијата на еко превозни средства се клучни мерки за намалување на еколошкиот отпечаток на туризмот. Особено е важно вклучувањето на иницијативи за зелена инфраструктура, како што се системи за собирање и користење на дождовна вода и развивање зелени коридори кои го унапредуваат биодиверзитетот. Ваквите мерки го намалуваат урбаното загревање, го подобруваат квалитетот на воздухот и обезбедуваат зелени простори кои се од витално значење за благосостојбата на локалното население и туристите. Тоа е во согласност со меѓународните стандарди за одржливост и го поставуваат Скопје на патот кон еколошки одговорнатуристичка дестинација.

Зелена транзиција

Зелената транзиција е еден од клучните сегменти во стратегијата за развој на туризмот на Скопје. Преку развојот на зелени коридори, користење на одржливи градежни материјали и техники, и стимулирањето на користењето на јавниот транспорт и велосипедизам, Скопје ја прифаќа зелената транзиција како фундаментален дел од својата туристичка понуда. Овие активности се надополнети со планот за акција за климатски промени, кој вклучува мерки за намалување на емисиите на јаглерод и зголемување на зелените површини. Скопје се ориентира кон создавање на туристички екосистем кој е енергетски ефикасен и отпорен на климатските промени, што ја зајакнува неговата позиција како одржлива дестинација. Дополнително, интеграцијата на дигитални технологии со ниска потрошувачка на енергија покажува посветеност кон намалување на јаглеродниот отпечаток на градот. Со тоа, зелената транзиција во Скопје не само што придонесува за заштита на животната средина, туку и го позиционира градот како пионер во примената на одржливи туристички практики кои ги намалуваат негативните климатски влијанија од туризмот.

Инклузивност

Стратегијата за туризам на Скопје ја нагласува инклузивноста како еден од основните приоритети. Со развојот на туристички производи кои се прилагодени на различните типови клиенти, вклучувајќи маргинализирани групи и лица со попречености, градот се стреми да создаде туристичка понуда која е достапна и прифатлива за сите. Вклучувањето на локалните заедници во процесите на донесување одлуки, како и создавањето на инклузивни платформи за учество, обезбедува туризмот да биде од корист за сите засегнати страни. Овој пристап не само што го прави Скопје поинклузивна дестинација, туку и го промовира социјалниот и економскиот развој на локалните заедници преку креирање на нови можности за работа и развој.

Отпорност на кризи

Отпорноста на кризи е витален сегмент од стратегијата за туризам. Соочувајќи се со предизвиците кои произлегуваат од различни видови кризи, како што се природни катастрофи, економски рецесии, пандемии или социјални немири, важно е да се развијат стратегии кои ќе овозможат навремено справување и брзо закрепнување. Стратегијата за туризам предвидува развивање на мерки за отпорност на климатски промени, како што се проценки на климатските влијанија и адаптивни мерки за ублажување на ризиците. Притоа, се обрнува внимание овие мерки да не влијаат непропорционално на ранливите

популации. Управување со кризи и катастрофи ќе ги опфати сите аспекти на туристичкиот сектор преку имплементацијата на планови кои ќе бидат интегрирани во пошироката стратегија за управување со кризи на Градот Скопје. Тие ќе вклучуваат мерки за заштита на човечките животи, инфраструктурата и природните ресурси. Дигиталната трансформација, исто така, игра значајна улога во подобрувањето на отпорноста на туристичкиот сектор, овозможувајќи поефикасно управување со кризни ситуации и подобро информирање на посетителите. Овие мерки ја зајакнуваат способноста на градот да се прилагоди на промените и да продолжи со развојот на туризмот, дури и во услови на глобални и локални кризи. Ваквиот пристап е од суштинско значење за долгорочната одржливост на туризмот во градот.

Родова еднаквост

Стратегијата за туризам експлицитно го адресира прашањето за родова еднаквост, особено преку мерките за вклучување на жените и маргинализираните групи во туристичкиот сектор. Формирањето на Форум за туризам кој ќе треба да обезбеди родова рамнотежа и инклузивност е пример за ваквите заложби. Дополнително, развивањето на обуки и програми за унапредување на работната сила со фокус врз жените и маргинализираните групи ја поттикнува родовата рамноправност во секторот.

Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје претставува напреден и сеопфатен документ кој ги интегрира современите принципи на одржливост. Преку спроведување на иновативни и одржливи практики, заштита на животната средина, зелена транзиција, инклузивност, отпорност на кризи и родова еднаквост, Скопје ќе се позиционира како модел за одржлив развој на туризмот во регионот. Сепак, успешната реализација на овие цели бара континуирано следење, адаптација и соработка помеѓу сите засегнати страни.

5. Реализација на стратегијата



Акциски план

Стратешка цел (СЦ)Приоритет (П) Мерка (М)		Носители	Време (месеци) Почеток / Краење	Буџет во €/ квантифи кација на индикато р	Индикатори																
СЦ 1. Иновативни туристички атракции преку дигитална трансформација																					
П 1.1. Развивање и имплементирање на напредни дигитални инструменти					Број на посети музеи																
		<table><tr><td colspan="2">Број на промена посети</td><td colspan="2">%</td></tr><tr><td colspan="2"></td><td colspan="2">2027-2019</td></tr><tr><td>2019</td><td>188.228</td><td rowspan="3">73,42%</td><td rowspan="3"></td></tr><tr><td>2024</td><td>324.556</td></tr><tr><td>2027</td><td>326.428</td></tr></table>				Број на промена посети		%				2027-2019		2019	188.228	73,42%		2024	324.556	2027	326.428
Број на промена посети		%																			
		2027-2019																			
2019	188.228	73,42%																			
2024	324.556																				
2027	326.428																				
М 1.1.1: Интерактивни дигитални мапи и персонализирани дигитални искуства со примена на проширена реалност (анг. Extended Reality - XR) за клучните туристички атракции за подобрување на доживувањето на посетителите, осигурувајќи дека овие алатки се		УЗК Н НКЦ Град Скопје ИКОМОС Македонија	7/12	300.000 €	Број на мапи за клучни атракции																

достапни за лица со попречености.						
М 1.1.2: Интегрирана мобилна апликација која нуди информации во реално време, навигација и персонализирани препораки врз основа на преференциите на посетителите, вклучувајќи опции за различни јазици и достапност со помош на вештачка интелигенција (AI).	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	1/12	70.000 €			
М 1.1.3. Партнерства со технолошки компании за континуирани иновации во дигиталните туристички решенија, со акцент на инклузивен дизајн.	Град Скопје Универзитет и Бизнис сектор	1/6	/	Број на склучени договори		
П. 1.2. Диверзификација на туристичката понуда					Број на ноќевања (домашни, странски)	
	Број на ноќевања на туристи СКПР	2019	2024	2027	% промена 2027-2019	СГСП
	Домашни туристи	108.156	126.333	132.534	22,54%	1,08%
	Странски туристи	580.168	904.745	1.093.441	88,47%	12,68%
	Вкупно туристи	688.324	1.031.078	1.225.975	78,11%	10,46%
М 1.2.1. Диверзификација и развој на туристичките производи со вклучување на нематеријалните вредности и настани.	Бизнис сектор (стопански комори издруженија) Град Скопје Јавни установи НВО	1/12	200.000 €	Број на посетители по настани		
М 1.2.2. Развој на туристички производи прилагодени за различните типови клиенти, како што се семејствата или поединците, или луѓето со различна религиозна, духовна или сексуална ориентација, како и за маргинализираните групи и лицата со попречености.	Бизнис сектор (стопански комори издруженија) Град Скопје Верски организации НВО	1/12	150.000 €	Број на туристи		
СЦ 2. Подобрување на функционалноста, одржливоста и отпорноста на туристичките локалитети и бизниси						
П. 2.1. Физички интегритет на туристичките локалитети					Туристичка потрошувачка – приходи од туризмот	

				Вкупно приходи 2019 \$	Вкупно приход и 2027 \$	% промен а	СГСП
		СКПР	Дом.	23.902.476	51.292.363	114,59%	14,32%
		Стран.	145.587.358	254.993.051	75,15%	9,39%	
М 2.1.1. Проекти за уредување на туристичките локалитети во функција на подобрување на нивната функционалност и достапност за сите групи на посетители.	Град Скопје НВО	1/12	330.000 €	Проекти за туристички локалитети			
М 2.1.2. Обезбедување на пристапност на туристичките атракции за лица со попречености, со воведување на инфраструктурни подобрувања и дигитални решенија.	Град Скопје НВО	1/6	30.000 €	Студија за пристапност Проекти за инфраструктурни подобрувања			
М 2.1.3. Промовирање на одржливи градежни практики за нови развојни проекти и реновирање на постоечки локации за намалување на еколошкиот отпечаток и осигурување на инклузивност.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија)	4/12	30.000 €	Број на одржани настани			
М 2.1.4. Подобрување на циркуларноста на туристичките услуги и воведување на шеми кои го поддржуваат оценувањето,	Бизнис сектор (стопански комори издруженија) Град Скопје	4/12	50.000 €	Број на угостителски објекти за сместување кои			
следењето и намалувањето на еколошките влијанија на туризмот.				вовеле циркуларност на услугите			
М 2.1.5. Воведување на дигитални технологии и решенија кои имаат ниско ниво на енергетска потрошувачка, со цел намалување на еколошкиот отпечаток од туризмот.	Бизнис сектор (стопански комори издруженија) Град Скопје	4/12	50.000 €	Број на угостителски објекти за сместување кои вовеле напредни дигитални технологии			
М 2.1.6. Интегрирање на зелена инфраструктура во туристичките локации.	Град Скопје НВО	4/12	70.000 €	Број на зелени рути низ Скопје			
М 2.1.7. Подготовка на мерки и акциски план за истражување, заштита и мониторинг на влијанијата на туризмот врз биодиверзитетот и геодиверзитетот во туристичките локалитети согласно меѓународни стандарди, протоколи и конвенции потпишани од страна на Република Северна Македонија.	Град Скопје Универзитет и НВО	1/6	70.000 €	Студија за влијанија			
П. 2.2. Овозможување на мултимодално патување					Број на превезени патници во патниот и авио		

						сообраќај		
Промет на патници на аеродромот Скопје		% промена 2027-2019	СГСП	Број превезени патници патниот меѓуградски превоз		на во	% промена 2027-2019	СГСП
2018	2.152.746	78,43%	12,07%	СКПР				
2019	2.353.327			2018	2.322.000	7,88%	-4,06%	
2024	3.507.516			2019	1.506.000			
2027	4.199.100			2024	1.700.900			
				2027	1.624.700			
М 2.2.1. Развивање на комплексна мрежа на различни видови транспорт (автобуски, такси, велосипеди, електрични тротинети) со посебни информации за достапноста на превозните средства за лицата со попреченост, како и можност за правење онлајн резервации и електронско плаќање.			Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	1/6	60.000 €	Елаборат за интегрирање на сообраќајна мобилност		
М 2.2.2. Користење на еко превозни средства во туризмот за обезбедување на еко туристички искуства, издавање билети преку дигитални услуги, земајќи јаво предвид пристапноста за сите и достапноста на локациите со пешачење.			Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	1/6	50.000 €	Елаборат за интегрирање на сообраќајна мобилност со еко превозни средства		
М 2.2.3. Активирање на туристичките автобуси на Град Скопје			Град Скопје	1/6	100.000 €	Ставени во функција сите туристички автобуси		
П. 2.3. Поддршка на бизнисите во зелената и дигитална транзиција						Број на соби и легла		
				Број на соби во СКПР		% промена 2027-2019		СГСП
				2019	3.839	51,94%	7,07%	
				2024	5.100			
				2027	5.833			
М 2.3.1. Финансирање на туризмот од меѓународни и домашни фондови			Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	4/33	30.000 €	Број на поднесен и апликации и Број на издадени соопштенија за можности за финансирање		

М 2.3.2. Субвенционирање и други видови финансиска помош за делови од туристичкиот екосистем	Град Скопје	4/33	300.000 €	Број на корисници на субвенции Износ на одобрен и субвенции		
СЦ 3. Управување со развојот на туристичката дестинација						
П. 3.1. Поттикнување на заедничко управување и вклучување на засегнатите страни				индикатори за одржливост 2027 год.		
	Индикатор за оптовареност на просторот	2019	2024	2027	% промена 2027-2019	СГСР
	Вкупно ноќевања	688.324	1.031.078	1.225.975	78,11 %	10,46 %
	Број на ноќевања по км²	879.9	1,562.5	1,857.9		
М 3.1.1. Формирање на Форум за туризам на Град Скопје за координација на напорите помеѓу јавниот, приватниот, невладиниот сектор и заедниците, осигурувајќи разновидна застапеност, вклучувајќи родово рамнотежа и вклученост на маргинализирани групи.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	1/3	20.000 €	Формиран и функционален Форум за туризам Годишна програма заработка		
М 3.1.2. Организирање на редовни средби и работилници осигурувајќи инклузивно учество и адресирање на потребите на сите членови на заедницата.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	4/33	60.000 €	Број на настани		
М 3.1.3. Ставање во функција на туристичките бироа на Град Скопје	Град Скопје	4/8	100.000 €	Број на адаптиран и објекти Број на вработени		
М 3.1.4. Воведување на ознаки за квалитет за туризмот во Скопје, „зелени“ сертификати за угостителски објекти и други угостителски услуги, сертификати за „специјализирани“ туристички водичи.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	4/8	20.000 €	Број на воведени сертификати		
М 3.1.5. Периодични извештаи за работа на туристичко-угостителски инспектори за подрачјето на Град Скопје согласно надлежностите.	Град Скопје	1/36	/	Број на поднесен и извештаи		
П. 3.2. Интензивен маркетинг и промоција базирани на податоци				структура на туристи – емитивни зони		
		2019	2024	2027	% промена 2027-2019	СГСР

		Држави од Европа	291.494	452.719	545.410	87,11 %	12,39 %
		Држави од Северна Америка	14.414	24.613	30.289	110,14 %	15,71%
		Држави од Азија	27.059	46.934	58.566	116,44 %	16,31%
М 3.2.1. Создавање на одржлив модел на веб платформа за туризам со податоци за посетителите, преференции и трендови, вклучувајќи родови и социјално-економски фактори за прилагодување на туристичките услуги.		Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	4/12	100.000 €	Креирана веб платформа		
М 3.2.2. Користење на анализите на податоци за маркетинг на туризмот и подобрување на испораката на услуги, вклучувајќи ги инклузивноста и одржливоста како елементи на анализите.		Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	16/21	10.000 €	Број на извршени анализи		
М 3.2.3. Дигитални маркетинг кампањи кои ќе користат социјални медиуми и податоци за анализа за достигнување на пошироки публики.		Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	16/21	40.000 €	Балансирање на емитивните зони		
М 3.2.4. Онлајн присуството на Градот Скопје, осигурувајќи дека информациите за туризмот се лесно достапни и инклузивни.		Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	16/21	50.000 €	Изработена вебстраница		
М 3.2.5. Брендирање на Скопје како туристичка дестинација.		Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО	4/8	60.000 €	Изработен ибрендови		
М 3.2.6. Иновативни активности за маркетинг и промоција преку соработка со културните и креативни индустрии (филм, театар, музика, видео-игри).		Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО МКТ	4/12	50.000 €	Број на изработен и промотивн и материјали		
М 3.2.7. Промоција на Скопје како „Европска престолнина на културата 2028“.		Град Скопје МКТ	4/33	50.000 €	Број на изработен и промотивн и материјали		
П. 3.3. Пакт за вештини во туризмот					Исплатени нето плати		
		Просечни исплатени нето плати во објекти за сместување и сервисни дејности со храна			СКПР	СГСР	% промена 2027-2019
		2019			19.567		
		2024			24.426	4,84%	39,30%
		2027			27.257		

М 3.3.1. Подобрување на вештините на професионалците во туризмот и угостителството, со фокус на услуги на клиентите, одржливи практики и дигитални вештини.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) Образовни институции НВО	4/33	70.000 €	Број на одржани обуки и издадени сертификати
М 3.3.2. Обуки за туристичките оператори за спроведување одржливи практики -	Град Скопје	4/33	30.000 €	Број на одржани обуки и посетители
намалување на отпад и управување со ресурси.	Бизнис сектор (стопански комори издруженија) Образовни институции НВО			
П. 3.4. Отпорност на кризи, катастрофи и несреќи во туристичкиот сектор				стапка на промена на порастот на туристи во услови на криза
М 3.4.1. Управувањето со кризи, катастрофи и несреќи во туристичкиот сектор да биде дел од пошироките планови и националната легислатива и постоечки проценки за ризик, кои вклучуваат протоколи и стандардни оперативни процедури за подготвеност и одговор.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО МО МК Т	4/33	30.000 €	Имплементација на системите
М 3.4.2. Редовни обуки и симулации на туристичкиот персонал за управување со кризи, катастрофи и несреќи, со цел подобрување на нивната подготвеност за дејствување заедно со институциите од Системот за управување со кризи (ЦУК, ДЗС, МВР, МО, МЗ, Јавни претпријатија, Црвен крст, локална самоуправа итн.).	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО Јавни институции	4/33	40.000 €	Број на обуки Број на учесници
М 3.4.3. Проценки за влијание на ефектите на климатските промени како и природни катастрофи врз спроведување на туристички проекти, понуди и активности и вклучување адаптивни мерки за ублажување на ризиците, осигурувајќи дека овие мерки не влијаат непропорционално на ранливите популации.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО Јавни институции	4/33	30.000 €	Број на извршени проценки во капитални инвестиции во туризмот
М 3.4.4. План за акција за намалување на ризици од катастрофи и климатски промени, насочен кон намалување на негативното влијание на врз туристичкиот сектор.	Град Скопје Бизнис сектор (стопански комори издруженија) НВО Јавни институции	4/6	20.000 €	Број на изготвени планови за акција од субјектите
			2.670.000 €	



Потенцијални извори на финансирање за стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје

Во продолжение е детален преглед на потенцијалните извори на финансирање кои можат да се користат за спроведување на мерките и активностите предвидени во Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје. Овие извори не се групирани според стратешките цели, туку се прикажани во целост, со цел да се обезбеди целосен преглед на можностите за финансирање.

Програми за Финансирање на Европски Унија (ЕУ) (За земји кои не се членки на ЕУ)
Иако Северна Македонија не е членка на Европската Унија, таа има пристап до различни програмиза финансирање на ЕУ преку својата статус на земја кандидатка, преку програми кои вклучуваат земји од Западен Балкан или преку билатерални договори за соработка со ЕУ.

1. **Horizon Europe.** Оваа програма финансира истражувања и иновации во различни сектори, вклучувајќи технологии и културно наследство. Преку оваа програма може да се обезбедат средства за проекти кои вклучуваат напредни дигитални алатки, како што се проширена реалност (XR), вештачка интелигенција (AI), и мобилни апликации. Примената на овие технологии во туристичкиот сектор е приоритет за ЕУ. Северна Македонија, како земја кандидатка, може да учествува во програмата Horizon Europe преку проекти кои се насочени кон истражување и иновации во технологијата и културата, што вклучува дигитална трансформација во туризмот.
2. **Digital Europe Programme.** Наменет за поддршка на дигиталната трансформација во сите сектори, оваа програма може да обезбеди финансии за дигитални инфраструктурни проекти како што се развој на мобилни апликации, интелигентни системи за управување со туристичките искуства и дигитални мапи. Програмата Digital Europe е отворена за земји кои се надвор од ЕУ, а Северна Македонија може да аплицира преку билатерални договори или преку регионални иницијативи во Западен Балкан за финансирање на проекти за дигитална трансформација.
3. **Creative Europe.** Оваа програма е насочена кон поддршка на културните и креативните индустрии. Проекти кои вклучуваат културно наследство, дигитални реконструкции и интерактивни приказни поврзани со туристичките атракции можат да аплицираат за финансиска поддршка преку Creative Europe. Creative Europe е отворена за земји од Западен Балкан, вклучувајќи ја Северна Македонија. Земјата може да добие финансиска поддршка за проекти поврзани со културното наследство и промоција на културата преку туризмот.
4. **Cohesion Fund.** Иако овој фонд е главно за членки на ЕУ, Северна Македонија може да има пристап до него преку програми за прекугранична соработка и преку учество во регионални проекти кои се насочени кон одржливост и инфраструктурен развој. Европскиот кохезионен фонд поддржува инфраструктурни проекти во региони со економски предизвици. Преку овој фонд може да се финансираат проекти за инфраструктурно подобрување на туристичките локалитети, особено во поглед на пристапност, одржливост и заштита на животната средина.
5. **European Structural and Investment Funds (ESIF).** Северна Македонија може да има пристап до овој фонд преку програмите за прекугранична соработка и регионални развојни проекти финансирани од ЕУ, особено оние кои вклучуваат одржлив развој на туризмот. Овие фондови финансираат проекти за регионален развој, особено во секторите на туризмот и животната средина. Туристичките

проекти кои вклучуваат развој на инфраструктура, дигитална трансформација или зелени иницијативи може да аплицираат за овие средства.

6. **European Regional Development Fund (ERDF).** Земјите од Западен Балкан, вклучувајќи ја Северна Македонија, може да учествуваат во ERDF преку регионални иницијативи и прекугранични програми кои се насочени кон економски развој, иновации и развој на туризмот. Овој фонд е насочен кон подобрување на конкурентноста и економскиот развој на регионите. Може да се искористи за финансирање на проекти поврзани со дигитална трансформација, управување со туристички дестинации и иновативни маркетинг кампањи.
7. **European Social Fund Plus (ESF+).** Северна Македонија може да добие финансии од ESF+ преку регионални програми за вработување, обука и развој на вештини, со посебен акцент на туризмот како економски сектор во развој. ESF+ е насочен кон подобрување на вработливоста и развојот на вештини, особено во туризмот. Обука за работници во туризмот поврзана со одржливост, услуги на клиенти, дигитални вештини и управување со кризиможе да биде финансирана преку овој фонд.
8. **LIFE Programme.** Програмата LIFE е отворена за земјите кандидатки како Северна Македонија. Туристичките проекти кои промовираат одржливост, зелена инфраструктура и заштита на биодиверзитетот можат да аплицираат за финансиска поддршка. Програмата LIFE е наменета за поддршка на проекти за животна средина и климатска акција. Туристичките проекти кои се фокусираат на одржливост, зелена инфраструктура, и заштита на биодиверзитетот може да добијат финансиска поддршка преку оваа програма.
9. **Erasmus+.** Северна Македонија е полноправен учесник во Erasmus+, што овозможува финансирање за проекти кои вклучуваат обука, развој на вештини и мобилност на професионалци во туристичкиот сектор. Оваа програма поддржува мобилност и размена на знаења, како и развој на вештини. Туристички проекти кои вклучуваат обуки за работници, млади професионалци или маргинализирани групи може да бидат финансирани преку Erasmus+.
10. **Digital Europe Programme.** Северна Македонија може да учествува во програмата преку регионални иницијативи и прекугранична соработка, што овозможува финансиска поддршка за дигитални решенија во туризмот. Наменета за проекти кои промовираат дигитална транзиција, оваа програма може да обезбеди средства за создавање на дигитални решенија за туристичкиот сектор, како што се мобилни апликации и дигитални платформи за управување со посетители.

Национални и Локални Владини Грантови

1. **Министерство за култура и туризам.** Министерството за култура и туризам може да обезбеди финансиска поддршка за проекти за развој на туристичките атракции преку иновативни технологии, како и за одржливи и зелени иницијативи. Ова може да вклучува субвенции за дигитализација на туризмот и развој на инфраструктура.
2. **Министерство за животна средина и просторно планирање.** Ова министерство може да обезбеди грантови за проекти кои промовираат одржлив развој на туристичките локалитети, заштита на животната средина и климатски акции, како што се зелени коридори, системи за управување со водата и енергетска ефикасност.
3. **Министерство за транспорт и врски.** Финансирање на проекти кои вклучуваат мултимодални транспортни решенија, подобрување на пристапноста и еко-

транспортни средства за туристички локалитети може да бидат поддржани од ова министерство.

4. **Буџет на Град Скопје.** Општината може да алоцира дел од својот буџет за проекти за развој на туризмот. Туристичките такси собрани во Скопје може да се пренасочат за поддршка на активности за дигитализација, промоција и зелена инфраструктура. Собраните средства од туристичката такса во Скопје може да се користат за финансирање на проекти за промоција на туристички атракции, подобрување на инфраструктурата или поддршка на мали туристички бизниси.

Меѓународни организации и програми за развој

1. **Програми на Обединетите Нации (UN).** Програми како Програмата за развој на Обединетите Нации (UNDP) и Светската Туристичка Организација (UNWTO) можат да обезбедат финансиска и техничка поддршка за имплементација на проекти за одржлив туризам, развој на дигитална инфраструктура и управување со кризи.
2. **GIZ (Германска Агенција за Меѓународна Соработка).** GIZ обезбедува поддршка за проекти кои промовираат одржливост, дигитална транзиција и заштита на животната средина. Оваа агенција може да обезбеди финансиски средства за проекти во Северна Македонија, особено во туризмот.
3. **Светска банка (World Bank).** Светската банка може да обезбеди финансиска поддршка за големи инфраструктурни проекти и проекти за развој на туризмот кои промовираат економска отпорност и одржливост.
4. **Европска банка за обнова и развој (EBRD).** EBRD обезбедува финансии за проекти поврзани со одржлив туризам, еко-туризам и зелени иницијативи. Тие можат да понудат заеми или грантови за проекти за одржлива инфраструктура во Скопје.
5. **USAID.** USAID може да обезбеди поддршка за развој на туризмот преку проекти кои се насочени кон зајакнување на економијата, развој на вештини и одржливост.

Приватни сектори и јавно-приватни партнерства (ЈПП)

1. **Технолошки компании.** Локалните и меѓународните технолошки компании може да бидат партнери во финансирање на дигиталните проекти во туризмот, како што се мобилни апликации, XR технологии и AI алатки. Овие компании можат да придонесат со финансиски средства или технологии во замена за маркетинг или идни партнерства.
2. **Хотели и туристички компании.** Туристичките компании и хотели можат да бидат партнери во кофинансирање на инфраструктурни проекти, зелени иницијативи или маркетинг кампањи. Преку соработка со јавниот сектор, овие компании можат да учествуваат во проекти кои го подобруваат туристичкото искуство во Скопје.
3. **Реално-имотни инвеститори.** Инвеститорите во недвижности можат да финансираат инфраструктурни подобрувања на туристичките локации, особено во области каде што има висок туристички сообраќај. Како дел од ЈПП моделите, тие можат да учествуваат во изградба на нови објекти и објекти со одржливи практики.
4. **Банки и микрофинансиски институции.** Банки и финансиски институции можат да понудат зелени кредити или специјални финансиски производи за туристичките бизниси кои сакаат да инвестираат во одржливи проекти или дигитализација.

Град Скопје има на располагање широк спектар на извори на финансирање за

реализација на својата Стратегија за развој на туризмот. Комбинирањето на средства од меѓународни фондови, национални грантови, јавно-приватни партнерства и локални туристички такси ќе обезбеди финансиска основа за успешно спроведување на стратешките цели и активности.

Детален план за апликација за финансирање треба да се изработи за секоја мерка, со приоритизација на клучните активности и нивно соодветно совпаѓање со достапните извори на финансирање.



Процена на ризици

Стратегијата за развој на туризмот на Град Скопје ги утврдува клучните стратешки приоритети. Сепак, секој ефективен план за имплементација мора да земе предвид потенцијални ризици. Подолу е дадена структурирана проценка на ризици која ќе им помогне на носителите на одлуки во обезбедувањето на успехот на стратегијата.

Економски ризици

- **Нестабилност на глобалните пазари:** Глобалните економски состојби, како што се инфлацијата или економските рецесии, можат негативно да влијаат врз трошењето на туристите и меѓународните патувања, што може да ја намали атрактивноста на Скопје какотуристичка дестинација.
- **Недостаток на финансирање:** Буџетските ограничувања или недостигот на достапни средства за инфраструктурни проекти и промотивни кампањи може да ги одложат клучните иницијативи.
- **Зависност од странски туристи:** Со оглед на високото учество на странските посетители, секое економско или политичко нарушување на клучните пазари (како Европската Унија или соседните Балкански држави) може да го намали бројот на туристички посети.
- **Намалување на меѓународната поврзаност:** Намалувањето на бројот на летови или патници ја намалува меѓународната пристапност, што директно влијае врз приливот на странски туристи. Со оглед на тоа што значителен дел од туристите се странски, ваквото намалување може да доведе до помал број туристички посети, со што ќе се намалат приходите од туризам и општата економска корист за градот.
- **Зголемени трошоци за патување:** Намалениот број на летови може да ги зголеми трошоците за авионски патувања поради намалена понуда, што би го направило Скопје помалку атрактивна дестинација, особено за туристите кои се чувствителни на цените.

Еколошки ризици

- **Климатски промени:** Почести екстремни временски настани, како поплави или топлотни бранови, може да ги нарушат туристичките активности и да ја оштетат инфраструктурата, особено на отворените атракции и транспортот.
- **Еколошка деградација:** Нерегулираниот раст на туризмот може да предизвика еколошки штети, со што ќе се намали долгорочната одржливост на Скопје како туристичка дестинација.
- **Управување со отпад и загадување:** Неефикасни системи за управување со отпад и загадување во градот може да ги одвратат туристите кои се загрижени за одржливоста и еколошките стандарди.

Социјални и културни ризици

- **Отпор од локалната заедница:** Неуспехот да се вклучи локалната заедница во развојот на туризмот може да предизвика незадоволство или отпор, особено ако туризмот се перципира како нешто што непропорционално им користи на надворешни актери или ја загрозува локалната култура и традиции.
- **Културно преоптоварување:** Голем прилив на туристи може да ги преоптовари некои културни или историски локалитети, што може да доведе до нивно оштетување и губење навредноста, што ќе има негативно влијание врз културниот туризам во градот.

Технолошки ризици

- **Бавна дигитална трансформација:** Туристичкиот сектор на градот може да заостане зад конкурентите ако иницијативите за дигитална трансформација (како паметни туристички алатки, онлајн маркетинг) се одложат или недоволно финансираат, што би ја намалило атрактивноста на Скопје за технолошки ориентирани туристи.
- **Сајбер-безбедносни закани:** Зголемената зависност од дигитални платформи за резервации, споделување информации и плаќања ја зголемува ранливоста на сајбер- напади, што може да ја намали довербата во туристичката инфраструктура на Скопје.

Оперативни ризици

- **Неусогласеност во координацијата:** Слаба комуникација и соработка меѓу владините агенции, приватниот сектор и засегнатите страни може да доведе до неефикасности во имплементацијата на стратегијата.
- **Недостаток на работна сила:** Недостигот на квалификувани работници во угостителството, управувањето со туризмот и дигиталниот маркетинг може да го попречи успешното воведување на нови услуги и иновативни проекти.
- **Недостатоци во управувањето со кризи:** Недоволните механизми за одговор на кризи може да ги влошат ефектите од непредвидени настани, како пандемии или природни катастрофи, врз туристичките операции.

Политички и регулаторни ризици

- **Регулаторни промени:** Промените во локалните или националните туристички политики, вклучувајќи даночни или визни регулативи, може да влијаат на атрактивноста на Скопје како дестинација.
- **Политичка нестабилност:** Регионалната или домашната политичка нестабилност може да ги одврати туристите, особено странските посетители, од патување во Скопје.

Ризици поврзани со управувањето

- **Недостаток на јасно лидерство и одговорност:** Ако нема јасно дефинирано лидерство или тело одговорно за надгледување на имплементацијата на стратегијата за туризам, носењето одлуки може да биде бавно, фрагментирано или неконзистентно. Ова може да доведе до доцнења во извршувањето на проектите или погрешно распределување на ресурсите.
- **Слабо спроведување на политиките:** Дури и со добри стратегии и политики, слабото спроведување од страна на локалните власти може да ја попречи успешноста на иницијативите. Ако регулативите поврзани со одржливост,

зонирање или лиценцирање на бизнисите не се спроведуваат строго, тоа може негативно да влијае на растот и одржливостана туристичкиот сектор.

- **Неефикасна координација помеѓу засегнатите страни:** Развојот на туризмот бара соработка помеѓу локалната власт, приватниот сектор и организациите од заедницата. Лошата комуникација и соработка меѓу овие групи може да доведе до неефикасност, конфликти или пропуштени можности.
- **Бирократски доцнења:** Комплицираните бирократски процедури или бавните административни процеси може да го одложат спроведувањето на проектите, инвестициите или подобрувањата во инфраструктурата, одвраќајќи потенцијални инвеститори и создавајќи фрустрации кај засегнатите страни.
- **Политичка нестабилност или промени во управувањето:** Промените во локалната власт или политичката нестабилност може да доведат до промени во приоритетите, промена на политиките или намалена посветеност кон стратегијата за туризам, што потенцијално можеда ги наруши долгорочните планови.

Со проактивно справување со овие ризици, Градот Скопје може поуспешно да ја имплементира својата туристичка стратегија, обезбедувајќи дека градот останува конкурентна и одржлива дестинација во годините што следат.

ЗАВРШНА ОДРЕДБА

Стратегијата за развој на туризмот во Град Скопје за периодот 2024-2027 година, влегува во сила со денот на објавувањето во „Службен гласник на Град Скопје“.

Број 27-12939/1
27 ноември 2024 година
Скопје

СОВЕТ НА ГРАД СКОПЈЕ
КЌ SHILLI IQYTETIT TËSHKUPIT
ПРЕТСЕДАТЕЛ KRYETAR

Трајко Славески Trajko Sllaveski

