

# Студија за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион



Скопје, март 2010



**Е П И | Ц Е Н Т А Р**  
економија · Планирање · Иновации  
*Your partner of choice*

*ЕПИ Центар Интернационал ([www.epicentar.com.mk](http://www.epicentar.com.mk)) е приватна консултантска компанија, која дава услуги за зајакнување на капацитетите на индивидуи, приватни компании, државни институции, регионални организации и општини за постигнување на подобри економски резултати.*

*Нашата компанија ги нуди следните услуги:*

- Поддршка во процес на подготовка на пазарни, секторски, производни истражувања, анализи и студии, планови и/или други документи неопходни за успехот на организацијата;*
- Планирање, имплементација, менаџмент, мониторинг и евалуација на проекти финансирани од донатори и развојни агенции;*
- Поддршка во одредување на најсоодветните бизнис партнери во Република Македонија и бизнис претставување во земјата;*

*Позитивните промени се составен дел од нашата работа и се остваруваат преку подигање на јавната свест, обуки и директна имплементација на одредени задачи.*

*Наша крајна цел да бидеме “ ваш избран партнер ” за имплементација на проекти финансирани од донатори и развојни агенции.*

## СОДРЖИНА

1. ВОВЕД И МЕТОДОЛОГИЈА.....	4
2. ВИЗИЈА И МИСИЈА .....	6
a. Визија.....	6
b. Мисија.....	6
3. ШАРПЛАНИНСКИОТ РЕГИОН – ПРЕПОЗНАЕНА РЕГИОНАЛНА ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА .....	7
4. АНАЛИЗА НА СЕГАШНАТА СОСТОЈБА .....	8
a. Законодавна рамка .....	8
b. Минати и сегашни придобивки од туризмот .....	12
c. Животна средина .....	16
d. Промоција и маркетинг.....	17
e. Човечки ресурси .....	20
5. ТУРИСТИЧКИ ПОТЕНЦИЈАЛИ НА ШАРПЛАНИНСКИОТ РЕГИОН.....	21
a. Туристички потенцијали.....	21
b. Инфраструктура .....	25
6. ПОТЕНЦИЈАЛНИ ПАЗАРИ .....	31
7. КЛУЧНИ НАОДИ И ПРЕПОРАКИ .....	35
8. ПРОЕКТИ .....	43

## 1. ВОВЕД И МЕТОДОЛОГИЈА

ЕПИ Центар Интернационал беше избран од страна на Министерство за Економија да ја подготви Студијата за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион. Студијата има цел да ги идентификува можностите, потенцијалите, слабостите за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион, се со цел понатаму да се користи како основа во преземање на други активности за поддршка на развојот на туризмот во регионот.

Тргувајќи од досегашното искуство во развојот на туризмот на национално, регионално и локално ниво, ЕПИ Центар Интернационал во соработка со Министерството за Економија, подготовката на студијата ја работеше на партиципативен пристап со целосна вклученост на сите заинтересирани субјекти кои имаат интерес за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион. Централната улога во овој процес ја имаше Центарот за развој на Полошкиот Плански Регион, со чија помош се формираа работни групи за анализа на можностите на развој на туризмот и планирање на проекти. Во целиот процес директно беа вклучени петте општини од Шарпланинскиот регион: Тетово, Јегуновце, Теарце, Боговиње и Врапчиште. Од секоја од овие општини номинирани беа претставници на општините, НВОи, туристичките ентитети, планинарски друштва, спортски друштва, организации на жени, младински организации итн. Краткото време не дозволи вклучување на поголема група во дискусијата за оваа стратегија. Се надеваме дека во јавните расправи кои би требале да следат по усвојувањето на оваа идејна стратегија ќе се овозможи вклучување на јавноста во прецизирање на сите детали кои се разработуваат во оваа студија.

Согласно постојните иницијативи и можности беа формирани три работни групи и тоа: група за рурален туризам, група за зимски спортови, група за заштитено подрачје.

Групата за рурален туризам беше составена од претставниците од руралните општини, претставници на НВОи, планинарски друштва, младински организации кои имаат интерес за развој на ваков вид туризам. Оваа група одржа неколку средби на кои беа систематизирани потенцијалите, слабостите и предностите за развој на туризмот, беа анализирани главните пречки и проблеми за развојот и дефинирани групи на проекти кои би го поддржале развојот на овој вид туризам.

Втората група, групата за развој на зимски спортови произлезе од веќе постојните туристички активности во оваа област, посебно на Попова Шапка, како и од потенцијалите кои ги има Шар планина за развој на разни видови зимски спортови. Во оваа група се вклучија претставници на општини, НВОи, спортски и планинарски друштва, како и претставници на туристички субјекти. Групата ги дефинираше проектите наменети за Попова Шапка, како и проектите за можностите за развој на зимски спортови и на други локации.

Како резултат на постојната иницијатива за прогласување на Национален Парк Шар Планина беше формирана група за развој на заштитено подрачје, во рамките на која се направи обид да се разјасни што едно заштитено подрачје може да му

донесе на Шарпланинскиот регион, кои се предностите, а кои слабостите од ваков чекор, бидејќи членовите на групата имаа негативен став за прогласување на национален парк, бидејќи сметаа дека тоа би ги ограничило можностите за развој на туризмот и би го усложнило животот на локалното население во високите предели на Шара. Како резултат на работата во оваа група се дефинираа неколку проекти кои ја следат постапката за прогласување на заштитено подрачје, а тоа значи дека после валоризација на биодиверзитетот, потребна е широка јавна расправа со локалното население и другите заинтересирани страни за да се вклучат сите ставови, пред да се преземат иницијативи за прогласување на границите на едно заштитено подрачје.

Во рамките на формираните групите, и покрај напорите и иницијативата на организаторите на оваа студија, не се обезбеди учество на претставниците на високообразовните установи од двата универзитети, претставниците на ЕЛЕМ кој ја стопанисува Попова Шапка, и претставниците од Министерството за животна средина и просторно планирање и Министерството за локална самоуправа.

Она што е особено важно во применетата методологија за изработка на оваа студија дека во процесот беа вклучени повеќе од 60 учесници од разни институции и организации, процесот беше фацитиран од страна на ЕПИ Центар Интернационал во целосна координација и соработка со Центарот за развој на регионот и претставникот од Министерството за економија. Како резултат на партиципативниот пристап, се успеа да се дефинира листата на најзначајни проекти за развој на туризмот во регионот кои ќе послужат како основа за идниот развој.

Во текот на подготовката на студијата беа користени податоци од Државниот Завод за статистика, Националната стратегија за развој на туризмот, Физибилити студија за прогласување на Шар Планина за национален парк, општински документи за економски развој, заштита на животна средина, регионалната стратегија за развој на Полошки регион и др.

Во процесот на собирање на податоците и нивна анализа, заради непостоење на релевантни нови податоци за развојот на туризмот, ЕПИ Центар подготви обемен прашалник со кој се добија информации за туристичките капацитети, потенцијалите, можностите, пречките за развој, постојни проекти, преземени иницијативи итн. Прашалникот го одговорија сите општини од Шарпланинскиот регион и овие податоци се вградени како дел од оваа студија.

Како клучен заклучок во процесот на подготовка на оваа студија е дека потребна поголема координација на регионално ниво, како и на институциите од регионално и национално ниво. Улогата на центарот за развој на регионот во овој процес е клучна и со тек на време треба да го заземе своето место на координатор на планирањето, имплементацијата и практично раководењето на регионалниот економски развој, а со тоа и на туризмот. Центарот за развој на регионот треба да го развие чувството на сопственост врз оваа студија, и предложените проекти да ги сфати како активност од чија реализација значително зависи развојот на регионот.

## 2. ВИЗИЈА И МИСИЈА

### а. Визија

*Шарпланинскиот регион до 2020 година ќе го врати и задржи имиџот на препознаена регионална туристичка дестинација која нуди современи, квалитетни и конкурентни туристички производи базирани на богатата и разновидна природна и културна средина.*

### б. Мисија

*Развој на туризмот во Шарпланинскиот регион ќе придонесе за промоција, развој и зачувување на регионалните природните и културни атракции, зближување на луѓето во регионот и подобрување на квалитетот на животот на локалното население.*





### 3. ШАРПЛАНИНСКИОТ РЕГИОН – ПРЕПОЗНАЕНА РЕГИОНАЛНА ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА

Масивот на Шар Планина се наоѓа во северозападниот дел на Македонија. Масивот е околу 80 км долг со површина на 160 км<sup>2</sup>, со просечна висина на врвовите од 2200 м. Просечната клима во лето се движи од 17 °С, додека во зима -1,5 °С. Дебелината на снегот е околу 1 м во текот на 4 месеци од зимата. Регионот има над 200 ендемични растенија и над 44 врсти на див дивеч од кој најпознати се дивокозата, мечката, рисот, дивата свиња. Од птиците ендемите се орлите, соколите и јастребот. Кучето Шарпланинец е најкарактеристичното животно кое е автохтон вид на овој простор. Планината има околу 25 планински очи или глацијални езера и над 200 извори на чиста вода. Шара брои околу 25 врвови со височина над 2500 м, од кој највисок е Титов Врв со 2747м.

Од друга страна освен природните потенцијали Шара има богато културно – историско наследство распослано низ целиот Шарпланински регион, со историја која потекнува од антиката па се до денес, каде се среќаваат многу значајни артефакти како што се: Тетовската менада, Шарената џамија, Арабати Баба Теќе, Тетовското кале, Стариот амам, Камениот мост на реката Пена итн. Многу вековното постоење на населбите во Шарпланинскиот регион, присуството на разни народи и култури придонело за развој на сопствени регионални традиции и менталитет кој му дава посебно значење на регионот и го прави уникатен во поглед на културно – историски традиции, специфични јадења, специфични регионални настани и сл.

На надморска височина од 1.700 м сместен е нашиот најстар и најпознат планински туристички центар Попова Шапка, кој претставува еден од најубавите скијачки предизвици не само во Република Македонија, туку и во регионот. Првите обиди за развивање на овој планински предел во туристички зимски центар датираат од пред Втората светска војна, кога помал број ентузијастички почнуваат да ги користат благодетите на овој предел за планинарење и спортување на снег. Од тој период, поточно од 1934 година е изграден првиот објект т.е. планинарски дом. Од друга страна Шара купот е најстарото меѓународно натпреварување на Балканот. Во далечната 1947 година на овие падини се одржал првиот Куп, на кое настапиле репрезентациите на Унгарија, Романија, Бугарија и репрезентациите на сите републики на бивша Југославија, вклучувајќи ја и Македонија. Во 1954 година Шарпланинскиот куп влегува во календарот на Светската скијачка федерација (ФИС).

Овој центар е оддалечен 18 км од Тетово и на 53 км од Скопје. Мошне добро е поврзан со асфалтиран пат и гондолна жичарница во должина од 7км. Должината на патеките изнесува околу 10км со капацитет од 8000 скијачи за еден час.

Гео стратемиската положба на Шар планина е многу битна и идеална за развој на туризмот. Близината на коридорот 8 и коридорот 10 како и блискоста на двата аеродроми како и поврзаноста со големите населени места во државата на Шар Планина и дават идеална можност за развој на оддржлив туризам. Двата постоечки

зимски центри, еден во Македонија и еден во Косово се само показател дека овој регион треба да се развива и е идеално место за инвестирање во областа на туризмот. Во овој масив можат да се подобрат постоечките туристички капацитети и инфраструктурата, како и да се развијат други видови на туризам наведени подолу.

Развојот на Попова Шапка во современ туристички центар и Шарпланинскиот регион како препознатлива регионална туристичка дестинација е врвен приоритет како за регионот, така и за развој на туризмот на национално ниво. Со своите потенцијали овој регион во наредниот десетгодишен период може да стане туристичка дестинација која ќе ја посетуваат туристи од Република Македонија, од регионот и од другите западноевропски земји.

Компаративно гледано со зимските центри во: Банско, Република Бугарија; Брезовица, Република Косово; Копаоник, Република, Србија, Попова Шапка има природни, човечки потенцијали и специфична местоположба да стане конкурентна регионална туристичка дестинација за развој на зимските спортови што претставува и основна цел на оваа Стратегија.

Со развивање на туристички производи според потребите на пазарот кои го опфаќаат пакетот на спортски активности дополнети со понуда од регионалните културно - историски атракции, како и сите форми на рурален и алтернативен туризам ќе се зголеми конкурентноста на регионот. Тоа ќе придонесе за воспоставување на позитивна слика за Македонија и Шарпланинскиот регион на странскиот (но и на домашниот) пазар како туристичка дестинација, обезбедување на целосна заштита на природното и културното наследство како основна атракција за развој на туризмот, зголемување на девизниот прилив од туризмот, подобрување на инвестициите во други активности за поддршка на туризмот, зголемување на вработеноста и во крајна линија подобрување на квалитетот на животот на луѓето во регионот.

## **4. АНАЛИЗА НА СЕГАШНАТА СОСТОЈБА**

### **а. Законодавна рамка**

- Национални документи за развој на туризмот

Република Македонија е во процес на усвојување на Националната Стратегија за развој на туризмот 2009-2013, со која се дефинираат главните одредници за туристичките производи, очекуваните туристи, промоцијата и маркетинг. Во рамките на подготовката на оваа стратегија беше посочена потребата од формирање на национална туристичка организација за развој на туризмот, која ќе биде задолжена за имплементација на стратегијата, поддршка и промоција во развојот на туризмот на национално ниво. За таа цел беше основана Агенцијата за поддршка и промоција на туризмот во Република Македонија, која започна со своето функционирање во 2009 година. Агенцијата има за задача да го промовира туризмот на Република Македонија во странство, професионално да ги презентира



сите сегменти и региони од туристичката понуда со крајна цел напредок и развој на туризмот во Република Македонија.

Агенцијата тоа го прави преку: унапредување и промоција на туризмот, подготвување и реализација на програмата за промоција и поддршка на туризмот, обезбедување пропаганден материјал за промоција на туристичките вредности, активно промовирање на вкупниот туристички потенцијал, подготовка на објективни анализи и прогнози во врска со движењето на туристичкиот промет во функција на насочување на идните активности, изготвување на маркетиншки анализи на домашниот и странскиот туристички пазар, иницирање и реализирање на меѓународна соработка со сродни организации и институции, предлагање квалитетни мерки и активности за промоција и поддршка во туристички неразвиени делови од државата, помош во привлекување на инвестиции за големи хотелски компании, соработка со светски познати тур-оператори за привлекување на поголем број туристи, соработка со домашни и странски претприемачи

Агенцијата е во реална функција само една година и сеуште не е целосно екипирана и оперативна, следствено на тоа не е реално да се очекува дека оваа институција да може да земе некоја лидерска позиција од аспект на развојот на туризмот во Република Македонија за краток временски период. Во понатамошниот период оваа Агенција треба да ги координира сите промотивни активности на национално ниво, а следствено на тоа и активностите за промоција и маркетинг во Шарпланинскиот регион.

Во рамките на Министерството за економија постои сектор за туризам кој ги врши работите кои произлегуваат од Законот за угостителска дејност, Законот за туристичка дејност, Законот за такса за привремен престој, презема мерки за спроведување на овие закони, подготвува и реализира програми за работа. Овој сектор врши работи по однос на предлагање на системски мерки и спроведување во креирањето на туристичка политика, учествува во изготвување и имплементирање на основните стратешки документи, врши активности преку меѓународни и туристички организации. Секторот предлага мерки за зголемување на вкупните економски резултати на дејноста и комплементарните гранки; предлага програми за развој на туристичката понуда и промоција на туристичкиот производ.

- Локални документи за развој на туризмот во регионот

На локално ниво во Шарпланинскиот регион кој ги опфаќа општините: Тетово, Боговиње, Теарце, Јегуновце, Врапчиште, не постојат специфични студии или програми наменети само за развој на туризам. Во најголем дел од овие општини постојат стратегии за локален економски развој или стратегии за оддржлив развој во кои се наведени одредени програми и проекти за развој на туризмот во функција на социо - економскиот развој. Сите општини во овој регион го имаат идентификувана туристичкиот потенцијал како можност за економски развој. Развојот на туризмот е постепен, и е во различни фази во секоја од општините. Со оглед на тоа дека станува збор за регион каде од петте општини само една е со урбан центар, Тетово (која претходно беше центар и на останатите четири рурални

општини), најголемиот дел од туристичките капацитети се лоцирани во оваа општина.

Општина Тетово постојано работи на промоција и развој на туризмот, фокусирана на најголемиот туристички потенцијал, Попова Шапка – зимски туризам и зимски спортови, но исто така и на останатите туристички атракции кои постојат во општината и тоа историски, културни, археолошки, природни итн. Во рамките на општината постои туристички инфо центар кој во соработка со италијанската организација CRIC работи на собирање на податоци, анализа на состојбите и продукција на промотивен материјал за развој на туризмот во регионот. Општина Тетово има ангажирано странски консултант кој ги анализира активностите на терен. Во овој момент е сеуште рано за прецизирање на конкретни активности во делот на развојот на локалниот туризам пред носење на една сеопфатна стратегија за развојот на туризмот во регионот.

Приватниот сектор во овој регион е најактивен и сам ја има препознаено можноста за финансирање во туризмот. Тоа се гледа и од константните вложување во објекти како сместувачки капацитети, ресторани, рибници и други услужни дејности. Бројот на ресторани и објекти за исхрана процентуално е убедливо највисок споредено со сите други региони во земјата.

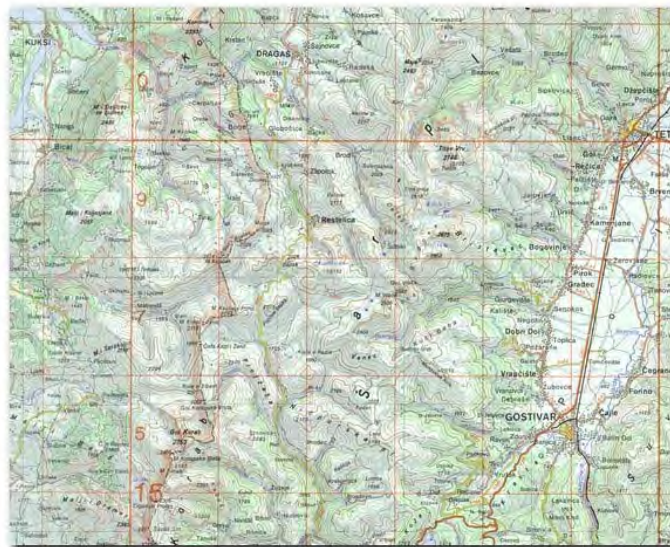
Останатите четири општини согласно ограничените капацитети и можности собираат информации за туристичките можности и работат на развивање на промотивен материјал со поддршка од проекти, донатори, Влада на РМ и сопствени приходи.

- Просторни планови и детални урбанистички планови

Просторното планирање претставува посебен проблем за сите општини. Изработката на ГУП и ДУП изискува поголеми финансиски средства кои општините не се во можност да ги издвојат во овој момент. Од друга страна за секоја посериозна инвестиција и планирање на развојот потребен е целосен преглед на просторното уредување, одредените локации, како и на имотно -правните односи. Во овој дел најсериозни проблеми се непостоењето на урбанистички план за Попова Шапка и големиот дел на дивоградби кои постојан во тој регион, непостоење на урбанистички план за ниту една од потенцијалните локации за развој на туризмот во останатите општини, застарен ГУП за општините. Посебно важно е да се спомене и урбанистичкото планирање на селските средини (населбите) кои гравитираат кон Шар планина, кои сеуште немаат урбанистички планови. Колку подолго време поминува, проблемот со урбанистичкото планирање на руралните средини станува поголем, бидејќи во меѓувреме се зголемува бројот на градбите направени без да постои урбанистички план. Од друга страна кога станува збор за урбанистичкото планирање и сопственоста на земјиштето, особено значајно е што општините не располагаат со сопствено земјиште, во најголем дел земјиштето е во сопственост на државата, и за секој пројавен интерес за инвестирање или планирање, државата (преку Министерството за транспорт и врски) е таа која го води овој процес. Оваа е значаен проблем за сите општини во Република Македонија, и решавањето на овој проблем преку измени, реформи во

законодавство поврзано со градежното земјиште, каде општините ќе имаат позначајна улога и можност за управување и донесување на одлуки е од особен интерес за економскиот развој.

Вистински капацитет за преземање на инвестиции и координирање на инвестициите од сите општини во регионот има само општина Тетово. Останатите рурални општини во Шарпланинскиот регион имаат ограничени финансиски и човечки ресурси за реална поддршка на развојот на туризмот во регионот. Земајќи ја и во предвид регионалната локација на Шарпланинскиот регион, развојот на туризмот мора да се гледа од регионален аспект со што улогата на Центарот за развој на Полошкиот регион, во процесот на развојот на туризмот во регионот е од особено значење.



- Студии за развој на регионот

Со формирањето на осумте статистички плански региони, Полошкиот регион е втор најголем регион во Република Македонија (после Скопскиот) по бројот на населението, но и по бројот на економските активности. Во регионот постои Центар за развој на Полошки Плански Регион, лоциран во с. Џепчиште, екипиран со четири луѓе, кој е во фаза на формирање. Усвоена е стратегија за развој на регионот, во која се одредени главните насоки на развојот со листа на цели и проекти. Една од насоките на економскиот развој е туризмот кој е идентификуван како значаен потенцијал и можност за развој на регионот.

Центарот за развој на регионот има особено важна улога во регионалниот развој бидејќи е замислен да биде носител на сите иницијативи, планови и реализирање на проекти. Центарот за развој од друга страна е интересен и за донаторите бидејќи може да воспостави финансиски механизми и систем за управување со проекти кој не сите општини во регионот имаат капацитет да го направат.

Центарот за развој треба да функционира како претставник на сите општини во регионот, да ги претставува и штити нивните интереси, посебно кога станува збор за помалите рурални општини кои имаат ограничени капацитети за планирање,

достапност до финансии и механизми за реализација на проектите. Постоенето на ваков Центар е значајно е за партнери и соработници од странство, а посебно за потенцијалните инвеститори бидејќи би требало да биде во можност да ги обезбеди сите потребни информации за потенцијалните инвеститори на регионално ниво.

ЕПИ Центар Интернационал заедно со работните групи и претставникот од Министерството за Економија го предложи Центарот за развој на Полошкиот регион како сопственик на Студијата за туризам на Шарпланинскиот регион, посебно во делот на идентификуваните и предложени проекти кои треба да се реализираат како поддршка на развојот на туризмот во регионот.



## **б. Минати и сегашни придобивки од туризмот**

- Постоечки податоци за туристичките движења (национално и регионално)

Од 1956 година до денес најголем број на ноќевања се остварени во втората половина на 80-тите години, со максимален број на туристи во 1987 година, кога се остварени 1.180.806<sup>1</sup> ноќевања. Во тој период земјата ја посетиле главно туристи од просторите на поранешна Југославија, но и од земјите од Западна Европа, како Германија, Холандија и Франција. Следните години, кризата што го потресе Балканот, и крвавите војни при поделбата на државата, драстично го намали нивото на туризмот во регионот. Вкупниот број на ноќевања во периодот од 1995-2001 остана постојан, и не ја надмина бројката од околу 600.000 годишно. Кризата во 2001 и намаленото ниво на безбедност ја заматија уште повеќе сликата за земјата во очите на потенцијалните посетители, како и на странските туристички оператори кои што влијаат на гледиштата на глобалната туристичка индустрија. Во текот на 2001 год. земјата ја посетиле рекордно мал број туристи со вкупен број 333.308 ноќевања, што е најмала забележана бројка од 1966 до денеска.

---

<sup>1</sup> Сите податоци наведени понатаму во Студијата се преземени од Државниот Завод за статистика, освен доколку не е наведено поинаку

Од 2002 до 2005 год. е забележан пораст од 15,3 % во туристичките доаѓања, достигнувајќи бројка од 509.706 ноќевања на туристи. Од 2006 наваму бројот на туристи е во пад, како и бројот на ноќевања. Споредбено гледано бројот на ноќевања во 2009 во однос на 2008 бележи пад од 10,7%, иако бројот на странски туристи е во пораст за 8,6% во истиот период.

Вкупниот број на туристи во Република Македонија во последната декада се движи околу 500.000 годишно од кои околу 200.000 се странци. Бројот на странците во изминатите години е во постојан пораст така што од 157.692 во 2003 достигнал 230.080 во 2007 година. Во 2007 и 2008 бројот на странски туристи бележи пад и изнесува 136.175 странски туристи во 2008, додека во 2009 тој број се искачува на 149.146.

Регионално гледано најмногу ноќевања се остварени во Југозападниот регион и тоа повеќе од половина од вкупно 2.019.712 ноќевања во 2007, следува Скопскиот регион, Југоисточниот, Пелагонискиот, па Полошкиот регион.

Полошкиот регион е на петтото место со вкупно остварени 37.986 ноќевања во 2007 година. Во најголем дел ноќевањата во Полошкиот регион отпаѓаат на општината Маврово, заради ски центарот - Маврово, и во општината Тетово, заради Попова Шапка.

Региони	Број на ноќевања				
	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Вардарски</b>	30937	17824	15850	16935	15530
<b>Источен</b>	22093	26354	19862	28934	21694
<b>Југозападен</b>	1339022	1170481	1288135	1244487	1351806
<b>Југоисточен</b>	169100	233738	208858	218077	211619
<b>Пелагониски</b>	202424	176930	178814	155461	152726
<b>Полошки</b>	39536	53450	50476	53824	37986
<b>Североисточен</b>	6365	5684	6066	4003	5677
<b>Скопски</b>	197390	180973	201980	195674	222674
<b>Вкупно</b>	<b>2006867</b>	<b>1865434</b>	<b>1970041</b>	<b>1917395</b>	<b>2019712</b>

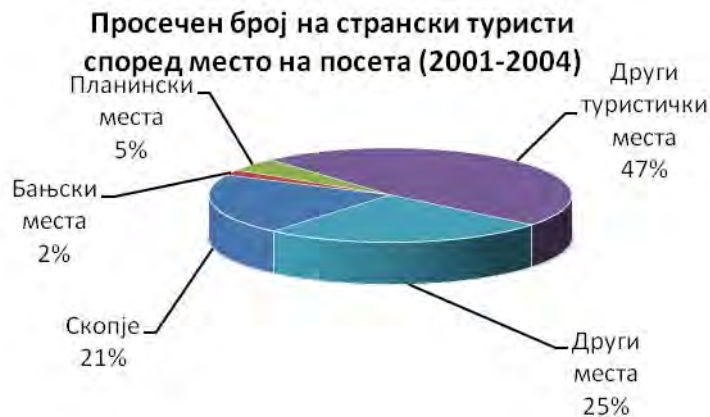
Број на ноќевања по региони

(извор: ДЗС, 2007)



Во периодот од 2001 до 2005 година најатрактивна локација за туристите бил градот Скопје, што претставува реална слика, земајќи предвид дека најголемиот дел на деловните посети од странство се остварени во главниот град.

Од вкупниот број на странски туристи во периодот од 2001 до 2004 год. 21% престојувале во Скопје, 5% во планински места, 2% во бањски места, а 47% во други туристички места, што ги подразбира природните и вештачки езера во Република Македонија. Вкупно 25 % од туристите одлучиле да ги посетат останатите општини во Република Македонија, каде не постојат бањи, езера или достапни планински локалитети.

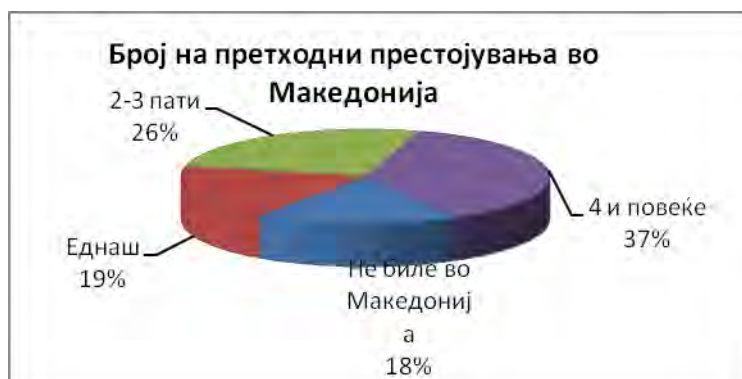


**Просечен број на странски туристи 2001-2004**

(извор: ДЗС, 2006)

- Структура на посети

Најголем број од странските посетители во Македонија, веќе ја посетиле Македонија во минатото повеќе од четири пати, додека пак 18% од посетителите прв пат је посетиле земјата во таа година<sup>2</sup>. Земајќи ги во предвид фактот дека процентот на посетители се зголемува со зголемувањето на бројот на посетите покажува дека најголемиот број на посетител се враќаат во Македонија повторно.



**Број на претходни престоји во Македонија**

(Извор ДЗС, 2005)

<sup>2</sup> Според истражувањето “ Анкета на странските туристи” спроведено од страна на ДЗС во 2005



Иако гореспоменатите индикатори покажуваат дека најголем број на посетители се враќаат во Македонија повторно, сепак треба да се има во предвид дека и покрај враќањето на посетителите, најголем број од нив, дури 50%, не биле во истиот објект за сместување, а процентот на оние кои што повторно се враќаат е значително помал. Овие проценти потенцијално укажуваат на потребата за подобрување на услугите или условите во објектите за сместување.



Според анкетата на странски туристи, спроведена во 2005 најголем број на посетители ја посетиле земјава поради деловни причини (40%), додека 25% заради одмор и рекреација, 10% биле транзитни патници, а 9% ја посетиле земјава поради конгресни настани. Оваа укажува дека се уште најголемиот прилив на туристи се од деловна природа, а не поради природните и културни атракции на земјата.



**Цел на престој на туристи во Македонија**

(извор: ДЗС, 2005)

### с. Животна средина

Заштитата на животната средина е исклучително важен елемент како за регионалниот развој, така и за развој на туризмот.

Во Просторниот план на Република Македонија, состојбата за квалитетот на животната средина е анализирана преку податоци за квалитетот на водата, воздухот и почвата. Согласно со анализите направени при изработката на Планот, во просторите со нарушена животна средина се наоѓа градот Тетово и непосредната околина и тоа со највисок степен и долготрајна загрозеност на животната средина и здравјето на населението. Ова се должи на постоењето на индустриски капацитети како Силмак кои го загадуваат воздухот, непостоењето на организирана депонија за цврст отпад на регионално ниво, огромно загадување од отпадните води што иницира и перманентно отстапување од квалитетот на водотеците во регионот кои се сливаат во реката Вардар.

Дополнително постои опасност од контаминација на почвата заради високо антропогено влијание од употребата на вештачки ѓубрива, експлоатацијата на минерални сировини, користењето на аероседименти и испуштањето на отпадни води од населбите.

Постоењето на дивите депонии претставува опасна закана за дисбаланс на животната средина. На одредени локации депониите се наоѓаат во близина на местата каде населението се снабдува со вода за пиење.

Како најважни причини за постојната состојба, како што е наведено во Националната стратегија за регионален развој се наведуваат: деградирањето на големи почвени површини при ископ, транспорт и други активности поврзани со експлоатацијата на минерални сировини и депонирањето на техноген отпад од топлински и енергетски комплекси; пренамената на земјоделското земјиште со високо приносна класа за непродуктивна намена; деградирањето на шуми во близина на населените места и недоволна/ненавремена заштита на шумите; испуштање на хемиски и други загадувачи во површинските и подземните води; примена на стари технологии во стопанството, како и непостоење /некористење/застареност на системите за пречистување на отпадните гасови, комунални и индустриски води.

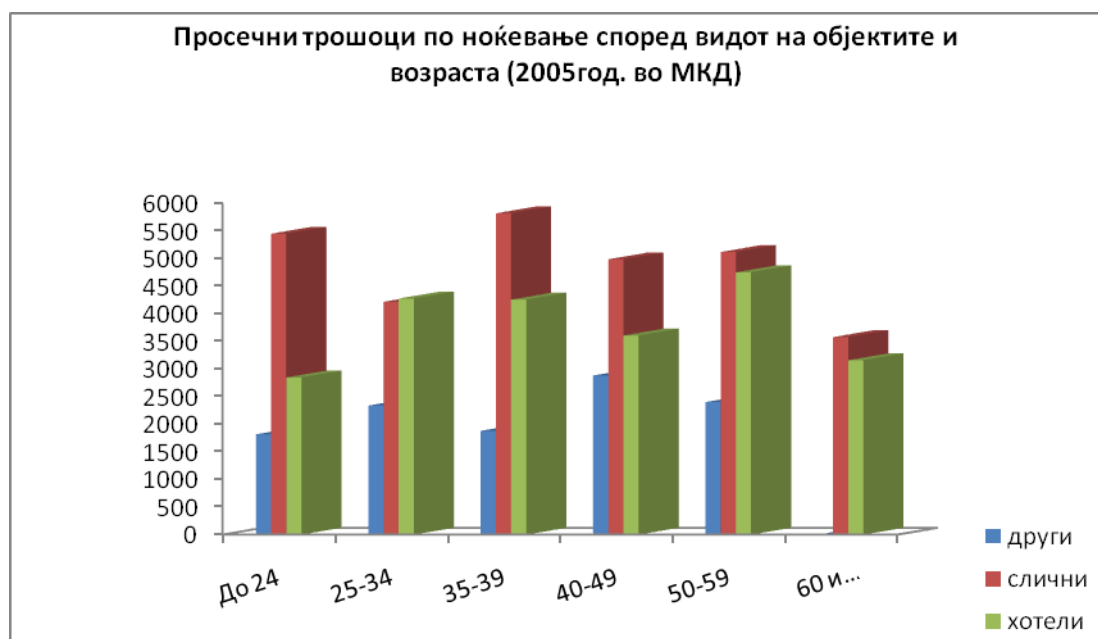
Од општините во Шарпланинскиот регион само општина Теарце има актуелен Локален Еколошки Акционен План, додека општина Тетово е во процес на изработка на нов. Останатите општини немаат изработено вакви документи, иако ја потенцираат состојбата со животната средина како еден од најзначајните проблеми. Иако некаде и постојат локални еколошки акциони, сепак нивната примена е парцијална, или воопшто не се применливи заради ограниченоста на капацитетите на општината, најмногу во финансиски аспект. Во сите општини постои голем проблем со депонирање на отпадот, непостоење на канализациона мрежа, и третман на отпадните води. Проблемот на дивите депонии е еден од најзначајните за регионот, бидејќи некои од депониите постојат и по неколку децении. Дополнително во последните неколку години се наметнува проблемот и

со кучиња скитници, кои се оставаат во високите планински предели, но дел од и во градот Тетово, донесени од други региони, со цел за нивно уништување.

Решавањето на проблемите во областа на животната средина е основата за понатамошен развој на туризмот. Затоа детална анализа на овие проблеми, предлагање на мерки за нивно решавање и понатамошен мониторинг врз животната средина е фактор за иднината на туризмот во регионот. Пред воопшто да се преземат активности за расчистување на депониите и решавање на проблемот со отпадни води, потребно е да се изнајде системско, долгорочно решение за заштита на животната средина и природата, кое ќе биде применливо и прифатливо, па дури потоа да се преземат активности на терен.

#### d. Промоција и маркетинг

Најголем дел од странските туристи во Република Македонија престојуваат во хотели. Во хотелските сместувачки објекти највисоки просечни трошоци остварува возрасната група од 50 до 59 години, во слични објекти возрасната група од 35 до 39 години, и во други сместувачки капацитети возрасната група од 40 до 49 години.

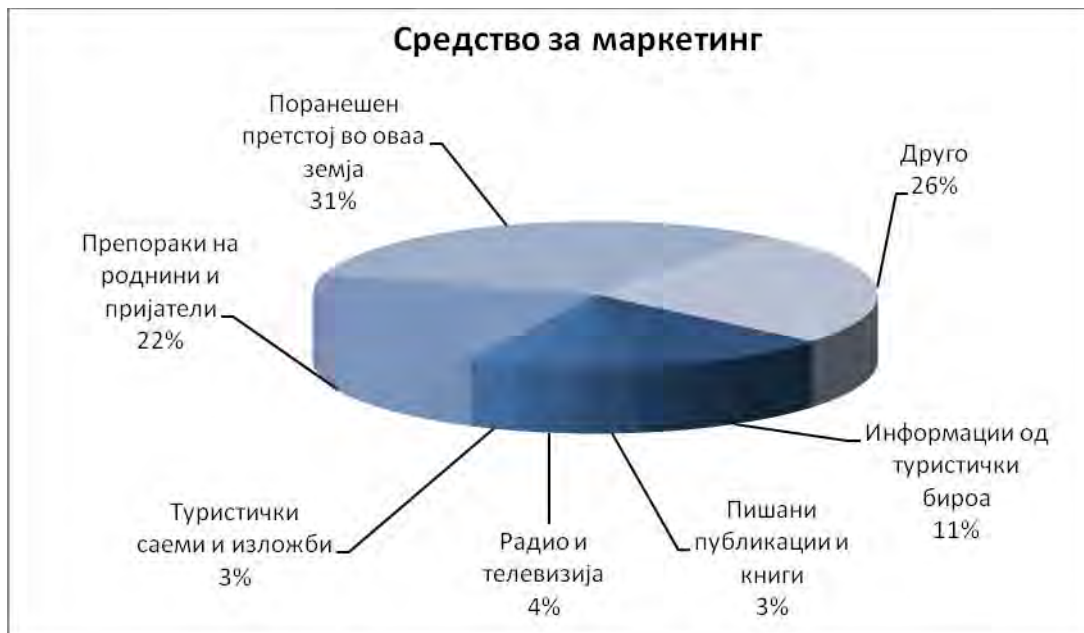


Просечни трошоци по ноќевање според видот на објекти и возраст

(извор: ДЗС, 2004)

Постојат бројни средства за пропаганда кои туристите ги користат со цел да го зголемат своето знаење за локацијата која планираат да ја посетат. Во случајот на Република Македонија е забележано дека најголем број од странските туристи се потпираат на своето поранешно искуство. 31% од вкупниот број на посетители во Македонија како репер го користат искуството доживеано при нивниот претходен претстој во оваа земја. Голем дел, односно 22% од посетителите, доаѓаат врз

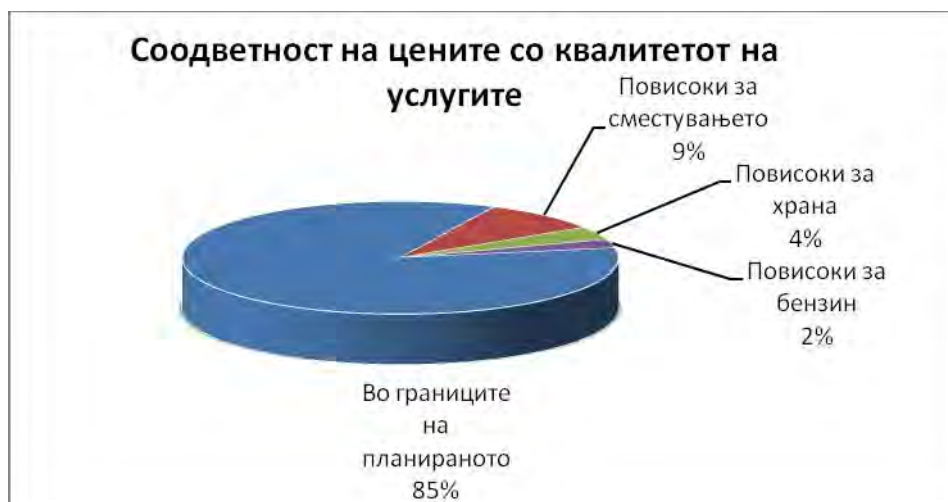
основа на добиените препораки од роднини и пријатели. Туристичките бироа се патоказ за 11% од странските посетители. Информациите пласирани преку пишаните и електронските медиуми очигледно се недоволни или пак недоволно атрактивни бидејќи преку нив се привлекуваат само 3-4% од странските туристи. Истата констатација важи и за туристичките саеми и изложби кои се покажале како привлечни за само 3% од туристите кои доаѓаат од надвор. Преку други канали на информирање дошле 26% од вкупниот број на странски туристи кои ја посетиле Македонија во 2004 година.



**Средство за маркетинг за странски туристи во 2005**

(извор: ДЗС, 2005)

По однос на прашањето за соодветноста на цените со квалитетот на услугите 85% од странските посетители се целосно задоволни бидејќи потрошиле онолку колку што планирале. Според нив постои знак на еднаквост помеѓу цената која ја платиле и квалитетот на услугата која при тоа ја добиле. Вкупно 9% од странските туристи сметаат дека платиле повисоки цени за сместување споредено со условите за сместување кои го добиле. Само 4% сметаат дека квалитетот на храната која ја конзумирале не соодветствувал на платената цена, додека 2% од испитаниците сметаат дека платиле повисоки цени за бензин.



**Соодветност на цените со услуги на странски туристи во 2005**

(извор: ДЗС, 2005)

Националните надлежности за развој на туризмот се во Министерството за економија, каде што постои сектор за туризмот, кој во основа се грижи за спроведување на законодавната рамка за туризам. Со формирање на Агенцијата за поддршка и промоција на туризмот во делокругот на работата и основните надлежности е маркетинг и промоцијата на туризмот. Во своето едногодишно постоење оваа Агенција има реализирано повеќе активности, но сепак далеку од сериозни настапи за целосен маркетинг и промоција на туризмот во Република Македонија. Од друга страна националните здруженија на хотелиерите ХОТАМ и на туристичките агенции АТАМ реализираат и свои активности за маркетинг, преку меѓународните асоцијации, мрежи, здружувања. Иако постојат значаен број на активности за маркетинг на туризмот, тие се парцијални, во голем дел зависат од донатори и проекти. Владата на РМ преку Министерството за Економија во рамките на одобриениот буџет секоја година доделува одредени грантови кои се користат за промоција и маркетинг. Во последните неколку години се врши и голема меѓународна промоција на нашата држава со средства на Владата на РМ каде се промовира Република Македонија како бренд, земја на културно – историско наследство, туристичка дестинација, земја за инвестиции итн. Со оваа поширока кампања се овозможува претставување на Република Македонија во поголем број европски и светски држави.

Генерално постои ограничена маркетинг експертиза не само во регионот, туку и национално и истата се менува полека, со размена на искуство, обуки, нови знаења и вештини и нов кадар. Во регионот на Полог потребно е повеќе време да се систематизираат знаењата, информациите и вештините за да се креира експертиза која ќе се користи, развива и употребува во понатамошните маркетинг кампањи.

Соодветно на плановите за развој на туризмот, потребно е да се развие и маркетинг стратегија за поддршка на развојот на туризмот на регионално ниво, која

би била во согласност со претходно донесена и усвоена маркетинг стратегија на национално ниво. Само организиран, планиран и таргетиран маркетинг на национално ниво кој подоцна ќе биде преточен на регионално ниво согласно туристичките производи и услуги може да обезбеди резултати во подобрување на туристичкиот промет и зголемување на бројот на туристите во регионот.

#### **е. Човечки ресурси**

- Постојечки програми за едукација и обука

Во Шарпланинскиот регион постојат два универзитета и тоа Тетовскиот Државен универзитет и Универзитетот на Југоисточна Европа.

Државниот Универзитет е високо образовна институција со 4 факултети, две високо професионални центри, три институти. Универзитетот има над 10.000 редовни студенти со 2.000 нови студенти секоја година.

Универзитетот на Југоисточна Европа е отворен во ноември 2002 год. и има 5 факултети и две високо школи. Овој универзитет има комотни објекти како два амфитеатри, околу 50 училници, модерни канцеларии, два компјутерски центри, една компјутерска лабораторија, една библиотека и простории за сместување на 450 студенти. Технолошкиот систем на информирање има сателитско поврзување што овозможува видео комуникација и брза рамена на информации.

На државниот универзитет постои отсек за туризам како дел од факултетот за економија. На двата универзитета постојат можности за креирање на програми и организирање на обуки за туризам.

Според информациите од Националната стратегија за развој на туризмот прегледот на постојното образование и програмите за обука, како и ефикасноста на тие програми дава увид во слабостите на образовниот систем во Македонија. Видлив е недостатокот од лаборатории за практична работа, организирана и добро структурирана практична работа, слабиот трансфер на теоретското знаење во практични вештини, како и огромниот јаз помеѓу потребите на индустријата и образовните програми.

- Вработување во секторот

Според податоците добиени од ДЗС и Националната стратегија за развој на туризам, во Република Македонија има приближно 20.000 лица вработени во туристичкиот сектор. Од друга страна проценките направени за потребите на Националната стратегија за туризам укажуваат на тоа дека постојат голем број на непријавени работници (бројките се движат од 15.000-30.000). Овој тренд како на национално се пресликува и на регионално ниво, така што соодветно на бројките процентот на пријавени и непријавени работници е сличен на националниот.

Составот на работната сила е млад, со делумно развиени вештини, и потреба за обука, но може да се смета како добар потенцијал за развојот на секторот. Заради



нецелосно организираниот пристап во развојот на секторот, и непостоење долгорочност во преземените активности, секторот е доста нестабилен, бидејќи не може да гарантира сигурни услови за живот (плати и социјални придонеси) и има сезонски карактер.

## **5. ТУРИСТИЧКИ ПОТЕНЦИЈАЛИ НА ШАРПЛАНИНСКИОТ РЕГИОН**

### **а. Туристички потенцијали**

- Клима и природни богатства

Климата во Шарпланинскиот регион е средно континентална со многу сончеви денови во текот на годината. Летото е топло и делумно влажно, зимата е ладна со обилни врнежи од снег, додека пролета и есента се карактеризираат со чести дождови. Бидејќи целата Полошката котлина е опколена со планини, постои инверзија на движењето на ладни и топли воздушни маси.

Средната годишна температура во регионот е околу 11 °C . Во текот на годината температурите варираат од -20 ° C па се до + 38 °C. Највисоките температури се во месеците јули и август, додека најниските се во месеците јануари и февруари.

Просечната брзина на ветерот изнесува околу 16 м/сек, а максималната околу 26,5 м/сек. Маглата како појава во Полог е почеста во зимските месеци јануари и февруари, а многу поретко во топлиот дел на годината. Во зимските месеци дебелината на снежната покривка во ридско планинските места достигнува до 50 цм, додека во повисоките места над 1 метар.

Низ регионот се протега Шарпланинскиот масив, лоциран помеѓу Призренско – Метохијската и Полошката долина. Основните елементи на нејзината географска положба се дека таа е дел од Шара-Пинд, т.е. од Динаридите во поширока перспектива, подложна е на климатски влијанија од Јадранското море преку долините на реките Бели Дрим и Призренска Бистрица, па се до Егејското море по долините на реката Вардар.

Во хидролошки аспект Шарпланинскиот регион е многу богат со брзи богати водотеци карактеристични со големи падови, кои креираат прекрасни пејзажи и водопади. Најголема река после Вардар е Пена (36,8 км), па Маздрача (24,3 км) и Лешочка река (14,5 км). Во регионот постојат 27 глацијални езера од кои 19 се постојани, а остатокот повремени. Тие се наоѓаат на надморска височина од 1936 до 2300 метри.

Во однос на богатството со флора и фауна Шар Планина изобилува со најразлични видови, голем дел од нив се наоѓаат на црвените европски листи на заштита за зачувување на биолошката разновидност на планетата.

Шарпланинскиот масив има комплексна геолошка структура и тектонска форма. Како стара еродирана област на неа се издигаат многубројни врвови како Љуботен (2856 м), Црн Врв (2585 м), Кобилица (2828 м) и многу други меѓу кои највисок е Титов врв (2747 м).

На Шара се среќаваат 1.500 видови на флора, а најпознати се: Шарпланинскиот чај (*siderites scardica*), молика (*linus peuce*), Шарпланинска руменка (*nthihilpus scardica*) Шарпланински костолом (*nothecum scardicum*), Шарпланински каранфил (*dianthus scardicus*), албански крин (*ilium albanicum*) и др.

Високиот шумски појас го сочинуваат даб, бука и смрека. Дабовиот регион го чинат појасот на шикари и шибјаци, шума од плоскач и појасот на густе шуми.

Флората во околината е застапена од букова шума, а на отворените делови застапени се голем број лековити билки (кантарион, мајчина душица, планински чај и ајдучка трева) и шумски плодови (вргањ, лисичарки, шумски јагоди, шипинки, дренки и боровинки).

Голем дел од шумите се во опаѓање заради се поголемата сеча во Шарпланинскиот регион, каде некои проценки се дека достигнува и до 50.000 кубни метри годишно, од кое скоро 30% се дива сеча, која предизвикува големи ерозии.

Фауната во Полошкиот регион е автохтона до реликтно ендемична. Меѓу многубројните видови птици што се наоѓаат во списокот на природните реткости се Златен орел (*aquilla chrisaetos*), белиот орел на шара, сив сокол (*falkoperegrinus*), був (*bubo bubo*), еребици, и др. а од цицачите: мечката (*ursus archos*), рисот (*lynx lynx*), дивата свиња (*sus strota*), дивокозата (*rupicarpa rupicarpa*), волкот (*canis lupus*), дивиот зајак (*lepus europeus*), лисицата (*vulpes vulpes*) и др

Познат бренд од овој регион е кучето “Шарпланинец“ , карактеристично по изгледот и неговата големина.

Во однос на пејзажите постојат многу атрактивни локалитети како што се Јелак, Лешница, Љуботен, Брустовац, како и Попова Шапка.

- Историја и култура

Освен со природни атракции, регионот е богат и со историски артефакти лоцирани насекаде низ регионот. Од посебно значење е Тетовската менада, но и историските споменици од Османлискиот период посебно во регионот на Тетово, како што се Арабати Баба Теке, Шарена џамија, неколку калиња, неколку позначајни цркви и манастири, посебно Лешочкиот манастир.

Во Тетово е лоциран дом на Културата „Ило Антевски-Смок“ кој е изграден врз темелите на Чаршиската Џамија во 1975 год. Во овој дом паралелно се развиваат културата на сите националности кои живеат тука и тоа преку разни активности како музички активности, драмски, литературни и др.

Во склоп на Домот се наоѓа библиотеката која има околу 30.000 дела. Тука дејствуваат и мешаниот младински хор, женскиот хор, машкиот хор и разнo културo уметнички друштва како „ Целадин Зеќири ” (1949), „ Ило Антевски Смок ” и Јени Хајат.

Во склоп на драмските активности функционираат драмско студио за деца, млади и возрасни. Исто така тука се организираат и разни уметнички галерии.

Од литературните активности тука се и литературните клубови “Литературен Клуб 94” и “Кирил Пејчиновиќ” кои организираат разни промоции на книги, литературни вечери со читање на дела на наши автори од минатото, објавуваат конкурси за млади литературни уметници и др.

- Зимски спортови

Во Шарпланинскиот регион постојат повеќе можни локации за развој на зимски спортови и зимски туризам, но најзначаен е ски центарот Попова Шапка. Центарот во Попова Шапка се протега на надморска висина 1780м, 18км од Тетово, 48 км до Скопје (70км од Аеродромот во Скопје). До центарот се стига по асфалтиран пат или со изграден лифт во должина од 7 км (кој подолго време не е во функција). Времето на патување е околу 40 мин, минувајќи висинска разлика од 1400м. Попова Шапка има 9 ски-лифтови во должина од 7.7км, со кои се поврзуваат скијачките предели на височина од 1070-2510 м. Должината на скијачките предели е 20км од кои 3 се според критериумите на ФИС-ит.

Првите обиди за развивање на овој планински предел во туристички зимски центар, се од пред Втората светска војна, кога помал број ентузијастички почнуваат да ги користат благодетите на овој предел за планинарење и спортување на снег. Од тој период, поточно од 1934 година е изграден првиот објект т.е. планински дом.



Шара купот е најстаро натпреварување на Балканот - најстарото меѓународно натпреварување на Балканот. Во далечната 1947 година на овие падини се одржал првиот Куп, на кое настапиле репрезентациите на Унгарија, Романија, Бугарија и репрезентациите на сите републики на бивша Југославија, вклучувајќи ја и Македонија. Во 1954 година Шарпланинскиот куп влегува во календарот на Светската скијачка федерација (ФИС).

Должината на патеките изнесува околу 10км со капацитет од 8000 скијачи за еден час. Скијачкиот центар Попова Шапка се карактеризира со голем број сончеви денови во текот на целата година и со снег од ноември до мај.

- Фестивали и други манифестации

Во регионот постојат повеќе фестивали и културни манифестации од локален и регионален карактер. Секоја од општините во регионот има свои фестивали и манифестации поврзани со верските празници, традицијата и етнографските карактеристики. Од регионален карактер позначајни активности кои се организираат се музичките фестивали: Шари кендон (Шара пее), манифестација каде се презентира фолклорот од разни места каде живее албанскиот народ, “ тетовски фолк филигран” „ Дитет е Наимит ” (Деновите на Наим) меѓународна манифестација на поезијата; „ Техо” меѓународно натпреварување на хорското пеење, „ Блетезат ” и „Тетовски јаболчиња ” детски музички фестивал, „ Саемот на книгата ” презентација на изданија на албански јазик на издавачки куќи од Македонија, Албанија и Косово.

Секоја година се организира меѓународен Шарпланински скијачки куп, манифестација која е регистрирана во организацијата на ФИС.

Првиот натпревар од овој вид е одржан во 1947 година. Исто така последните години се организираат и манифестација „Бека Куп”, каде младите таленти ги покажуваат своите способности по скијање.



## б. Инфраструктура

- Сместувачка и угостителска структура

Капацитетите за сместувања на регионално ниво се најмногубројни во Југозападниот регион, следени од Пелагонискиот и Југоисточниот регион. На четврто место Скопскиот, а на петто место Полошкиот регион со 2790 легла.

Региони	Број на легла				
	2003	2004	2005	2006	2007
Вардарски	1636	1561	1469	1515	1515
Источен	1389	1741	1759	1899	1789
Југозападен	40421	40428	40505	40470	40437
Југоисточен	5485	5586	6915	5584	5567
Пелагониски	10815	10468	9993	9394	9272
Полошки	3116	3141	2787	2772	2790
Североисточен	621	647	667	667	707
Скопски	5053	5159	4959	4887	5023
<b>Вкупно</b>	<b>68536</b>	<b>68731</b>	<b>69054</b>	<b>67188</b>	<b>67100</b>

### Број на легла по региони

(Извор: ДЗС, 2007)

Во однос на искористеноста на капацитетите, искористеноста, сметана како број на ноќевања по легло покажува околу 30 ноќевања по легло годишно, национален просек во 2007, кој бележи минимален пораст во однос на 2003. На ниво на Шарпланински регион (општини: Тетово, Теарце, Јегуновце, Боговиње) бројот на ноќевања по легло скокнал од 4,6 во 2003 на 14,3 во 2007 што е огромен пораст на искористеноста. Тоа укажува на враќање на туристите во регионот, после неколкугодишна пауза од 2000-2003.

Број на ноќевања по легло	2003	2004	2005	2006	2007
Шарпланински регион	4,6	12,8	17,3	18,1	14,3
<b>ВКУПНО</b>	<b>29,3</b>	<b>27,1</b>	<b>28,5</b>	<b>28,5</b>	<b>30,1</b>

### Искористеност на легла, број на ноќевања по легло годишно

(Извор: ДЗС, 2007)

Според податоците собрани од општините во Шарпланинскиот регион на претходно подготвениот прашалник од страна на ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал, постојат 10 мотели во регионот и 9 хотели, од кои категоризирани се 2 со три ѕвездички, 1 со две ѕвездички и 4 со една ѕвездичка. Според податоците добиени од општините во Шарпланинскиот регион од капацитетите за сместување најмногу има хотели и мотели, каде е најголемиот капацитет со легла, додека бројот на функционални планинарски домови и приватни куќи за сместување е многу мал. Евидентирањето на приватните куќи за сместување е проблем на национално ниво, така што бројките не можат да бидат до крај прецизни, и обично се поголеми од претпоставените, или евидентираниите.

	Боговиње	Теарце	Јегуновце	Врапчиште	Тетово	Вкупно
Број на хотели	0	0	0	0	9	9
Број на легла во хотели	0	0	0	0	515	515
Број на мотели	2	3	0	0	2	10
Број на легла во мотели	28	50	0	0	40	118
Број на план. домови	1	1	1	3	1	7
Број на легла во п.д.	1	1	50	18	20	90
Број на одморалишта	0	0	0	0	0	0
Број на легла во одм.	0	0	0	0	0	0
Кампови	0	0	0	0	0	0
Број на прив.куќи за сместување	0	60	0	0	0	60
Број на легла во прив.куќи за сместување	0	120	0	0	0	120

#### Капацитети за сместување во Шарпланински регион

(Извор: Општини од Шарпланински регион, 2010)

Бројот на угостителските објекти на национално ниво во периодот 2003-2006 скокнал од 1760 на 2058 објекти, во кој период најголем пад има како бифеата и работничките ресторани, додека пораст бележат класичните ресторани и други угостителски објекти.



<b>Број на угостителски објекти на национално ниво</b>				
	2003	2004	2005	2006
<b>Класични ресторани</b>	266	329	357	299
<b>Кафеани</b>	317	281	251	201
<b>Бифе</b>	239	227	218	178
<b>Работнички ресторани</b>	88	79	76	70
<b>Ќебапчилници</b>	104	182	136	170
<b>Други угостителски објекти</b>	746	1174	1152	1140
<b>Вкупно</b>	<b>1760</b>	<b>2272</b>	<b>2190</b>	<b>2058</b>

**Угостителски капацитети на национално ниво**  
(Извор: ДЗС, 2005)

Во Шарпланинскиот регион постојат голем број на угостителски капацитети од локални кафеани, чајцилници до модерни ресторани со интернационална храна. Според податоците од општините најголем капацитет имаат рестораните и кафе баровите/чајцилници во регионот, а веднаш зад нив се пицериите и објектите за брза храна. Бројот на угостителските објекти во овој регион е значаен и е на второ место по региони во Република Македонија. Бројот на угостителски објекти во Шарпланинскиот регион е во постојан пораст што укажува на зголемената побарувачка, но и на зголемените инвестиции во овој дел од туризмот.

	<b>Бого виње</b>	<b>Теарце</b>	<b>Јегуновце</b>	<b>Врапчиште</b>	<b>Тетово</b>	<b>Вкупно</b>
Број на ресторани	6	9	2	10	42	27
Капацитет на ресторани	300	800	720	600	3000	2420
Број на пицери	2	4	0	0	20	6
Капацитет на пицери	20	55	0	0	1200	75
Број на објекти за брза храна	0	7	0	30	50	37
Капацитет на обј. за брза храна	0	30	0	150	500	180

Број на кафе бар/чајцилници	5	80	8	50	85	143
Капацитет на кафе бар/чајцилници	100	170	400	1000	3000	1670
Број на прив.куќи за исхрана	0	0	0	0	0	0
Капацитет на прив.куќи за исхрана	0	0	0	0	0	0
Број на локални кафеани	81	20	20	50	/	171
Капацитет на локални кафеани	567	115	150	1000	/	1832

**Капацитети за исхрана во Шарпланински регион**  
(Извор: Општини од Шарпланински регион, 2010)

Според податоците од општините во регионот постојат 5 затворени спортски објекти и околу 55 отворени спортски терени. Бројот на интернет кафе објекти е околу 80 со достапност во сите населени во општините.

	Боговиње	Теарце	Јегуновце	Врапчиште	Тетово	Вкупно
Спортски затворен објект	1	0	0	0	4	5
Спортски отворен терен	8	14	13	5	15	55
Интернет кафе	8	9	1	20	40	78
Ноќен клуб	0	1	1	0	5	7

**Капацитети за забава во Шарпланински регион**  
(Извор: Општини од Шарпланински регион, 2010)



Во регионот во сите општини е развиено планинарењето, низ систем на природни или традиционално користени планинарски патеки, каде мал дел од нив е одбележан. За најголем дел од патеките никој не е задолжен за одржување, така што за нив се грижи локалното население, некои НВОи и посетителите.

Скијањето и другите снежни спортови се развиени само во општина Тетово и тоа на Попова Шапка иако постојат можности за развој на овој спорт и во другите општини од регионот. Велосипедизмот и ловот се доста развиени, иако во последните две години концесиите за лов не се дадени на ниту еден ентитет. За останатите спортови како што се јавање на коњи, набљудување на птици, падобранство и параглајдинг постојат многу можности, но сеуште нема развиено целосен туристички производ за ваков вид на активности.

	Боговиње	Теарце	Јегуновце	Врапчиште	Тетово
Планинарење	x	x	x	x	x
Скијање					x
Други снежни спортови					x
Посета на пештери					
Велосипедизам	x	x	x	x	x
Риболов				x	
Лов	x	x		x	x
Јавање на коњи					
Набљудување на птици					
Падобранство					x
Параглајдинг		x			

**Капацитети за спорт во Шарпланински регион**

(Извор: Општини од Шарпланински регион, 2010)

- Транспортна инфраструктура

Од аспект на развиеност на патната мрежа, Полошкиот плански регион е релативно добро покриен. Низ регионот поминува 68 км автопат, а центарот на регионот Тетово се наоѓа на 30 минути од Скопје, на растојание од 40 км. Освен овој магистрален пат кој понатаму го поврзува регионот со Југозападниот дел од Македонија (Охрид) постојат и неколку регионални патишта и голем број на локални патишта. Поголеми проблеми во патната инфраструктура нема, освен во повисоките предели на Шар Планина каде дел од патиштата не се доизградени, а дел се во лоша состојба и потребно е реновирање. Оваа е посебно значајно за регионалниот пат Тетово - Попова Шапка, како еден од основните предуслови за развој на туризмот.

Карактеристично за Полошкиот како и за сите други региони во Република Македонија е недоволната развиеност и квалитет на локалната патна мрежа. Ова

пред сè е последица на недоволното одржување на истата и недоволните инвестиции. Слабата развиеност на локалната патна мрежа е особено карактеристична за планинските области во секој од регионите.

Инфраструктура/Регион	Вкупно (РМ)	Вардарски	Источен	Југозападен	Југоисточен	Пелагониски	Полошки	Североисточен	Скопски
<b>Патишта</b>									
Локални км	9155	1120	1183	1303	910	1173	<b>1261</b>	900	1305
Магистрални км	1123	116	156	154	174	113	<b>124</b>	133	153
Регионални км	3806	577	345	471	440	879	<b>378</b>	392	324
Коефициент пат.	0.55	0.44	0.49	0.58	0.55	0.46	<b>0.7</b>	0.62	0.92
<b>Железница км</b>	<b>682</b>	<b>184</b>	<b>70</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>114</b>	<b>83</b>	<b>67</b>	<b>95</b>
км <sup>2</sup> /км <sup>2</sup>	27	44.1	17.3	8.56	8.46	57.18	<b>22.15</b>	13.22	29.43
км <sup>2</sup> /100.000 жители	33.9	136.9	9.56	12.09	14	47.46	<b>27.13</b>	18.94	16.4

**Патна и железничка мрежа по региони**

(Извор: ДЗС, 2008)

Највисок коефициент на патишта после Скопскиот има Полошкиот регион со коефициент 0.7, додека со 83 км железница регионот има 27.13 км железница на 100.000 жители.

Основен проблем за ефикасен железнички транспорт е недооформената железничка мрежа на национално ниво, односно одредени правци завршуваат со слеп колосек. Постојната железничка инфраструктура е во лоша состојба и е неопходно нејзино итно реконструирање за да се обезбеди брз и сигурен транспорт на стоки и патници.

Со постојните меѓународни патнички аеродроми во Скопје и Охрид, Полошкиот регион е добро поврзан, Тетово од Скопскиот аеродром е оддалечено 1 час, додека од Охридскиот два часа.

## 6. ПОТЕНЦИЈАЛНИ ПАЗАРИ

Во вкупниот број на туристи, странските туристи учествувале со 58,2% во 1987 година кога бројот на странските туристи бил најголем, до 29,9% во 2001 год. кога нивниот број бил најмал (сметано од 1956 до 2006). Во 2006 година бројот на странски туристи порасна на 38,6% од вкупниот број туристи, додека во 2009 истиот претставува 34,5% од вкупниот број туристи. Намалувањето на туристите се должи на кризата која го зафати просторот на бивша Југославија, намалената безбедност и политичката нестабилност кои креираа лоша слика за Македонија во очите на странските туристи.

Во однос на општините кои ги посетуваат туристите, водечката позиција му припаѓа на Охрид со вкупен број од 165.965 туристи во 2005 година, што претставува 32,5% од вкупниот број туристи во 2005 год.

Општина	2001	2002	2003	2004	2005
Вкупно	333.308	441.712	483.151	465.015	509.706
Охрид	97.757	163.428	17.5810	152.174	165.965
Скопје	77.622	83.746	100.674	97.010	111.700
Битола	26.993	31.128	29.975	28.126	28.519
Гевгелија	20.682	20.360	24.064	29.306	36.151
Струга	18.649	45.162	57.660	61.822	61.522
Ресен	12.397	14.754	15.029	10.651	9.587
Струмица	11.264	10.316	9.864	13.974	24.518
Тетово	9.998	6.146	3.610	7.849	7.400
Велес	9.289	7.539	7.982	4.437	3.802
Крушево	8.421	15.112	16.377	14.672	16.928
Гостивар	6.817	6.281	12.645	14.830	13.155
Берово	4.977	2.651	1.600	1.344	1.364
Куманово	4.528	4.894	2.910	2.007	2.232
Дебар	4.107	7.334	6.222	5.964	6.410
Кавадарци	3.766	4.240	3.865	2.814	2.274
Делчево	2.899	4.798	1.389	973	531
Штип	2.483	3.334	2.715	3.510	4.449
Кичево	2.040	1.697	1.218	2.556	2.396
Прилеп	1.881	1.514	2.243	3.261	3.519

Кочани	1.806	3.171	1.823	3.262	2.186
Радовиш	1.099	116	269	436	510
Неготино	974	1.809	851	1.083	1.488
Валандово	766	827	1.116	378	672
Брод	756	403	470	434	141
Свети Николе	531	175	54	19	14
Виница	485	461	1.021	747	827
Кратово	144	140	126	110	62
Пробиштип	112	102	0	10	6
Демир Хисар	65	74	65	0	0
Крива Паланка	0	0	1.504	1.256	1.378

**Број на туристи по општини 2001-2005**

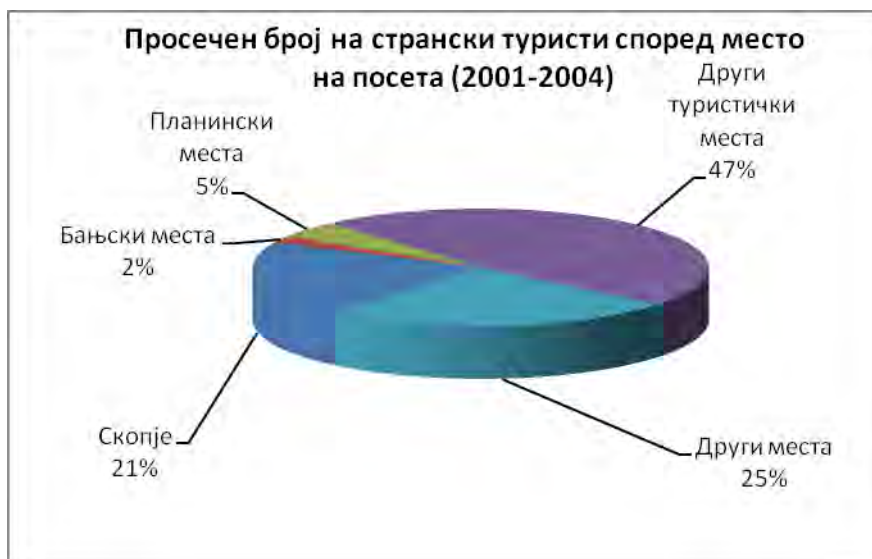
*(извор: ДЗС 2006)*

Веднаш зад Охрид следува Скопје со голем број на деловни туристи, а потоа следуваат Битола и Гевгелија, каде регионалниот туризам со Република Грција е во постојан подем. Општина Тетово која во времето на собирањето на податоците ги има вкalkулирано и податоците од руралните општини од Шарпланинскиот регион има само 7.400 регистрирани туристи во 2005 година, што претставува продолжување на трендот на опаѓање на туристите. Најновите сознанија укажуваат дека во периодот 2005-2009, бројот на туристите се зголемува и во 2009 година се движи околу 10.000.

Во периодот од 2001 до 2005 година најатрактивна локација за туристите бил градот Скопје, што претставува реална слика, земајќи предвид дека најголемиот дел на деловните посети од странство се остварени во главниот град.

Од вкупниот број на странски туристи во периодот од 2001 до 2004 год. 21% престојувале во Скопје, 5% во планински места, 2% во бањски места, а 47% во други туристички места, што ги подразбира природните и вештачки езера во Република Македонија. Вкупно 25 % од туристите одлучиле да ги посетат останатите општини во Република Македонија, каде не постојат бањи, езера или достапни планински локалитети.





Просечен број на странски туристи 2001-2004

(извор: ДЗС, 2006)

Домашните туристи во последните четири години 20% од остварените патувања ги оствариле во Скопје, 11% на планинските места, 5% во бањските места, 55% во други туристички места (најмногу езерата), и 9% во останатите места од земјата.



Просечен број на домашни туристи според место на посета

(извор: ДЗС, 2006)

Земја	Број на туристи				
	2002	2003	2004	2005	2006
Австрија	1919	2564	2503	2736	3490
Албанија	9086	12088	13452	16868	16188
Белгија	970	1243	996	1157	1414
Белорусија	154	157	197	188	127
Босна и Херцеговина	1885	2687	3648	4021	4240
Бугарија	11703	14147	12156	17462	17421
Велика Британија	3916	4517	4049	5099	5318
Германија	6084	6317	6522	6995	7659
Грција	14677	27042	29901	33080	30835
Данска	786	1048	1379	1165	1018
Ирска	525	482	522	659	991
Исланд	153	159	118	125	137
Италија	3076	3626	3618	4259	4651
Норвешка	1059	1108	962	1051	1277
Полска	1095	1029	1233	1254	1332
Португалија	308	432	331	365	511
Романија	1255	1330	1144	1733	1662
Руска Федерација	1246	1352	1487	2092	1998
Словачка	481	559	554	554	636
Словенија	3837	4579	5444	7514	9228
Србија и Црна Гора	23239	27325	30771	39147	38208
Украина	908	706	724	617	641
Унгарија	1985	2173	1320	1582	1835
Финска	683	768	782	835	885
Франција	2542	3513	2845	3017	3133
Холандија	2016	2470	2652	4218	3809
Хрватска	4097	5467	6828	7667	8817
Чешка	927	1155	905	1290	2108
Швајцарија	965	1485	1598	1845	1924
Шведска	1082	1503	1596	1854	1937
Шпанија	842	1386	895	1213	1154
Австралија	844	1187	1116	1563	2014
Нов Зеланд	128	99	96	143	264
Канада	776	970	704	851	906
САД	6997	7403	7658	7588	8275
Израел	430	526	676	1207	1170
Јапонија	594	1076	931	1041	1212
Турција	5180	5755	6496	7379	7804
<b>Вкупно</b>	<b>122861</b>	<b>157692</b>	<b>165306</b>	<b>197216</b>	<b>202357</b>

**Број на странски туристи**

(извор: ДЗС, 2006)

Најзначајни земји за туризмот во Република Македонија од каде доаѓаат странските туристи се земјите од регионот (Србија, Грција, Бугарија, Црна Гора, Албанија, Хрватска), а после нив следуваат Словенија, Германија, САД и др.).

Според разработената нацрт верзија на стратегија за развој на туризмот во Република Македонија, земајќи ги предвид потенцијалите на Шарпланинскиот регион, туристички пазари зависат и од типот на туристичкиот производ и на национално ниво се делат на приоритетни и секундарни пазари.

Изборот на приоритетните пазари може да се заснова на одреден број критериуми кои опфаќаат: обем - број на посетители, потрошувачка по глава, сезона на посетата, подложност на влијанија, пристап до Македонија. Според овие критериуми национално гледано приоритетни пазари за Република Македонија се: Австрија, Франција, Германија, Грција, Италија, Холандија, Швајцарија, Велика Британија и САД. Секундарни пазари за Република Македонија се: Албанија, Србија, Косово, Црна Гора, Бугарија, Хрватска, Словенија, Турција и Унгарија.

Земајќи ги предвид можностите за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион и критериумите за избор на пазарите, наведени погоре и разработени во нацрт верзијата на Националаната стратегија за туризам, како најзначајни пазари за туризам поделени според видот на туристички производ се:

- **Зимски спортови:** Албанија, Косово, Србија, Холандија, Велика Британија
- **Планинарење и рурален туризам:** Австрија, Германија, Франција, Швајцарија, Велика Британија, Холандија.
- **Лов и риболов:** Франција, Германија и Италија.
- **Екстремни спортови:** Австрија, Франција, Германија, Италија, Холандија, Швајцарија.

## 7. КЛУЧНИ НАОДИ И ПРЕПОРАКИ

Шарпланинскиот регион има огромен потенцијал за развој на туризмот кој се базира на природните потенцијали, културно - историското наследство, традициите, силно развиениот претприемачки дух, како и развиен високообразовен систем од два универзитети со голем број високо школски институции. Развојот на туризмот во Шарпланинскиот регион бара широка вклученост од сите засегнати страни, вклучувајќи го Центарот за развој на Полошкиот регион, општините, туристичките ентитети, образовните институции, владините институции, бизнис секторот. Од друга страна за целисходен развој на туризмот потребно е фокус на одредени типови туристички производи кои како такви ќе бидат промовирани и поддржани од сите национални и регионални институции/организации. Развојот на туризмот на регионално ниво во сите аспекти треба да биде во согласност со националната рамка за поддршка и промоција на туризмот.

## **Клучни наоди од истражувањето**

- 1. Развој на зимските спортови**
- 2. Развој на заштитени подрачја на природата**
- 3. Развој на руралниот туризам со сите видови на алтернативен туризам**
- 4. Заштита и унапредување на животната средина**
- 5. Маркетинг и промоција на туристичките вредности и производи**
- 6. Развој на човечките ресурси**
- 7. Меѓугранична соработка**

### **1. Развој на зимските спортови**

Шарпланинскиот регион има огромни предности за развој на зимските спортови кои лежат во природните потенцијали на целиот планински масив. Планината изобилува со високи врвови, благи терени, дебела снежна покривка во поголемиот дел од сезоната дури и на пониски надморски височини. Од друга страна постои добра патна инфраструктура која го поврзува регионот со урбаните центри во земјата и регионот, Скопскиот аеродром е на еден час оддалеченост од регионот, а околината е богата со голем број на природни и културни атракции.

Најзначајна локација за развој на зимските спортови е Попова Шапка која во минатото важеше за современ регионален ски центар со редовни посетители од земјата и од регионот. Во последните петнаесет години во овој туристички центар бројот на туристите значително се намали, а со тоа и голем дел од капацитети останаа запоставени. Во меѓувреме, поради непостоење на Детални урбанистички план за оваа локација се изградија голем број на индивидуални објекти -дивоградби без постоење на урбанистичка документација, каде некои од нив и сериозно го нарушија нормалното функционирање на дел од туристичката инфраструктура. Заради илустрација, постојната жичарница од Шапка до Тетово, освен што скоро целосно е уништена, на патеката каде што сообраќаше дополнително се изградени два нови објекти (дивоградби) кои би требало да требало да бидат срушени доколку жичарницата повторно профункционира. Постојната викенд населба е доградена со нови објекти за кои не постои целосна инфраструктура. Стопанисувањето на ски центарот на Попова Шапка го раководи државното претпријатие ЕЛЕМ, а приватните инвестиции на таа локација се минимални.

Основниот проблем во овој дел е непостоењето на ДУП (Детален Урбанистички План) за Попова Шапка кој претставува сериозна пречка за барање на инвеститори кои би вложиле во реконструкција и модернизирање на центарот.

## **Препорака:**

- **Изработка на ДУП за Попова Шапка**

Деталниот урбанистички план ќе треба да одговори на прашањата за сопственоста, да ги реши имотно- правните односи за спорните објекти, да најде решение за дивоградбите и постојната инфраструктура. Планот треба да ги предвиди можностите за проширување за нови објекти кои опфаќаат нови ски терени, локации за хотели и други објекти за рекреација, локации за проширување на викенд населбата, локации за паркинзи, објекти за исхрана, забава како и други сервисни објекти. Со планот ќе се дефинираат сите можности за развој на Попова Шапка кои ќе овозможат да се добие јасна слика за тоа што постои, што може да се реновира, што може да се изгради и во колкав обем може да се гради. Постоеното на овој план е нужно и претставува предуслов за било каков развој на зимските спортови.

- **Развивање на процес на изнаоѓање на стратешки инвеститор**

Дефинирање на тендерска документација е следен чекор по донесување на ДУП која документација треба да се искористи во процесот на наоѓање на стратешки инвеститор со искуство во развивање и менаџирање на зимски центри. Со изнаоѓањето на стратешки партнер ќе се помогне процесот на маркетингање на ски центарот како современа локација за зимски одмор. Тендерската документација треба да ги содржи сите елементи кои ќе се прецизираат и објаснат во ДУП. Тендерската документација треба да ги предвиди потребните инвестиции, локации, начинот на трансформација на постојните капацитети, начинот на работа и времето на користење. Вака подготвената документација потоа може да се користи за промоција и барање на нови инвеститори кои би го презеле управувањето со Попова Шапка.

## **2. Развојот на заштитените подрачја**

Изобилството на разновидна флора и фауна во Шарпланинскиот регион, класифицирана на меѓународните листи за заштита на одредени видови, како и постоењето на делови од недопрена природа и уникатни пејзажи, претставуваат основа за заштита на деловите од Шар планина и нивно прогласување во заштитено подрачје. Со отпочнувањето на иницијативата за создавање на НП Шар Планина е направена грешка уште во почетокот која се рефлектира врз сфаќањата за заштитено подрачје и односот кон оваа иницијатива од локалното население. Имено локалното население во оваа иницијатива препознава забрана за вршење на голем дел од активностите во планината и забрана за вршење на земјоделска/сточарска дејност, а со тоа гледа на создавањето на НП како целосно неприфатлив чекор за нив. Развојот на заштитени подрачја според неколкуте категории на заштита од споменик на природата до национален парк е значајна препорака за развој на туризмот во Шарпланинскиот регион. Ефектите од прогласувањето на заштитено подрачје треба да бидат јасно прецизирани и објаснети на локалното население за да може да разбере што губи, а што добива

од ваков процес. Ова е особено важно да се разјасни во процесот на јавна расправа за да се избегнат негативните размислувања на населението дека заштитеното подрачје носи само проблеми, но не и позитивни ефекти за локалното население и развојот на регионот.

### **Препорака:**

- **Изработка на студија за валоризација на природните вредности во Шарпланинскиот регион**

Изработка на студија за валоризација на природните вредности на Шарпланинскиот регион систематизирани според меѓународната класификација ќе овозможи прибирање на сите релевантни податоци за природното наследство на овој регион, што од тоа природно наследство е загрозувано на меѓународно и национално ниво и кој степен на заштита треба да се предвиди. Во таа насока делови од Шар Планина со сигурност ќе треба да се прогласат со висок степен на заштита (национален парк), додека други одредени делови ќе имаат понизок степен на заштита (споменик на природата, заштитен пејсаж итн.). Тоа би значело дека активностите на населението во одредени подрачја и понатаму ќе се одвиваат нормално, додека во одредени делови активностите ќе бидат лимитирани.

- **Јавна расправа за ефектите од прогласување на Национален парк Шарпланина со сите заинтересирани страни**

После изработка на студијата треба да се преземе јавна кампања со сите релевантни фактори во регионот и со локалното население, се со цел да се објаснат ефектите од прогласување на НП Шарпланина. На овие расправи сите отворени прашања би биле дискутирани и соодветно решение прифатливо за сите засегнати страни би било изнајдено и вградено во студијата за валоризација. Следствено на јавната расправа ќе може да се дефинираат границите на заштитеното подрачје согласно меѓународните стандарди и националното законодавство и да се започне со подготовка на план за управување.

### **3. Развојот на руралниот туризам со сите видови на алтернативен туризам**

Руралниот туризам е идентификуван како потенцијал за развој во сите општини од регионот, како и во Програмата на Центарот за развој на Полошкиот Плански Регион. Најголемите предности за развој на руралниот туризам се големиот број на населени места (села) низ Шар Планина, сеуште висок процент на младото население во голем дел од овие села, постоењето на патна инфраструктура и основната комунална инфраструктура, а од друга страна огромни природни потенцијали (реки, езера, водопади, пејзажи, разни видови шума, многу патеки низ природата, планински врвови и висови над 2000 м, културни обележја на регионот

со специфична селска архитектура, културно -историски споменици, специфични традиции, сувенири, традиционални јадења.

Во регионот постојат голем број на туристички патеки за пешачење, велосипедизам, планинарење. Дел од овие патеки се расчистени благодареејќи на напорите на локалното население и некои НВОи, додека поголемиот дел се необележани и нерасчистени. За многу мал дел од патеките постојат патокази, кои се резултат на одредени проекти, додека за останатите е потребен водич. Туристичките патеки претставуваат голем потенцијал за развој на руралниот туризам. Затоа нивното уредување, одржување и соодветна промоција е неопходно за да бидат понудени како дел од туристички производ. Планинарските домови се вториот сегмент од проектите за рурален развој. Во минатото постоеле повеќе планинарски домови, а имало и тренд за изградба на нови. Некои од нив денеска се целосно руинирани, а некои во очајна состојба каде се потребни поголеми зафати за реновирање.

### **Препорака:**

- **Мапирање и изградба на туристички патеки**

Мапирање на туристичките патеки, кои се патеки постојат, кои од нив се атрактивни, кои од нив може да влезат во туристичка понуда, колку е потребно да се инвестира за да станат целосно организирани, кој и колку е потребно за нивно одржување е значаен сегмент за развој на руралниот туризам. По целосната анализа на постојните и потребните патеки за атракциите во регионот, потребно е да се изработи план за изградба на туристички патеки и поставување на патокази на најзначајните идентификувани патеки во регионот.

- **Изградба на соодветна инфраструктура до туристичките атракции**

Голем број од туристички атракции во регионот се недостапни за туристите бидејќи истите не се поврзани со населените места. За таа цел изградбата на планински патишта, или нивна реконструкција е значаен проект за подобрување на туристичката инфраструктура. Ова е особено важно за уникатните атракции како Боговињско езеро, Црно езеро и Беловишки водопади. Освен патишта до атракциите е потребна и изградба на придружна инфраструктура околу истите, како што се огради, клупи, маси, столчиња.

#### **4. Заштита и унапредување на животната средина**

Животната средина претставува предуслов за развој на туризам во регионот. Еден од најголемите проблеми во регионот е постоењето на диви депонии кои некаде постојат и десетици години наназад. Тоа претставува опасност од разни болести и



инфекции како за животната средина, така и за населението кое живее во близина на овие депонии. Од друга страна ја нарушува целосно сликата за туристичко подрачје, дестинација бидејќи една од основните карактеристики на просторот каде што се развива туризам е заштитена и одржувана животна средина.

#### **Препорака:**

- **Изградба на регионална депонија и организирано собирање на отпадот**

Организирано чистење на дивите депонии во соработка со ЈП и локалното население е битна активност која значително би влијаела на процесот на заштита на животната средина, но не би го решила проблемот долготрајно. За таа цел основната препорака во овој дел е да се направи организиран пристап преку изградба на регионална депонија и изработка на студија за заштита и мониторинг на животната средина во Шарпланинскиот регион, каде ќе се анализираат критичните точки, ќе се одреди степенот на загадувањето и ќе се предвидат можните решенија. Регионалната депонија би требало да го реши проблемот со дивите депонии, да го подобри квалитетот на животната средина, но и квалитетот на животот на луѓето од регионот. Само на овој начин може да се постави основата за развој на туризмот, бидејќи било кое друго краткорочно решение би било импровизација.



## **5. Маркетинг и промоција на туристичките вредности и производи**

Маркетинг и промоција на туристичките вредности и производи е еден од најбитните елементи за развој на туризмот. Соодветен маркетинг е клучен во продажбата на туристичките производи и креирање на имиџот за туристичка дестинација. Во последните неколку години Владата на РМ ги презеде најзначајните маркетинг активности од постоењето на земјата до денес промовирајќи ја Република Македонија како дестинација низ светските медиуми, но и низ мрежата на дипломатско - конзуларни претставништва. Иако се преземаат крупни чекори во оваа насока, сеуште има потреба до посериозни чекори во оваа насока. Шарпланинскиот регион е дел од националниот маркетинг и промоција, но дополнително треба се преземат и регионални активности за домашните и туристите од регионот. Во овој дел најзначајна е улогата на Центарот за регионален развој на Полошкиот регион.

### **Препорака:**

- **Креирање на туристичка интернет презентација за регионот**

Креирање на туристички интернет презентација на регионот (презентирање на туристички информации, линкови) како и нејзино навремено одржување е основната препорака. Собирањето на сите релевантни туристички информации на едно место и нивна презентација на јазиците на туристите од приоритетните и секундарни пазари е првата позначајна работа за маркетинг на оваа туристичка дестинација. Тоа ќе биде основа за понатамошните чекори кои опфаќаат: зголемување на свеста на домашно и меѓународно ниво за туристичките производи, подобрување/зголемување на приходот од странските туристи, олеснување на планираното патување и резервирањето со тоа што сеопфатни информации за производите и услугите ќе им бидат лесно и редовно достапни на агенциите и посетителите. Центарот за развој на Полошкиот регион е одлична регионална организација која би можела да ги организира сите активности кои се поврзани со промовирање на регионот пред потенцијалните туристи.

## **6. Развој на човечки ресурси во руралниот туризам**

Човечките ресурси, т.е. луѓето кои се грижат за потребите на туристите се значаен фактор за развој на туризмот, бидејќи една од работите што туристите најмногу ќе ја запаметат се луѓето кои се грижат за нивните потреби. Затоа добро обучен и пријателски настроен персонал е клучен за успешен бизнис во една успешна туристичка дестинација. Добро обучениот и мотивиран персонал е сигурен и вешт во извршувањето на својата работа. Тоа резултира во среќен и пријателски настроен персонал кој позитивно ќе комуницира со корисниците.

### **Препорака:**

- **Развој на пакет обуки за туристичките работници**

Во Шарпланинскиот регион постојат две високообразовни институции каде постои кадар и искуство за развој на човечки ресурси според потребите на туризмот. Постојаниот развој и надградба на човечките ресурси е нужно во создавање на регионална туристичка дестинација. Затоа е потребно да се работи на развивање на пакет обуки за туристичките работници во соработка со универзитетите, туристичките агенции, туристичките капацитет. Овие обуки ќе можат брзо и ефикасно да ги трансферираат потребните вештини на туристичките работници и да бидат дел од неформалното образование, додека напоредно се работи на дизајнирање на програма за туристички работници на универзитетите како дел од формалното образование.

## **7. Меѓугранична соработка**

Шарпланинскиот регион како целина која го опфаќа Шарпланинскиот масив се протега на територијата на Република Македонија и Република Косово. И на двете страни од планинскиот масив постојат услови за развој на туризмот, т.е. веќе постојат зимски центри, и тоа Попова Шапка на македонската страна и Брезовица на косовската страна. Од друга страна природните и културни атракции се многубројни и на двете страни. Целината на регионот со сите атракции претставува уникатна можност во развивањето на регионален туризам. За таа цел потребно подобро регионално поврзување на луѓето, бизнисите и институциите заради размена на искуства и креирање на заеднички производи за пазарот.

### **Препорака:**

- **Инвестиции во патна инфраструктура за подобрување на комуникацијата меѓу двете страни**

Подобрување на патната инфраструктура помеѓу двете држави, т.е. двата региони е основниот чекор за подобрување на комуникацијата меѓу луѓето, бизнисите, институциите, организациите. Како основна препорака во овој дел е изградбата на патот Призрен – Тетово.

## 8. ПРОЕКТИ

Шифра	Цели	Пр. број	Шифра	Проекти /Акции	Индикатори за успех	Потребно време	Одговорен субјект	Буџет ЕВРА
<b>РАЗВОЈ НА РУРАЛЕН ТУРИЗАМ ВО ШАРПЛАНИНСКИОТ РЕГИОН</b>								
S.G.1-SO 1	Развој на туристичка инфраструктура	001	S.G.1-SO1-PO1	Мапирање на туристичките патеки во регионот (планинарски, mountain bike патеки, патеки за пешачење итн.)	Патеките се мапирани, начинот на користење утврден, одржувањето предложено	6 месеци	ЛЕР, НВОи, ЦРППР	15.000
		002	S.G.1-SO1-PO2	Планирање, изработка и поставување на патокази на туристичките патеки	Поставени патокази и одбележани патеки	12 месеци	ЛЕР, НВОи, ЦРППР	60.000
		003	S.G.1-SO1-PO3	Анализа на состојба со планинарските домови од аспект на сопственост, рунираност и можност за развој и разгледување на можност за изградба на нови Планинарски домови според модел проект	Систем на планинарски домови развиен во согласност со патеките (одржување на објектите)	12 месеци	ЛЕР, НВОи, ЦРППР; Влада на РМ	50.000
		004	S.G.1-SO1-PO4	Подобрување на состојбата на постојните планинарските домови и нивно одбележување (Јелак, Лешница, Љуботен, Три Води, Ујмира, ПД Врањовце Гостивар) и изградба на нови планинарски домови на атрактивни локации (според воспоставен систем на патеки)	Нови современи објекти на располагање на посетителите	24 месеци	НВОи, ЦРППР, Влада на РМ	400.000

005	S.G.1- SO1-PO5	Попис и систематизирање на сите објекти за сместување и исхрана и креирање на дата база	Дата база со сите информации за туристички објекти се одржува и е достапна за туристите	8 месеци	ЛЕР, ЦРППР	10.000
006	S.G.1- SO1-PO6	Изградба на патишта за поврзување на туристичките атракции со населените места (Боговињско езеро, Црно Езеро, Бајниче, Беловишки водопади, Пршовце, Три Води итн.)	Туристичките атракции се лесно достапни за туристите и лесно се одржуваат	20 месеци	ЦРППР, Општини, Влада на РМ	300.000
007	S.G.1- SO1-PO7	Изградба на инфраструктура околу постојни туристички атракции (огради, клупи, маси, столчиња)	Туристичките атракции се организирани и посетите од туристите се зголемени	12 месеци	ЦРППР, Општини, Влада на РМ	90.000
008	S.G.1- SO1-PO8	Пилот проект за развој на селски туризам преку партнерство со постојни активности (пр. село Брајчино, Преспа)	Пилот проектот овозможува осознавање на придобивките од реализација на ваков проект за економски развој на локалното население	24 месеци	ЦРППР, Општини	50.000
009	S.G.1- SO1-PO9	Поддршка на развој на туристички кооперативи	Туристичките кооперативи претставуваат одличен модел за развој на руралниот туризам	15 месеци	ЦРППР, Консултанти	20.000
<b>РАЗВОЈ НА ЗИМСКИ СПОРТОВИ НА ШАР ПЛАНИНА</b>						
010	S.G.1- SO1-PO10	Изработка на урбанистичка документација за Попова Шапка, (сопственост, локации, можност за инвестирање и проширување, локации за нова викенд населба, локации за нови комплекси на хотели	Целосна урбанистичка документација е усвоена и важечка	12 месеци	Општина Тетово, ЦРППР, Влада на РМ	50.000

			локации за нови сервисни објекти ..)				
011	S.G.1-SO1-PO11	Изработка на студија за рестартирање на жичарата Тетово - Попова Шапка	Идентификувани можностите за рестартирање и потребните инвестиции	10 месеци	ЦРППР, Општини МТС Влада на РМ	25.000	
012	S.G.1-SO1-PO12	Реконструкција на патот Тетово - Попова Шапка	Патот е целосно функционален и одбележан со вертикална и хоризонтална сигнализација	12 месеци	Општини, ЦРППР, Влада на РМ	500.000	
013	S.G.1-SO1-PO13	Изработка на студија за потенцијалот за развој на <b>нови</b> локации за зимски спортови низ Шар планина	Идентификувани нови локации за зимски спортови	15 месеци	ЦРППР	20.000	
014	S.G.1-SO1-PO14	Подготовка на тендерска документација за привлекување стратешки инвеститори за Попова Шапка	Сите детали околу локацијата се прецизирани и јасни за потенцијалните инвеститори	10 месеци	Општина Тетово, ЦРППР, Влада на РМ, Агенција за инвестиции	20.000	
015	S.G.1-SO1-PO15	Реконструкција на старите и изградба на нови паркинг локации	Изграден и организиран систем на паркинг локации во Шарпланински регион	12 месеци	ЦРППР, Општини	200.000	
016	S.G.1-SO1-PO16	Издавање на Попова под концесија по изработено урбанистичко решение	Попова Шапка е модернизирана и бројот на туристи е зголемен	24 месеци	Општини, Влада на РМ	100.000	
017	S.G.1-SO1-PO17	Планирање и одредување на локација за Хелиодром	Локацијата за Хелиодром е одредена и испланирана	24 месеци	Општини, Влада на РМ	10.000	
019	S.G.1-	Изработка на студија за изградба на терени за зимски и летни спортови	Зимно време (лизгалиште, хокеј и карлинг) летно време (терени	20 месеци	Општини, ЦРППР,	30.000	

			S01-PO19	(лизгалиште)	за тенис фудбал и други летно спортови		Влада на РМ	
		020	S.G.1- S01-PO20	Трасирање на патеки за нордиски дисциплини	Направени нови патеки за нордиски дисциплини	15 месеци	Општини, ЦРППР, НВОи	20.000
		021	S.G.1- S01-PO21	Дизајнирање на патеки за екстремни ски спортови	Подготвен план за патеки за екстремни ски спортови	12 месеци	Општини, ЦРППР, НВОи	35.000
		022	S.G.1- S01-PO22	Дизајнирање и изработка на парк за даска (snow board)	Новиот пар за snow-board е функционален и ја зголемува понудата за зимски спортови	15 месеци	Општини, ЦРППР, НВОи	60.000
		023	S.G.1- S01-PO23	Анализа на можностите за ХЕЛИ скијање (скијање по врвови)	Изготвена студија за ХЕЛИ скијањето, потенцијалите и потребните инвестиции	10 месеци	Општини, ЦРППР, НВОи	15.000
S.G.1-SO 2	Развој на заштитени подрачја (ЗП)	024	S.G.1-SO2- PO1	Студија за валоризација на природните вредности на Шарпланинскиот регион	Вредностите на Шарпланинскиот регион се валоризирани и соодветно систематизирани по меѓународна класификација	15 месеци	МЖСВПП, Општини, ЦРППР, Експерти, Влада на РМ	40.000
		025	S.G.1- SO2-PO2	Јавна расправа за ефектите од ЗП за регионот и локалното население	Населението ги разбира ефектите од прогласување на ЗП и нивните коментари се вградени	8 месеци	МЖСВПП, Општини, ЦРППР, Експерти, Влада на РМ	20.000
		026	S.G.1 SO2-PO3	Дефинирање на границите на ЗП и предлог за зонирање	Границите на ЗП се дефинирани согласно меѓународни стандарди, национално законодавство и забелешките на	4 месеци	МЖСВПП, Општини, ЦРППР, Експерти, Влада на РМ	10.000



					сите засегнати страни			
		027	S.G.1-SO2-PO4	Подготовка на план за управување со ЗП Шар Планина	Согласно зонирањето и валоризација, ЗП има современ план за управување кој го определува идниот развој	8 месеци	МЖСВПП, Општини, ЦРППР, Експерти, Влада на РМ	50.000
S.G.1-SO 3	Заштита и унапредување на животната средина како предуслов за развој на туризам	028	S.G.1-SO3-PO1	Организирано чистење на дивите депонии во соработка со ЈП и локалното население	Значително подобрување на квалитетот на животна средина	12 месеци	ЛЕР, НВОи, ЦРППР, МЖСВПП Влада на РМ	200.000
		029	S.G.1-SO3-PO2	Изработка на студија за заштита и мониторинг на животната средина во Шарпланинскиот регион	Студијата го определува критичните точки, степенот на загадување и можните решенија	12 месеци	ЦРППР, МЖСВПП Влада на РМ	25.000
		030	S.G.1-SO3-PO3	Кампања за зачувување на животната средина наменета за сите рурални подрачја во регионот	Подобрување на заштита на животната средина во регионот	15 месеци	ЦРППР, Општини, МЖСВПП Влада на РМ	30.000
		032	S.G.1-SO3-PO5	Чистење на одводните канали и речните корита	Спречени поплави и загадувањето на водата за пиење	Континуирано еднаш годишно	ЦРППР, Општини, ЈП, МЖСВПП Влада на РМ	500.000
		033	S.G.1-SO3-PO6	Изработка на студија за искористување на лековитите води во регионот	Студијата овозможува преглед на потенцијалите и можностите за искористување на лековитите (минерални) води	8 месеци	ЦРППР, ЛЕР Влада на РМ	20.000
		034	S.G.1-SO3-PO7	Организирана поддршка на општините (обука и размена на искуство за процес на издавање на ИПРС еколошки дозволи)	Општините имаат капацитет и ги издаваат интегрираните еколошки дозволи	5 месеци	ЦРППР, Општини, МЖСВПП	8.000
		035	S.G.1-SO3-PO8	Поддршка на општините во подготовка на Локални Еколошки Акциони Планови	Општините ги имаат изготвено и ги спроведуваат Локалните Еколошки Акциони Планов	6 месеци	ЦРППР, Општини, МЖСВПП	6.000

S.G.1-SO 4	Маркетинг и промоција на туристичките вредности и производи	036	S.G.1-SO4-PO1	Креирање на туристичка интернет презентација на регионот (туристички информации, линкови) и одржување на web страната на ЦРППР	Зголемена заинтересираност / број на посети на web страната	4 месеци	ЛЕР, туристички кластер, ГТЗ-РЕД, ЦРППР, АПТРМ	4.000
		037	S.G.1-SO4-PO2	Подготовка и печатење на календар на фестивали и настани во Шарпланинскиот регион	Зголемен број на посети на овие настани	2 месеци	ЛЕР, ЦРППР, НВОи, Министерство за Култура, АПТРМ	4.000
		038	S.G.1-SO4-PO3	Развој, графички дизајн и печатење на промотивни материјали	Произведени 5 современи промотивни средства	8 месеци	ЛЕР, ЦРППР, НВОи, АПТРМ	15.000
		039	S.G.1-SO4-PO4	Идентификација на дистрибутивни канали (агенции, интернет портали и сл.) и дистрибуција	Дистрибуцијата го зголемува интересот одразен преку коментари/број на посети	3 месеци	ЦРППР, АПТРМ	1.000
		040	S.G.1-SO4-PO5	Креирање на туристички производи во соработка со сите туристички ентитети	Листа на туристички производи позната и достапна за туристичките агенции	12 месеци	ЦРППР, туристички ентитети, ЛЕР, НВОи, АПТРМ	30.000
		041	S.G.1-SO3-PO2	Подготовка и печатење промотивен материјал за зимски спортови	Зголемен број на посети	2 месеци	ЛЕР, ЦРППР, НВОи, АПТРМ	20.000
S.G.1-SO5	Развој на човечки ресурси во руралниот туризам	042	S.G.1-SO5-PO1	Креирање на пакет - обуки за туристички работници во соработка со ДУТ, отсек туризам	Создадено портфолио од обуки за туристички работници за потребите на ЦРППР	6 месеци	ЦРППР, ДУТ, Експерти	6.000
		043	S.G.1-SO5-PO2	Реализација на обуки за туристички работници во рурален туризам (Soft Skills, Customer Care)	Обуките го подобруваат квалитетот на туристичките услуги	6 месеци	ЦРППР, ЛЕР, Туристички кластер	10.000
		044	S.G.1-SO5-PO3	Студиска посета на развиени центри за зимски спортови од регионот	Подобrena информираноста за потребите во развој на зимските спортови	4 месеци	ЦРППР, Општини	20.000

		045	S.G.1-S05-PO4	Организирање работилници за локалното население вклучено во туризмот	Работилниците ги подобруваат вештините на локалното население вклучено во туризмот	6 месеци	ЦРППР, Општини	20.000
		046	S.G.1-S06-PO5	Обука за заинтересираните за подготовка на традиционални јадења	Традиционалната храна е популаризирана и барана од туристите	4 месеци	ЦРППР, Општини	8.000