

**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА
УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП**



**ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ ОД НАУЧНО-СТРУЧНА
КОНФЕРЕНЦИЈА**

**„СОСТОЈБИ И ПЕРСПЕКТИВИ ВО ТУРИЗМОТ,
ЕКОНОМИЈАТА И БИЗНИС ЛОГИСТИКАТА ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА“**



Штип, 2016

Издавач:

Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис
логистика

Уредници:

Проф. д-р Никола В. Димитров
Доц. д-р Дејан Методијески

Организациски одбор:

Проф. д-р Никола В. Димитров
Доц. д-р Дејан Методијески
Асистент докторанд м-р Душица Санева
Асистент докторанд м-р Оливер Филипоски
Асистент докторанд м-р Кристина Ковачевиќ
Асистент докторанд м-р Наташа Колевска Асистент
докторанд м-р Душко Јошески

Програмски одбор:

Проф. д-р Никола В. Димитров
Проф. д-р Нако Ташков
Проф. д-р Златко Јаковлев
Проф. д-р Цане Котески
Проф. д-р Мичо Апостолов
Доц. д-р Дејан Методијески
Доц. д-р Марија Магдинчева Шопова Доц.
д-р Тања Ангелкова Петкова **Печати:**

Печатница „2^{ри} Август“ - Штип

Тираж:

100 примероци

Дизајн на корица:

Доц. д-р Дејан Методијески
Проф. д-р Никола В. Димитров

Фотографии за корица:

М-р Васко Златковски

Техничко уредување:

Доц. д-р Дејан Методијески

Лектор:

Вангелија Цавкова

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент
Охридски", Скопје

616.314-08(075.8)

616.314-74(075.8)

НАУЧНО-стручна конференција "Состојби и перспективи во
туризмот, економијата и бизнис логистиката во Република
Македонија" (2016; Штип)

Зборник на трудови од научно-стручна конференција "Состојби
и перспективи во туризмот, економијата и бизнис логистиката во
Република Македонија", Штип 28.05.2016 [Електронски извор]

[уредници Никола Димитров, Дејан Методијевски]. - Текст во PDF
формат, содржи 215 стр., илустр.. - Штип : Универзитет "Гоце
Делчев", Факултет за туризам и бизнис логистика, 2016

Начин на пристап (URL): <http://is.ugd.edu.mk/>. - Наслов преземен
од екранот. - Опис на изворот на ден

18.07.2016 ISBN 978-608-244-313-3 1. Гл. ств.

насл.

а) Туризам - Економски прилики - Македонија - Собири

COBISS.MK-ID 101453578

СОДРЖИНА

УЧЕСНИЦИ НА КОНФЕРЕНЦИЈАТА	6
ПРЕДГОВОР ОД УРЕДНИЦИТЕ	15
ЕКОНОМИЈА И БИЗНИС ЛОГИСТИКА	17
СОСТОЈБИ И ПЕРСПЕКТИВИ ВО ТУРИЗМОТ, ЕКОНОМИЈАТА И БИЗНИС ЛОГИСТИКАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
Никола В. Димитров	18
ОРГАНИЗАЦИЈА НА НАУЧНИ И СТРУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ И НИВНИОТ ПРИДОНЕС ВО НАУКАТА	
Дејан Методијески, Душица Санева	26
ОСНОВНИ ПОСТАВКИ НА МЕНАЏМЕНТОТ НА СИНЦИР НА СНАБДУВАЊЕ И БИЗНИС ЛОГИСТИКАТА	
Мичо Апостолов, Лилјана Здравковска, Наташа Апостолова.....	36
ЛОГИСТИЧКИОТ МЕНАЏМЕНТ ВО ФУНКЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ	
Христина Филипоска, Оливер Филипоски	48
ПРИМЕНА НА TQM (TOTAL QUALITY MANAGEMENT) СИСТЕМ ВО КОМПАНИИ	
Александра Ташевска	57
ТРАНСПОРТНИ СИСТЕМИ	
Моника Станковска	64
СОСТОЈБИ И МОЖНОСТИ ЗА РАЗВОЈ НА МАЛИОТ БИЗНИС ВО ОПШТИНА ГЕВГЕЛИЈА	
Марија Магдинчева Шопова, Магдалена Мицева	74
ПРЕТПРИЕМАЧКА ИНИЦИЈАТИВА И РАЗВОЈ НА ЗДРАВСТВЕНИОТ ТУРИЗАМ НА ПОДРАЧЈЕТО НА ОПШТИНА ГЕВГЕЛИЈА, БОГДАНЦИ И ДОЈРАН	
Марија Магдинчева Шопова, Симона Савиќ, Убавка Вегова..	86
ПРЕТПРИЕМАЧКА ИНИЦИЈАТИВА ЗА ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА ПОНУДА ВО ОПШТИНА ГЕВГЕЛИЈА	

Марија Магдинчева Шопова, Љупка Атанасова, Вера Митровска	95
ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	105
УСЛОВИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ГРАДОВИТЕ ШТИП И КОЧАНИ И НИВНАТА ОКОЛИНА	
Златко Јаковлев, Цане Котески, Дарко Шпиртов	106
МОЖНОСТИ ЗА ПРОДОЛЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА СЕЗОНА ВО ПООДДЕЛНИ ПЛАНСКИ РЕГИОНИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
Андреа Златковска, Јулијана Саздова	112
ТУРИСТИЧКИ ЗНАМЕНОСТИ ВО СЕВЕРОИСТОЧНИОТ РЕГИОН НА МАКЕДОНИЈА	
Цане Котески, Златко Јаковлев, Драгана Солтировска ..	125
ПРОЦЕСНИ ИНОВАЦИИ ВО УГОСТИТЕЛСТВОТО	
Николчо Петров, Тања Ангелкова Петкова	138
НАТУРИЗМОТ КАКО ДЕЛ ОД МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИЗАМ	
Златко Јаковлев, Благоица Арнаудова, Цане Котески	144
МЕНАЏМЕНТ НА УСЛУЖНА ДЕЈНОСТ	
Златко Јаковлев, Цане Котески, Душица Матета Гигова ..	151
ПРЕЗЕНТАЦИЈА И АНАЛИЗА НА ДЕЛ ОД ПУБЛИКУВАНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧИ ВО ПЕРИОДОТ 1954–1979 ГОДИНА И НИВНАТА УЛОГА ВО ПРОМОЦИЈА НА ТУРИЗМОТ ВО МАКЕДОНИЈА	
Никола В. Димитров, Методи Чилиманов	160
КРАТОК ОПИС НА ОСОГОВСКИОТ РЕГИОН	
Нако Ташков, Илија Милосовски	181
ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА НА МАНАСТИРСКИТЕ КОМПЛЕКСИ ВО ПЕЛАГОНИСКИОТ РЕГИОН	
Љупчо Јаневски, Науме Мариноски	185
ИСТРАЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ПОТЕНЦИЈАЛИ НА ОПШТИНА ЗРНОВЦИ	
Нако Ташков, Ивана Ананијева, Симона Атанасова	203

ПРЕДГОВОР ОД УРЕДНИЦИТЕ

Зборникот „Состојби и перспективи во туризмот, економијата и бизнис логистиката во Република Македонија“ содржи трудови кои се презентирани на истоимената научно-стручна конференција, одржана на 28-ми мај 2016 година во Штип, во организација на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип.

Мотивите за одржувањето на конференцијата се повеќе. Конференцијата им даде можност на младите автори и студенти на втор и трет циклус на студии да ги презентираат и доближат до пошироката научна и стручна јавност своите теоретски и практични истражувања од областа на туризмот, економијата и логистиката. Во најголем дел, нивните трудови се изработени под менторство на професорите кои се истакнати научни работници и потврдени практичари. Од друга страна, Правилникот за условите, критериумите и правилата за запишување и студирање на втор циклус студии на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, изискува објавување на еден труд кој е резултат на истражувањето што е предмет на магистерскиот труд. Важен мотив за одржувањето на конференцијата е социјалниот дел, во кој учесниците имаа можност да се запознаат, разменат мислења, дискутираат и остварат вмрежување. Преку конференцијата, промовиран е градот Штип како туристичка дестинација, а од друга страна, позитивно влијае на имиџот на Факултетот за туризам и бизнис логистика.

На конференцијата беа покренати бројни прашања, изнесени одделни размислувања и дилеми што со својата актуелност го зафатија научно-стручното поле на расправата, што резултираше со овој зборник. За понатамошна соработка и доближување до читателите, на почетокот на зборникот се претставени авторите со фотографија и кратка биографија, а покрај насловите на трудовите наведени се и нивните електронски адреси.

Од содржинска гледна точка, зборникот дава свој придонес во зголемување и збогатување на постоечката литература од областа на туризмот, економијата и логистиката. Тој е важен за заедницата на образовниот, јавниот и невладиниот сектор, како и стопанските организации кои се занимаваат со оваа проблематика. Тематски е поделен на два дела: Теми од економија и бизнис логистика, каде има девет труда и Теми од туризам и угостителство, каде се претставени

десет труда. Зборникот содржи над 200 страници текст од триесет и тројца автори, во кои за подобра презентација се користат графикони, табели и фотографии.

Како уредници на зборникот, ја користиме оваа прилика да искажеме благодарност до сите учесници на конференцијата, како и до колегите кои дадоа свој придонес во организацискиот и програмскиот дел на конференцијата.

Низ презентираниите текстови и материјали, во зборникот се открива големото значење и современите тенденции на туризмот, економијата и логистиката во нашата земја. Исто така, реакциите од страна на учесниците беа позитивни во однос на успешната организација на конференцијата. Поради овие причини, се надеваме дека во иднина оваа конференција ќе добие меѓународен карактер и ќе доживее голема традиција.

Никола В. Димитров
Дејан Методијески

ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО

МОЖНОСТИ ЗА ПРОДОЛЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА СЕЗОНА ВО ПООДДЕЛНИ ПЛАНСКИ РЕГИОНИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Андреа Златковска, Јулијана Саздова

andrea.zlatkovska@yahoo.com

j.sazdova@kolenehtenin.edu.mk

Клучни зборови:
туризам,
плански
региони,
сезона,
вработување.

Апстракт

Туризмот е значаен извор на приходи во македонската економија. Оваа гранка од економијата придонесува со влез на „цврста“ валута во националната економија, но исто така учествува во намалување на процентот на невработеност, со оглед на тоа дека поддржува создавање на голем број работни места, особено во секторот на услуги. Директното учество на туризмот во создавањето на БДП за 2014 година изнесувало 7,3 млј МКД (1,4 % од вкупниот БДП), додека индиректното учество бележи вредност од 27,4 млј МКД (5,2 % од БДП). Истовремено, туризмот и угостителството ангажираат работна сила во обем од 9.000 вработени (1,3 % од работните места). За жал, главната туристичка сезона трае само 2-3 месеци (во летните месеци), а како главни туристички дестинации се бележат Охрид и Скопје. Овој труд има за цел да ги претстави другите начини за продолжување на туристичката сезона, а со тоа и да се зголеми бројот на работни места во државата, како и да се подобри девизниот прилив по основ на остварени ноќевања и вонпансионска услуга.

Вовед

Благодарение на својата местоположба, на југозападниот крај од Балканскиот Полуостров, Македонија со векови била на патот на движење на бројни цивилизации. Од дамнешни времиња, до денес. Низ овие предели, Виа Егнација ги водела римските војници на

нивниот пат до Истокот. Низ овие предели христијанството го бележи своето навлегување на стариот континент. Овде е местото каде светите браќа Кирил и Методиј ги правеле своите подготовки за патувањето во Моравија. Преку овие предели Отоманската Империја навлегла во остатокот од Европа и, на крај, низ овие предели се воделе многу битки за време на Балканските војни. Целиот овој „проток на луѓе“ има оставено печат врз навиките и традициите на локалното население, кое денес е едно од најбогатите со фолклор и гастрономија. Со еден збор, овие предели едноставно зрачат со историја, религија, гастрономија, со можности за развој на специфичен туристички производ, кој ќе биде насочен кон определна целна група ширум светот.

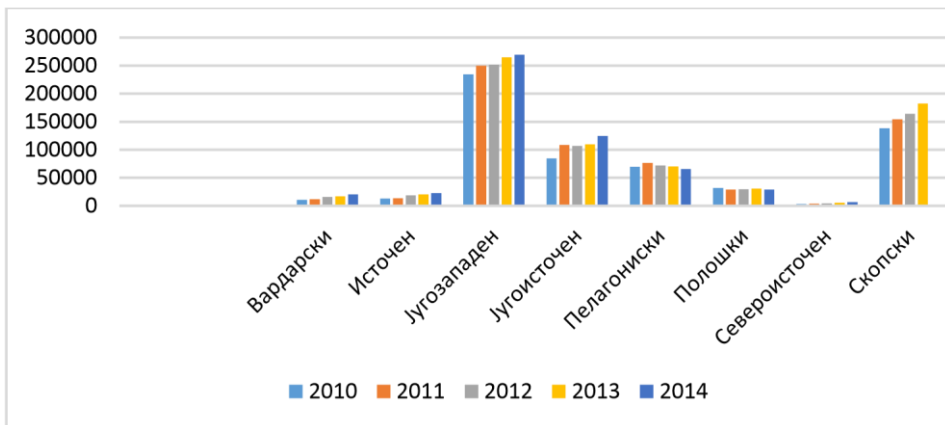
Според Државниот завод за статистика (2016), бројот на туристи во Република Македонија во ноември 2015 изнесувал 41.793 лица. Споредено со бројот туристи во истиот период минатата година, се бележи пораст за 14,6 %, а бројот на ноќевања е пораснал за 16,5 %. Во периодот јануари-ноември 2015, споредено со истиот период минатата година, бројот на туристи кои ја посетиле Република Македонија пораснал за 10,3 % (бројот на домашни туристи пораснал за 5,4 %, а бројот на странски туристи пораснал за 13,9 %). Споредено со истиот период минатата година, периодот јануариноември 2015 година бележи пораст и во бројот на остварени ноќевања за 8,7 %, при што бројот на ноќевања остварени од домашни туристи се зголемил за 6,2 %, а бројот на ноќевања на странски туристи се зголемил за 12,3 %. Но, кога овие податоци ќе се споредат со местата каде се оствариле посетите и ноќевањата, забележлива е огромна нерамнотежа. Така, Скопје, главниот град на државата, забележал 30.453 ноќевања, следен од бањските локалитети со остварени 21.365 ноќевања, 20.022 ноќевања остварени во други капацитети, 18.306 ноќевања остварени во други туристички локалитети (на бреговите на природните и вештачките езера) и, на крај, 4.590 ноќевања остварени во планинските локалитети.

Податоците на Државниот завод за статистика (2015) јасно укажуваат дека најголем број посети во периодот 2010-2014 се направени во Југозападниот плански регион, следен од Скопскиот регион, како што е прикажано во табелата број 1 и сликата број 1.

Табела 1. Туристички посети, по плански региони

	2010	2011	2012	2013	2014
	ВКУПНО				
ВКУПНО	586 241	647 568	663 633	701 794	735 650
Вардарски регион	10 572	12 064	15 867	17 196	20 667
Источен регион	13 054	13 615	18 865	20 747	23 035
Југозападен регион	234 665	249 746	251 462	264 826	269 547
Југоисточен регион	84 856	108 555	106 978	109 982	124 707
Пелагониски регион	69 712	76 469	72 054	70 312	65 527
Полошки регион	31 828	29 153	29 884	30 823	29 143
Североисточен регион	3 098	3 803	4 446	5 584	6 937
Скопски регион	138 456	154 163	164 077	182 324	196 087
	ДОМАШНИ				
ВКУПНО	324 545	320 097	312 274	302 114	310 336
Вардарски регион	4 166	3 525	4 471	4 120	5 467
Источен регион	8 463	7 948	12 275	13 582	14 306
Југозападен регион	154 731	147 877	140 993	130 020	125 320
Југоисточен регион	59 403	58 351	58 761	59 977	74 071
Пелагониски регион	55 546	61 384	52 422	49 635	44 533
Полошки регион	17 350	16 196	17 098	15 491	15 886

Североисточен регион	1 093	1 379	1 166	1 856	2 703
Скопски регион	23 793	23 437	25 088	27 433	28 050
	СТРАНСКИ				
ВКУПНО	261 696	327 471	351 359	399 680	425 314
Вардарски регион	6 406	8 539	11 396	13 076	15 200
Источен регион	4 591	5 667	6 590	7 165	8 729
Југозападен регион	79 934	101 869	110 469	134 806	144 227
Југоисточен регион	25 453	50 204	48 217	50 005	50 636
Пелагониски регион	14 166	15 085	19 632	20 677	20 994
Полошки регион	14 478	12 957	12 786	15 332	13 257
Североисточен регион	2 005	2 424	3 280	3 728	4 234
Скопски регион	114 663	130 726	138 989	154 891	168 037



Слика 1. Туристички посети, по плански региони

Табелата и сликата јасно го потврдуваат изнесеното за нерамномерната туристичка активност во државата.

Материјал и методи

Комплексноста на овој труд налага употреба и примена на неколку методолошки пристапи, применети за добивање квалитетни податоци и резултати, како и нивна обработка. Примената на комбинација од квалитативни и квантитативни методи овозможи создавање на одличен преглед на актуелните состојби.

Иако различни, четирите плански региони имаат неколку заеднички особености, кои можат да бидат искористени при создавањето туристичка понуда која би траела преку целата година. Прегледот за број на капацитети, нивниот тип, како и категоризацијата е даден во табелата број 2.

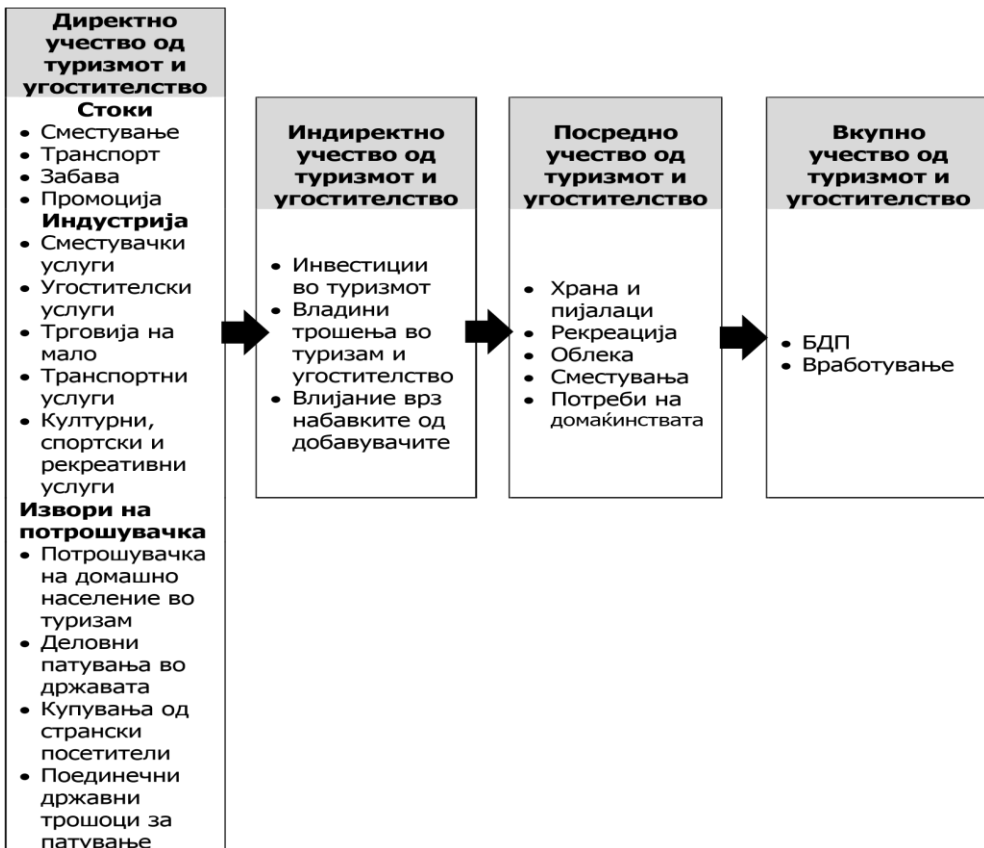
Табела 2. Видови објекти, категории и распределност во 4-те плански региони

Вид објекти	Број на објекти (вкупно)	Плански региони			
		Вардарски	Источен	Југоисточен	Северо-западен
Република Македонија					
Вкупно	383	20	23	67	14
Хотели-вкупно	147	6	9	7	4
5-свезди	9	-	-	2	-
4-свезди	22	-	-	1	-
3-свезди	32	2	2	-	1
2-свезди	52	2	3	2	2
1-свезди	32	2	4	2	1
Ноќевалишта	3	-	0	-	-
Мотели	8	2	1	-	2
Спа	6	1	1	2	-

Покрај сместувачките капацитети, четирите плански региони имаат голем број локалитети кои можат да бидат земани во предвид при планирањето на туристичката понуда, а такви се: археолошките наоѓалишта, старите цркви, манастирите и винариите.

The World Travel & Tourism Council (2016) укажува дека туризмот, за најголемиот број од држави во светот, е значајна економска активност. Одделот за статистика при ОН ја одобри методологијата за

сметководство во туризмот (TSA:RMF 2008), според која е можно да се издвои само директното учество на туризмот и угостителството во создавањето на домашниот БДП. Истиот извор укажува дека остварувањата од туризмот имаат за цел да се задржат во државата (да не се одлеат), како што е тоа прикажано на сликата број 2. Ако внимателно се анализираат дијаграмите, ќе се забележи дека 4-те придонеси се однесуваат на цел аспект на влијанието на туризмот врз националната економија. И, како што е тоа во нашиот случај, во делот со наслов Вкупно придонес од туризам и угостителство, како придобивки се наведени БДП и вработувања.



Слика 2. Вкупен удел на туризмот и угостителството во БДП

Во Република Македонија постојат пет високошколски установи кои имаат акредитирано програми за терцијарно образование во сферата на туризмот. Тоа се:

1. „Свети Климент Охридски“ – Факултет за туризам во Охрид;

2. Универзитет „Гоце Делчев“, Факултет за туризам и бизнис логистика:
 - a. Студиска програма за туризам и бизнис логистика во Гевгелија
 - b. Студиска програма за бизнис логистика, гастрономија, исхрана и диететика во Скопје
 - c. Студиска програма за гастрономија, исхрана и диететика во Штип;
3. Универзитет за туризам и менаџмент во Скопје;
4. Институт за географија, Насока за туризам во Скопје;
5. Државен универзитет во Тетово, Студиска програма за туризам.

Во поглед на инфраструктурата, преку териториите на овие четири плански региони минуваат неколку главни патни правци, како што се: E-75, источниот дел од Коридорот 8 (E-871), регионалниот патен правец R1204, државните патишта A3 и A4 како и мрежа на регионални патни правци кои ја комплетираат патната мрежа.

Меѓународните влегувања и излегувања во државата се одвиваат преку 6 гранични премини, кои водат до Грција, Бугарија и Србија.

Производството на грозје и вино е традиционално во овие региони. Вкупниот број на ха под винова лоза изнесува 18.283 ха, додека производството на вино од четирите региони изнесува 9.299.000 (Државен завод за статистика, 2014). Добро е да се знае дека бројот на винарии во овие четири региони изнесува 43 и е во постојан пораст.

Еден од најпрепознатливите производи на Република Македонија е земјоделското производство. Македонската кујна се потпира на употреба на зеленчук, а два од четирите региони се едни од најпознатите производители на зеленчук во регионот. И покрај изнесеното, многу малку има направено за заштита на традиционалната македонска кујна, што придонесува за непознавање за нејзините вредности во регионот и пошироко.

Две велосипедски рути минуваат низ овие плански региони. Првата, EuroVelo 11 која минува низ централна Македонија, поврзувајќи ги Грција и Србија преку Југоисточниот, Вардарскиот, Скопскиот и Североисточниот плански регион. Втората, е EuroVelo 13 – Iron Curtain Trail рута која овозможува убава можност за откривање на една од најубавите дестинации во Европа. Патеката навлегува од Делчево, минува преку природните убавини на Малешевските

Планини и Огражден, за да помине низ Струмица во чија непосредна близина е манастирот Свети Леонитиј (с. Водоча) во кој се наоѓаат едни од најживописните фрески. На крај, патеката минува во подножјето на Беласица, каде се наоѓаат 2 живописни водопади (Смоларски и Колешински).

Во поглед на временските услови кои владеат во Република Македонија, четирите плански региони имаат различни климатски услови. Источниот и Североисточниот се карактеризираат со континентален климатски вид, кој се карактеризира со ладни зими и топли лета. Југоисточниот и Вардарскиот регион се под влијание на медитеранската клима, која навлегува по течението на реката Вардар. Овој климатски тип се карактеризира со топли зими и долги топли лета.

Изработената SWOT анализа за состојбите и условите за развој на туризмот во овие плански региони укажува на:

Силни страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none"> • Автентична архитектура • Археолошки наоѓалишта • Богата историја • Кујна, богата со вкусови • Митови и легенди • Вклучување во ЕУ движења за туризам • Капацитети за сместување • Фестивали и фолклор 	<ul style="list-style-type: none"> • Напуштени села • Недоволен број категоризирани сместувачки капацитети • Слаба промоција (Интернет и саеми) • Недоволен број туристички водичи • Слабо производство на сувенири • Нема поврзување со ТА од регионот за регионален настап • Ракотворбите на праг на исчезнување

<p>Можности</p> <ul style="list-style-type: none"> • Државна поддршка за агенциите кои доведуваат странски туристи • Присутност на нискобуџетни авио компании • Ловни подрачја 	<p>Закани</p> <ul style="list-style-type: none"> • Лоша патна состојба • Нема капацитети за доживотно образование од областа на туризмот • Политичка состојба • Неповолен пристап до кредити
<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Пристап до фондовите на IPARD <input type="checkbox"/> Пристап до програмата IPA SVC <input type="checkbox"/> Пристап до BalkanMed програма 	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Лоша патна сигнализација

Резултати и дискусија

Наспроти можностите, четирите плански региони се сè уште неоткриена туристичка дестинација, особено за: религиозен, археолошки вински, велосипедски, спа и историски туризам. Бројот на сместувачки капацитети е речиси занемарлив, а постојните се со неискористен капацитет. Ова е особено впечатливо за спа капацитетите, кои се далеку од своите можности за давање услуги на посетители. Она што загрижува е појавата на дел од таквите капацитети да се затворени, а водата од лековитите извори да истекува без никаква употреба.

Обемот на земјоделско производство е во постојан пад, благодарение на што преработувачката индустрија честопати е принудена да бара сировина од увоз или да врши преработка на само неколку производи. Бројот на производи со заштитено потекло може да се наброи на прсти, наспроти можноста да бидат препознаени од страна на посетителите.

За жал, руралниот туризам речиси и да не постои. Иако начинот на живот во македонските села е зачуван во целост, локалното население располага со слаби познавања за остварување на дополнителен приход (неземјоделски приход), кој може да се оствари преку давање сместувачки услуги придружени со домашно подготвена храна и организирање на разновидни активности.

Во 2015 спроведено е сопствено истражување за различни елементи од руралниот живот. Некои од резултатите од истражувањето се претставени во табела број 3.

Табела 3. Карактеристики на руралното население од 4-те плански региони

Просечна возраст на испитаниците	45,7 години
Просечно ниво на образование	Средно
Просечен број членови на семејство	4
Пристап до Интернет	63,3 %
Неземјоделски приходи	28,8 %

Податоците јасно укажуваат на потврдата за ниското ниво во остварување на дополнителен приход (неземјоделски приход), што укажува дека ова население е во силна зависност во обезбедување на средства за опстанок од земјоделска дејност. Реално е да се заклучи дека се незаинтересирани за можноста да остварат дополнителни средства за семејството или се несвесни за можноста. Образовното ниво е исто така на незадоволително ниво. Ниту еден од испитаниците немаше никакво образование од областа на угостителството или работа во туризмот. Ова сознание станува дополнителен проблем, ако се има предвид фактот дека во државата постојат само неколку акредитирани програми за доживотно учење од областа на туризмот (угостителство, управување, гастрономија).

Наспроти силната државна поддршка за привлекување странски туристи, туристичките агенции се претежно ориентирани кон т.н. „извозен туризам“, нудејќи одмор за домашното население во странство. Многу мал број од нив се специјализирани за нудење на туристички аранжмани во Р. Македонија, а дури и да има некоја од таков карактер, ниту една не нуди аранжмани кои ги вклучуваат овие 4 плански региони. Не постојат ни деловни врски со компании од прекуграничниот регион, со што би поттикнале соработка за развој на регионална туристичка понуда, наменета за ЕУ пазарот.

Од друга страна, државата го препознава потенцијалот за рурален туризам како можност за продолжување на туристичката сезона, со што ќе се зголеми и бројот на вработени во овој сектор. Во документот на Министерството за економија (2012), од 15 предлози

за туристички дестинации, 4 се од овие плански региони. Во истиот документ, во делот за развој на човечки капацитети, за 2 вештини е наведено дека е потребно да се направат напори за итно надминување на недостатокот. **Првата**, се однесува на потребата за „создавање“ кадар за управување со руралниот туризам. Потребата од ваков кадар е заради создавање можности за развој на ефикасна промоција на руралниот туризам. Потоа, за да се зголеми искористеноста на ЕУ и домашните фондови, неопходно е да се образуваат кадри кои ќе знаат да развијат проект, да го напишат во проектната документација и да управуваат со малите претпријатија. **Втората** група вештини кои треба да се развијат се за вработените во овој сектор, кои треба да дадат поддршка на целокупниот процес за развој на руралниот туризам. Овој вид услуги се од лична природа (презентациски вештини, активно познавање на неколку странски јазици), за личноста да биде во состојба да ги промовира националните вредности од домен на националната кујна, историско, културно и религиозно наследство, како да се стимулира развојот на ракотворбите. Според овој стратешки документ, за да се стимулира развојот на овие вештини предвидено е создавање на центри за обука во туризмот и угостителството.

Со почетокот на децентрализација на општеството и создавањето на Центрите за развој на планските региони, развојот на стратешки документи со кои се димензионира развојот на средното ниво се префрли токму на овие институции. Во секој од планските региони постои Центар за развој, кој води сметка развојните планови да бидат изработени според признати методологии и процедури. Секој од овие центри има применето принцип „од долу нагоре“ при постапката развој на Стратегијата за развој на нивниот плански регион, во чиј состав се наоѓа и дел за развој на туризмот. Стратегијата за развој на Југоисточниот плански регион (2010), во својот дел наменет за среднорочни цели наведува дека акцент ќе се стави на развојот на спа, културен, историски, рурален и алтернативен туризам, кои би ги развивал низ соработка со соседните региони. Друг центар, Центарот за развој на Источниот плански регион, во нивниот последен документ, Стратегија за развој на туризмот во Источниот плански регион 2015-2024 (во печат), има наведено дека ќе поддржи развој на неколку видови туризам, со над 20 активности. Вардарскиот плански регион во нивната Стратегија за развој (2008), наведува дека ќе поддржи промоција на интегрирана туристичка понуда и развој на соодветна туристичка инфраструктура. Втор сегмент на кој му се

посветува внимание во овој плански регион е намерата да се развива транзитен, одржлив културен и вински туризам. Третиот вид активности кои овој плански регион има намера да ги спроведе, треба да дадат поддршка на развој на езерскиот и ловниот туризам, со што се заокружуваат напорите на овој плански регион за развој на туристичка активност.

Заклучок

Ако внимателно се разгледа наведеното во претходните поглавја, треба да бидат преземени следниве активности доколку се сака успех во намерата да се продолжи туристичката сезона во овие 4 плански региони, со што би се зголемил и бројот на вработени во овој сектор. **Прво**, постои потреба за реконструкција на постојните патни правци кои водат до граничните премини, особено до оние кои водат до Србија (Пелинце), Бугарија (регионален патен правец Штип – Делчево) и Грција (Дојран). Понатаму, внатрешната патна мрежа која ги поврзува овие плански региони има потреба од итна обнова. **Второ**, за да се подобри состојбата со човечкиот потенцијал, кој ќе треба да биде способен да одговори на потребите на клиентите, се наметнува потреба за воспоставување на систем на мерки за државна поддршка на Центри за доживотно учење од областа на туризмот и угостителството. Сегашниот број високошколски установи не може да одговори на потребите за видот и обемот на преносот на знаења и технологии, потребни за локалното население. **Трето**, кластерите од регионите мора да преземат мерки за поврзување на капацитетите од регионите со оние од соседните држави. Само со заеднички пристап во развојот на маркетиншки стратегии може да се дојде до заеднички, регионален маркетинг, па следствено на ова да се стане препознатлив како дестинација на огромниот ЕУ пазар. **Четврто**, мора да се дојде до можноста за пристап до поволни кредитни линии за лица и претпријатија кои имаат намера да вложат во модернизација на напуштени села во четирите региони и нивно претворање во капацитети за сместување. И покрај пристапите до домашни и странски фондови, домашните банки мора да станат поодговорни кон намерата на претприемачите за вложување, преку отворање прифатливи кредитни линии за користење средства. **Петто**, спа центрите, оние кои се сега напуштени или не работат со добра исполнетост, мора да бидат понудени на заедничко управување (joint venture) на домашните и странските компании. **Шесто**, локалните самоуправи во соработка со центрите за развој на планските региони мора да започнат со поддршка на иницијативи за

заштита на географското потекло на јадењата, како и да го дигитализираат културното, историското и други форми на национално наследство. Ваквите форми мора да бидат прикачени на Интернет платформи, кои што ќе се служат како промотивни алатки кон индивидуи кои сакаат сами да го планираат својот одмор, како и кон ТА кои бараат нешто ново да додадат во своите понуди. **Седмо,** мора да дојде до развој на т.н. целни (таргетирани) производи. На пример, на пролет и есен, може да се користат поволните климатски услови за посети на отворено какви што се посетите на археолошките наоѓалишта, или историските и религиозните места, кои може да бидат понудени како аранжман за лица во поодмината возраст, кои не можат да ги поднесат температурите за време на лето. Или, пак, ако се успее во намерата да се заштитат поголем број традиционални јадења, може да се развие посебен аранжман за гастро-туризам, кој би бил во соработка со операторите од соседните држави.

Користена литература:

Државен завод за статистика (2011), Капацитети за сместување во угостителството. Статистички преглед: Транспорт, туризам и други услуги 8.4.11.02., Скопје (2011);

Државен завод за статистика (2016), Туризам, ноември 2015.

Туризам – Соопштение за печат. Државен завод за статистика, Скопје (2016);

Државен завод за статистика (2015), Туризам во Република Македонија, 2010-2014. State Statistical Office, Скопје (2015);

Државен завод за статистика (2015), Полјоделство, овоштарство и лозарство, 2014, Статистички преглед: Земјоделство 5.4.15.02, Скопје (2015);

Министерство за економија (2012), Сектор за туризам и угостителство, Национална стратегија за рурален туризам 2012-2017. Министерство за економија, Сектор за туризам и угостителство, Скопје (2012);

Центар за развој на Вардарски плански регион (2008), Програма за развој на Вардарски плански регион. Велес (2008), pp 39; Центар за развој на Источен плански регион (во печат), Стратегија за развој на туризмот во Источниот плански регион 2015-2024. Центар за развој на Источниот плански регион (во печат); Центар за развој на Југоисточен плански регион (2010), Програма за развој на Југоисточниот плански регион 2009-2013. Центар за развој на Југоисточен плански регион (2010), pp 74;

World Travel & Tourism Council (2016), Travel & Tourism, Economic Impact 2016. World Travel & Tourism Council, London (2016).