



Истражување и проценка на капацитетите на општините Штип, Кочани, Пробиштип и Веница, за развој на активности поврзани со алтернативен туризам

Главната задача на ова истражување е да го оцени капацитетот на општините во фокусот на оваа анализа, за развој на активности иницирани од институции и граѓани поврзани со можностите за развој на алтернативниот туризмот. Анализата и оценката на капацитет за развој на ниво општина се базираат на: стратешки документи за развој на општината (стратегија и планови за развој), статистички информации и извештаи за 2015 година (последно достапни статистики) за демографската слика, мобилност на населението и работната сила, вработување и невработеност во општината; за бизнис активности и инвестиции, присуство на НВО, граѓански здруженија, резултати од спроведени истражувања, концепти и модели за регионален развој, како и преку прибирање на наменски информации преку интервјуа со претставници на локалната власт, бизнис, невладиниот сектор, новинарите, директори и/или наставниците во гимназии, претставници на различни чинители во помалите населени места во општината.

1. Генерални карактеристики на Источниот регион, со посебен осврт на општините од интерес

Општините Штип, Кочани, Пробиштип и Веница, кои се во фокусот на оваа студија се дел од Источниот плански регион, кој зафаќа 14,2% од вкупната територија на Македонија. Според статистиката од 2015 година, во тој регион живее 8,6% од вкупното население. Овој регион иако не многу економски развиен, сепак нуди многу можности, поради специфичните природно-географски, климатски и хидролошки карактеристики. Имено, најпозната култура од тој регион е оризот, а покрај тоа доста се одгледува овошје и зеленчук. Планинските масиви се полни со олово-цинкова руда, а од индустријата најзастапен е текстилот. Од друга страна, иако географски овој регион е доста поволен за развој на планински и алтернативен туризам, на терен состојбата укажува на недоволно искористен потенцијал поради недостаток на соодветна патна инфраструктура, која ги прави овие општини помалку атрактивни за домашни и странски посетители.



Извор: Државен завод за статистика, 2015

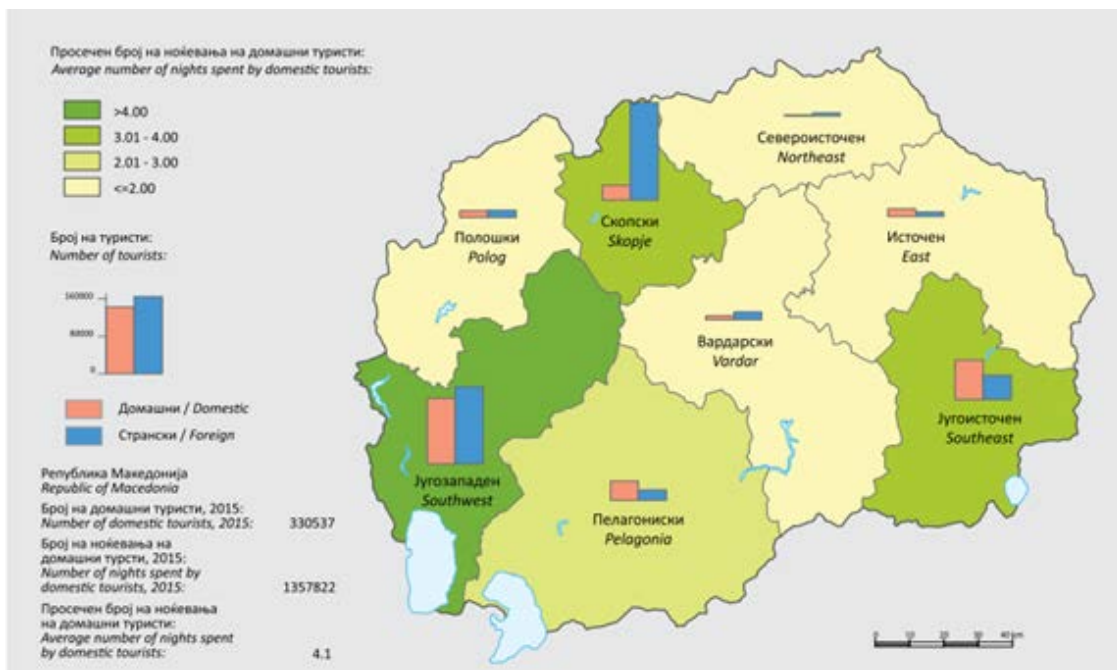
Во Табела 1 е даден приказ на одредени показатели за да се утврди потенцијалот за развој на туризмот во регионот. Позитивна карактеристика на регионот е дека писменоста е многу висока, односно изнесува 96,1%. Од вкупното активно население (62,5%) само 17,5% се невработени лица. БДП по глава на жител изнесува 226,898 денари, што е околу државниот просек, регионот се карактеризира со висок број на активни деловни субјекти (5,692 заклучно со 2015 година). Просечната плата за тој регион изнесува 16,278 денари (последно пресметан податок за регионот е 2013 година).

Табела 1: Избрани показатели

Стапка на писменост	Стапка на активност	Стапка на вработеност	Стапка на невработеност	Просечна нето плата	Број на активни деловни субјекти (2015)	БДП по глава на жител	Број на туристи
96.1	62.5	51.6	17.5	16,278	5,692	226,898	25,907

Извор: Државен завод за статистика, 2015

Сепак, регионот се карактеризира со многу ниска туристичка понуда, што е воочливо од сликата подолу. Имено, регионот е многу малку посетен и од домашни и од странски туристи. Домашните туристи кои го посетиле тој регион во најголем дел биле таму најдолго 2 дена, и тоа е регион каде странските туристи се помалку застапени од домашните.



Извор: Државен завод за статистика, 2015

Министерството за економија на секои 5 години изготвува национална стратегија за развој на сите плански региони во земјата. Така, и за источниот плански регион има изготвена програма за периодот 2015-2019 година. Еден од клучните сегменти за источниот регион е развојот на секторот туризам преку поставување на рамка за поттикнување на иницијатива за развој на севкупната понуда во рамки на секторот туризам во Македонија. Тоа се прави преку евидентирање на сите природни, културни и историски локалитети, попис на сите туристички и угостителски капацитети, и врз основа на тоа се развива регионална стратегија. Сепак, стратегијата е само почетна точка за развој, но истовремено не е обврзувачка за спроведување. Последните документи изработени на тема туризам се од 2016 година, кога е изработена студија за потенцијалните локации за развој на традиционален и алтернативен туризам.

Во сите стратешки документи од министерството за економија и министерството за просторно планирање, посебен акцент се става на развојот на туризмот. Една од клучните цели за источниот плански регион е да прерасне во позната туристичка дестинација, која ќе нуди селективни и квалитетни туристички производи, кои пред се ќе бидат атрактивни за домашните туристи, а ќе почнат да пенетрираат и во понудите кај туристичките оператори од регионот. Приоритетни сегменти за развој во источниот регион се



планинскиот, руралниот, културниот и бањскиот туризам, кои потоа нудат потпродукти во рамки на генералната група. Притоа, како појдовна точка за иден развој е предвидено да се подобри целокупната патна и сообраќајна инфраструктура, особено ако целта е да се прејде и на меѓународна промоција на туристичките продукти.

Поконкретно, приоритети по општини се:

-Штип – развој на инфраструктура за промоција на традиционалниот туризам, микро туристичка понуда, подобра промоција, обука на кадар според меѓународни стандарди, што ќе овозможи воведување инвативност во постојната туристичка понуда (бањи, ресторани, манифестации), зголемување на алтернативната понуда, како и развој на руралниот туризам.

-Кочани- искористување на главната земјоделска дејност, производството на ориз, во развој на туристичка понуда.

-Виница- промотивни материјали за постоечката понуда, издигање на традиционалната кујна и ракотворбите како квалитетен туристички продукт и поддршка за развој на рурален туризам.

-Пробиштип-поддршка на развој на рурален туризам.

Оттука трга и креирањето на прашалникот за квалитативната анализа. Имено, кај нас има тренд на креирање на студии за разни потреби, кои потоа локалните чинители или не ги користат, а во многу случаи не ни знаат за нивното постоење. Прашалниците се креирани така што трите клучни сектори за развој на туризмот во источниот плански регион ќе дадат свој увид за состојбите, ќе ги проценат тековните мрежи за соработка и ќе укажат на потенцијалот за идна соработка, со цел создавање квалитетна и разновидна туристичка понуда, атрактивна на национално и меѓугранично промовирање.

2. Вовед во квалитативно истражување

Истражувањето кое вклучува анализа и интерпретација на текстови и интервјуа со



цел да даде логично објаснување на одреден феномен се дефинира како квалитативно истражување (Auerbach and Silverstein, 2003). Главна карактеристика на квалитативниот пристап е начинот на кој се води истражувањето. Имено, квалитативниот пристап овозможува генерирање на хипотеза врз основа на одговорите добиени од интервјуата спроведени со сите засегнатите страни, а во врска со конкретно истражувачко прашање. Квалитативната компонента на овој извештај се занимава со анализа на податоци собрани преку полу структурирани интервјуа, спроведени во 4 општини од источниот плански регион на Македонија, поделени на повеќе подгрупи: (1) бизнис сектор (со осврт на секторот туризам), (2) граѓански сектор/образование, (3) локална самоуправа. Оценката за капацитет за развој се остварува врз основа на реални факти и визии за соработните, релациите и можностите на регионот, поделени во неколку подгрупи:

а. Потенцијал на бизнисот во наведените области на пазарот, вработени и мобилност на работната сила, поврзаност со стручните средни училишта, соработка со локална самоуправа и граѓански сектор (форми на поддршка, начини на соработка, итн) имаат ли партнерства и со кого, освен преку стручни училишта, дали има друг начин да си обезбедат доквалификација на кадрите, дали аплицираат за европски фондови, дали учествуваат во регионални и национални мрежи, дали се запознаени со можностите за прекугранични партнерства и соработка.

б. Постојење на соодветна политика на локалната власт за развој на туризмот, со посебен осврт на можностите за алтернативен туризам- приоритет во плановите за развој, изграден механизам за работа со бизнис и граѓански сектор за стимулирање на активности поврзани со нивниот развој (на пример: општински совет во кој учествуваат на претставници на бизнис и граѓанскиот сектор за креирање на решенија за подобрување на состојбите во туризмот, стратегија за привлекување на квалификуван персонал, медиумски кампањи, емисии за добри практики во локалните медиуми, итн); каква е оценката на локалната власт за развој на секторот туризам, преку традиционални и алтернативни можности, кои ги овозможуваат бизнис и граѓанскиот сектор.

в. Оцена на потенцијалните природни/културни/историски ресурси, вклучувајќи неискористени традиционални потенцијали за развој на туризам кои не се воопшто или доволно искористени - природни убавини и културно историски објекти, инфраструктура,



човечки потенцијал и др. Согледување на потенцијални сегменти за развој, изведени како резултат на експертската проценка на испитаниците.

Врз основа на овие информации (анализа на документи и интервјуа со претставници на локалната самоуправа, бизнисот, граѓанскиот сектор, новинари, вработени во образовните институции) се прави проценка за вклучување на потенцијални ресурси, кои се недоволно искористени во моментот, а претставуваат потенцијал за развој и промоција на општините во рамки на туристичката карта на Македонија. Со цел постигнување на максимална објективност на проценките, секој од испитаниците во поодделните групи ќе биде прашан за експертска оценка за потенцијалот и капацитетот на останатите сектори, како и за сегментите каде е потребна поголема меѓусекторска соработка.

Квалитативната анализа е организирана на следниов начин: Најпрво ја презентираме целта на истражувањето, потоа се презентира методологијата за начинот на избор на интервјуираните поединци, анализа на одговорите и последниот дел ги презентира главните наоди и заклучоци со цел подобрување туристичката понуда во регионот.

2.1 Цели на квалитативната анализа

Целта на квалитативната анализа е да даде одговор на прашањата поврзани со потенцијалто за алтернативен туризам во регионот, како што се: Дали постои стратегија за развој на туризам, и поконкретно поттикнување на развој на алтернативен туризам? Дали постои меѓусекторска соработка со цел да се подобри состојбата со туризмот во регионот? Дали постои соодветна стручна спрема на професионалци во полето туризам? Дали општината поттикнува претприемачки дух на полето алтернативен туризам? Кои гранки сметаат дека треба да се издвојат како потенцијални за создавање продукт кој ќе се нуди како алтернатива на традиционалната понуда во туризмот? Кои се предностите, а кои се пречките за развој на алтернативен туризам? Кои се најчестите проблеми/административни пречки со кои се соочиле, а кои се однесуваат на економскиот, социјалниот и културниот контекст во насока на развој на алтернативниот туризам. До кој степен и дали нивото на соработка помеѓу секторите и локалната самоуправа влијае врз развојот на туризмот?

2.2 Одредување примерок и анализа на податоците

Во анализата се вклучени 80 испитаници од различни сектори (локална самоуправа, образование, граѓански сектор, бизнис сектор, медиуми) рамномерно распределени во сите четири општини вклучени во анализата (по 20 од секоја општина). Оваа поделба е направена со цел да се добие повеќе димензионална слика за состојбата со туристичката понуда и алтернативниот потенцијал во источниот плански регион. Сите испитаници беа интервјуирани од страна на истражувач, во сесии кои траеја помеѓу 30-40 минути/Интервјуата беа снимани со дозвола на сите интервјуирани поединци. После интервјуата, снимките се транскриптирани и соодветно зачувани во компјутерски датотеки. Притоа, при анализата е водено сметка да се зачува тајноста на испитаниците, односно да не можат истите да бидат идентификувано според одговорите во било која фаза во извештајот. Откако е завршен извештајот, снимките од интервјуата се избришани согласно стандардите за водење интервју за квалитативна анализа.

Прашалникот, детално презентираан во Прилог 1, се состои од два дела: (i) општи-демографски прашана на испитаникот, за да се потврди дека примерокот не е пристрасен, односно ги зема во предвид разликите кои може да се јават како резултат на возрасна, полова, социо-економска разлика. (ii) Полуотворени прашања – во врска со темата развој на алтернативен туризам, пречки и можности.

2.3 Анализа на одговорите добиени од полуструктурираните интервјуа

Во овој дел од анализата се презентирани наодите добиени од полуструктурирани интервјуа, поделени во три подгрупи (образовни/граѓански сектор, локална власт и бизнис сектор). Во примерокот имаше балансирана застапеност според род, со распон на години од 23-56, од четирите општини од интерес, соодветно поделени според поткатегиите дефинирани во точка 2.1.

2.3.1 Образовни институции и здруженија на граѓани (НВО)

Генерално испитаниците од секторот образование и граѓански сектор, сметаат дека на општинско ниво постои одредена соработка помеѓу секторите, но дека има доста



простор за подобрување. Односно, најмала соработка сметаат дека има со локалната соработка, во просек задоволитена, додека најдобра е соработката со медиумите. Соработката што се остварува со локалната власт е поврзана со одредени тематски проекти, но нема воспоставено соработка која може да поттикне развој на проекти кој ќе придонесат за раст и развој на општината.

Одговорите од просветните работници се дека соработката главно е насочена кон:

„запазување на општинските протоколи што ги објавуваат, односно да ги пренесуваме информациите од јавен карактер за граѓаните“

додека за останати проекти велат:

„Општината не ни помага доволно, треба повеќе да се залага за училиштата бидејќи се под општината и недоволно се ангажираат околу нивната понуда“.

Од граѓанскиот сектор 90% од испитаните одговорија дека немаат никаква соработка со локалната власт. Во поглед на соработката со бизнис секторот, велат дека компаниите се поотворени за соработки кои може да им го зголемат профитот, но сепак се доста ограничени од „*легислативата и казнените политики кон тој сектор*“.

На прашањето „Што за вас претставува туризам?“ најголем дел од одговорите се поврзани со традиционалните гледања на туризмот, односно промоција на природните и културните богатства, и следствено на тоа развој на туризмот како профитабилна гранка. Дел од граѓанските здруженија имаат учествувало во развој на стратешки документ за туризам и петгодишна акциска програма со приоритети за развој на регионот, со цел да се подобри економскиот статус на населението. Целта на таа програма е да придонесе кон развој на културни манифестации, подобрување на состојбите со културното наследство, што би привлекло поголем број домашни и странски посетители. Сепак, дел од испитаниците не беа запознаени за постоечкиот документ, но наведуваа дека регионот изобилува со потенцијал за развој на традиционален, но и алтернативен туризам.

Најголем дел од испитаниците, на прашањето „Според вас кој е степенот на развој на туризмот во вашата општина?“ одговориле со низок степен на развој, а само 30%



одговориле со задоволителен. Сепак тука се укажува и на инфраструктурните проблеми со кои се соочуваат, па велат дека степенот на развој на туризмот соодветствува на ограничената достапност, како резултат на не доволно развиената патна и железничка инфраструктура. Сепак, сметаат дека поради близината на регионот до бугарската граница, како и до главниот град, постои задоволителна можност за развој на гранката туризам, доколку се диференцира понудата и се направи прекуграничната промоција на туристичката понуда.

Најголем дел од испитаниците сметаат дека акцент треба да се стави на развојот на руралниот, планинскиот и бањскиот (спа) туризам истовремено да се зајакнат врските со туроператори и агенции од странство, кои ќе ја промовираат понудата на нивните клиенти. Сметаат дека и во ограничени услови регионот веќе има интересна туристичка понуда, на која и фали подобра промоција:

„Културните манифестации како денови на оризот, Петровденските коначи, да се воздигнат малку на повисоко ниво, тоа го гледам од аспект на образованието, а другите сектори поинаку би придонеле кон тоа прашање“;

„Мислам дека треба да се искористи водниот потенцијал, поточно да се отворат базени и спа центри со топла термална вода“.

Прашани да дадат оценка за присуство на адекватно квалификувана работна сила за развојот на туристичкиот сектор, 60% од испитаниците сметаат дека работната сила е задоволителна, 15% дека е добра додека 25% сметаат дека нема доволно квалификуван кадар. Тука игра улога и достапноста на стручните училишта за туризам, во тој регион има само едно средно училиште кое нуди оддел за туризам. Но, сите укажуваат на позитивната улога во неформалното обучување од страна на граѓанскиот сектор, односно сметаат дека граѓанскиот сектор може да игра клучна улога во нудење на стручни курсеви за заинтересираните поединци, кои имаат интерес да се вклучат во секторот туризам во источниот плански регион, односно во четирите општини во фокусот на оваа анализа:

„Нормално, граѓанскиот сектор е нели 4тата страна од целиот овој развој, имаат кадар од аспект дека луѓето што работат во граѓанскиот сектор имаат



посетено голем број на обуки, тие се едуцирани и се обучени и можат да дадат придонес во овој сектор и мислам дека и граѓанските организации се веќе вклучени во развојот на овој сектор преку реализација на проекти (национални и меѓународни размени)“.

Сепак, сите укажуваат на тоа дека иако постои потенцијал за соработка и за подобрување на туристичката понуда, во пракса има многу мала, односно недоволна иницијатива од страна на локалната власт и граѓаните заедно да го развиваат секторот.

Дел од општините веќе имаат отпочнато активности за развој на туризмот, дел се и прекурагнични соработки со Бугарија. Други соработки на кои укажаа дел од граѓанските организации се само во фаза на студии, но кога доаѓа делот на реализација успехот недостасува. Имено, тие велат дека:

„поголем дел од општините имаат делови сегменти за развој на туризмот...ние како организација имаме направено документација за голем број туристички потенцијали, 12 патни правци за развој на туристички атрактивни области, комплетен проект за Пониква како спортско рекреативен туристички центар кој е покриен со сите потребни документи за водовод, комуналии и пристапни патиишта, паркиралишта, жичари, меѓутоа делот на спроведување на финална реализација зависи или од општина или од некоја друга институција, а мислам дека треба сте да го препознаат туризмот како единствен начин за развој конкретно за нашиот регион.“

Главни активности кои се спроведуваат се поврзани со планинскиот туризам, формирано здружение Пониква- општините Пробиштип и Кочани имаат формирано заедничко претпријатие, се врши заедничка промоција на локалитетот. Отворена е етно куќа, и други културни манифестациите кои се под покровителство на општините. Сепак, на прашањето На скала од 1-5 каков е квалитетот и колку се одржливи тие активности на долг рок? Испитаниците имаат задршка околу одржливоста, средна оцена е 3 со најголем страв околу одржливоста на долг рок. Како главен неискористен ресурс се посочени термалните води, а се прави паралела со понудата во Бугарија, каде токму врз основа на



овој природен ресурс се драстично развива туризмот во последните 2 децении, каде ќе влезат промоција на природните богатства, поддржано со отварање на нови угостителски капацитети и развојна планински и селски туризам.

Како главна пречка за развој на секторот туризам се посочува на недоволната ангажираност и немањето на претприемачки дух ниту на страната на локалната власт, но ни од страна на бизнис заедницата. Малите буџети на локалната власт за поддршка на туризмот, дополнето од многу партизиран систем, лоша патна инфраструктура, институционални бариери, дополнето од силниот натпреварувачки дух и ниската соработка „Потенцијална пречка за развој на туристичкиот сектор, вината ја гледам некаде и до самите туристички работници кои што немаат желба да се здружат и да делуваат заеднички. Интересите ги гледаат само пред нивната улица, меѓутоа и дел во општините каде што нели приоритет се повеќе јавните сервиси.“

Сите испитаници од секторот образование и граѓанскиот сектор, главен партнер за развој на туризмот го гледаат бизнис секторот, а дел од нив, околу 40% сметаат дека локалната власт е клучен партнер за развој. Сепак, полека се менува перспективата па така некои сметаат дека клучни за развој на туризмот се млади организации, невладини здруженија кои што можат заедно да пружат поддршка, и во партнерство со општините да имаат најголем придонес кон развојот на секторот.

На прашањето Што сметате дека е предност на граѓанскиот сектор за развој на туризмот? Испитаниците сметаат дека тој сектор е генератор на идеи, добрата вмреженост, комуникацијата со странски донатори, инвоативност и иницијативност. Сепак прашани за можностите за учество на поединци во секторот туризам, најголем дел немаат одговор во која форма би можеле да се вклучат. Понатаму во одговорите се укажува на потребата од вмрежување и насочување кон заеднички цели:

„Во која форма да се реализира тоа партнерство, конкретно институционалните форми не се пресудни дали тоа ќе биде ставено во одредена рамка, меѓутоа потребна е соработка помеѓу граѓанскиот сектор, општините, останатите институции, и тоа во делот на утврдување на приоритети и изработка на заеднички програми, а не сите да работат на различен приоритет, како што е праксата секоја НВО започнува со развој на различни идеи, кои не





секогаш се клучни за развојот на општината во која се спроведува активностата“.

Тука се потенцира и потребата од актуелизирање на јавно приватните партнерства, за да може да се направи врска помеѓу знањето и ресурсите, соработка со некои едукативни семинари, ова особено понудата која што доаѓа од граѓанскиот сектор, „*може многу да учествува како активно така и интерактивно, индиректно, со помош на стопанскиот сектор“*. Тука се надоврзува и прашањето за улогата на медиумите, иако поголем дел од испитаниците одговориле „не знам на прашањето“ која е улогата на медиумите, сепак има и дел кои потенцираат дека маркетингот/прмоцијата се еднакво важни како и креирањето на добра туристичка понуда.

На прашањето Како го оценувате потенцијалот на бизнисот и локалната самоуправа за развој на туристичката понуда? Во просек одговорите укажуваат на добар потенцијал, но не доволно искористе. Сметаат дека нема доволно добра комуникација помеѓу двата сектори и многу можности остануваат неискористени, делумно и поради недовербата која постои помеѓу двата сектори. Сепак, сите укажуваат дека треба да се направи некаква синтеза, каде во баланс и двата сектори ќе го имаат соодветното место, локалната власт пред се во однос на овозможување на оптимални услови за развој, додека бизнис секторот како главен инвеститор.

Во однос на прашањето за мислење за алтернативниот туризам, генерално се смета дека кај нас има многу простор за развој на истиот, паралелно со развојот на традиционалниот туризам. Веќе неколку пати беше укажано дека многу голем дел од потенцијалот не е доволно искористен, и дека треба повеќе да се работи на информирање и едукација во поглед на истиот. Бидејќи, алтернативниот туризам е во подем во светски рамки, истовремено претставува магнет за туристи и истражувачи, кои сакаат да ја искусат одредена култура преку запознавање со различни сегменти, од кулинарство, природа, традиции и слично.

Клучното прашање: Што сметате дека вашата општина може да понуди за развивање на понудата за алтернативен туризам? Во најголема мера е одговорено со традицијата на зачувување и презентација на традиционалните вредности, урбан туризам, шопинг туризам, агро-еко туризам, трасирање на различни патеки низ планините, кои ќе ги задоволат најголемите авантуристи, со искористување на топли води за спа центри, базени и слични проекти.



2.3.2 Локална власт

Разговарано со преставници на кабинетите на градоначалниците и секторите за развој на туризмот, во секоја од четирите општини. Генерална оцена во однос на соработката на општината со останатите сектори е дека со медиумите општините имаат најдобра соработка, со бизнисот имаат задоволителна соработка, додека соработката со граѓанскиот сектор е најдивергентна, зависно од општина до општина. Генералната оцена на сите општини е дека туризмот се развива бавно, на скала од 1-5, средна оцена е 3 кај сите општини, што укажува на доста неискористен капацитет, но и ограничени финансиски можности на локалната самоуправа многу да влијае на развојот. Поточно, сите преставници на локалните власти, сметаат дека општините имаат задоволителни услови за развој на туристичката понуда, вклучително и на развојот на прекугранични туристички понуди, кои се поврзуваат со брзорастечкиот тренд на алтернативна туристичка понуда во регионот. Слично како и кај сегментот образование и граѓански сектор, природните термални води се сметаат за најголем неискористен потенцијал во општините. „Мислам дека има основа за развој на туризмот со тоа што и класичниот туризам не е развиен заради тоа што недостигаат капацитети од типот на повеќе хотели, повеќе простор за културно уметнички манифестации, дополнето од алтернативен туризам“.

Од општините, главни ограничувачки фактори за развој на туризмот сметаат дека се финансиите и човечкиот фактор.

„Прво имаме незаинтересираност, второ имаме неорганизираност во одредени сегменти конкретно во областа на луѓето кои што треба да се занимаваат со туризам, од областа на угостителството“

дополнително укажуваат и на потешкотии во рамки на институциите да направат тим со визија и иновативни идеи, кои ќе развиват класична, но и алтернативна туристичка понуда.

„најчесто е човечки фактор и незаинтересираноста на луѓето за развој на



туризмот“.

Општините како главен партнер за развој на секторот туризам ги гледаат странските инвестиции, бидејќи сметаат дека домашните се ограничени на море и езеро, па немаат визија како би можело да се развие туристичка понуда со поинакви природни ресурси. Втор избор за партнер е државата. Само една од општините смета дека клучен фактор за развој на секторот туризам во тој регион се постоечките туристички и угостителски капацитети, заедно со постоечките манифестации, на кои за почеток им треба добра маркетинг кампања, па кога ќе почне да се зголемува фреквенцијата на туристи да се диверзифицира и самата понуда. Велат дека во одредени градови, манифестациите како „оризијада“, „пастармалијада“, МАКФЕСТ и слични се веќе востановени како брендови кои успеваат да привлечат не само домашни, туку и странски туристи. Проблемот на кој што треба да се работи е осмислување на содржини кои ќе придонесат да се задржи интересот и преку целата година.

Во поглед на отвореноста на општината за соработка со граѓанскиот сектор, невладините и поединците, одговорите се разликуваат од општина до општина. Поразвиените општини имаат подобри канали за соработка и комуникација со надворешните соработници, додека помалите се позатворени. Сепак ставот на претставниците на сите општини е дека доколку некој препознае потенцијал за развој на општината и за тоа им треба институционална поддршка, тие се спремни да излезат во пресрет доколку таа иницијатива ќе го подобри животот во заедницата. Сметаат дека главна улога на поединците е во генерирањето на идеи, додека граѓанскиот сектор и невладините организации играат клучна улога во креирањето на работилници и обуки за неформално образование и остручување на кадрите потребни за развојот на туризмот. Прашани Во која форма може да се реализира тоа партнерство на општината со другите дејци со цел развој на туризмот? Властите сметаат дека учеството треба да биде на повеќе нивоа во структурите, од партиципативно креирање на план и стратегија, до проактивно учество во промоцијата на локалниот туризам, до едукација на човечкиот фактор. Општините во своите буџети мора да планираат ставка за развој на граѓански сектор, дел од тие пари може да се даваат наменски за проекти кои ќе бидат насочени кон зајакнување на



капацитетите во секторот туризам:

„Ние сме отворени за донесување на локални политики. Правиме трибини работилници имаме отворена општина во која што секој може да дојде да постави прашање да гледа седници на совет, седници на комисији, да доставува иницијативи преку соодветни тела и даваме поддршка на тоа. Но тоа најмногу зависи од самите граѓани.“

Од општините укажуваат дека тие на некој начин имаат алтернативен туризам, пред се поради најзастапената гранка во регионот, тоа е текстилната индустрија. Тие велат дека со години има голем прилив на луѓе кои доаѓаат на шопинг во градовите, особено во Штип, и после тоа остануваат низ локалните ресторани и кафулиња. Сметаат дека само треба да се направи подобра промоција и организирани тури, какви што веќе се нудат надвор од државата. А, истото може да се нуди и на странските пазари, за да се привлечат повеќе викенд туристи.

Од општините се свесни дека тие се клучни за остварување на меѓугранични соработки и промоции на туристичката понуда, поради пристапот до европски пари, но сепак се правдаат дека се органичени со човечки капитал, па не можат многу да направат по тоа прашање. Тука исто така укажуваат на тоа дека системот не овозможува преквалификација на кадрите, особено не преку агенцијата за вработување, која ја сметаат повеќе за статистичка, отколку за канцеларија за човечки ресурси. Сепак, генерално сметаат дека има задоволителна работна сила во сегментот туризам, но дека недостасува квалификувана сила за развој на алтернативи.

Сегменти со најголем потенцијал за развој на туристичка понуда, врз основа на расположливите ресурси од локалните самоуправи укажуваат на: планински туризам - Осогово има најголем потенцијал, термален туризам (искористување на термални води), искористување на историските/археолошки локалитети и комплекси кои што можат да бидат предмет на посета. На пример подобрување на условите за развој на туризам на локалитетот Баргала, експлоатирање на црковниот туризам (штипскиот регион брои повеќе од 200 цркви), ретки византиски икони, галерија на икони, музејски поставки, Пастрмајлијадата и слично. Најважна е приказната да трае цела година, не само за одреден ден или викенд. Во однос на улогата на општината во развојот на алтернативниот туризам,



одгворите се доста ограничени поради институционалната рамка. Тие сметаат дека институциите треба да се насочат кон подобрување на состојбите во класичниот туризам, а со тоа да овозможат на другите чинители да ја зголемат понудата во алтернативниот туризам.

2.3.3 Бизнис сектор

Генерално бизнис секторот беше најинформиран за состојбите на терен, но наодите се слични како и со другите две интервјуирани категории. Така, во насока на соработката и комуникацијата со локалната власт, генерално сметаат дека е задоволителна, една третина упатуваат на добра соработка, додека помалите чинител упатуваат дека нема соработка помеѓу нив и локалната власт. Во однос на соработката со граѓанскиот сектор и образовни институции, укажуваат на многу мала и ограничена соработка. Во поглед на соработката со медиумите, исто така соработката ја оценуваат во просек како задоволителна, поради фактот што комуникацијата на бизнис секторот и медиумите е главно за маркетиншки цели, односно по тарифа.

Како најдобар сегмент за соработка на бизнис секторот со локалната власт е можноста за добивање на субвенции за подобар бизнис, втор сегмент е промоцијата на регионот, што директно влијае на подобрувањето на бизнис климата. Имено, рекламите и промоција на градот преку боршури издадени од локалната власт, придонесуваат за зголемување на бројот на туристи кои го посетуваат регионот, а со тоа бенефициите се пренесуваат врз бизнис секторот, особено во делот на туризмот и угостителството. Значителна соработка на бизнис секторот со локалната власт има на полето на организација на културно уметнички настани, кои се под покровителство на оптините, а се директно поддржани со средства од бизнис заедницата. Исто така бизнис заедницата за организација на било каков настан на јавна површина мора да има одобрени од локалните власи, за што велат имаат безрезервна поддршка секој пат кога им е потребно.

Сегменти на соработка кои треба да се подобрат, пред сè се во рамки на самата бизнис заедница, односно поорганизирано работење и креирање на туристичка понуда од страна на угостителските капацитети. Во поглед на соработката со граѓанскиот сектор и образовните институции, од бизнис секторот велат дека им треба поголема соработка на



полето образование и дополнителни обуки, кои ќе ги задоволат потребите на бизнис заедницата, особено на полето туризам. Рестартитање на градските оркестри, кои може да станат дел од туристичката понуда на дневна основа. Подобра медиумска промоција, Невладините организации поактивно да се вклучат во спроведувањето на одредени активности за да помогнат во развојот на ноќниот живот и општата состојба на младите во Пробиштип. Граѓанските организации да имаат потранспарентен пристап, за да може да остварат соработка со бизнис секторот на теми важни за општините.

Прашани Дали има воспоставена редовна комуникација со трите сектори за подобрување на животот во општината, генералниот став е дека нема редовна комуникација, туку повеќе се организираат ад-хок средби, и тоа најчесто со локалната самоуправа. Сепак мислењето на бизнис секторот е дека делумните неформални комуникации треба да се искористат и да премнат во редовни официјални комуникации, каде ќе може да се дискутираат теми, особено поврзани со развојот на туризмот.

За бизнис секторот туризмот претставува стопанска гранка која може да донесе голем профит за сите учесници во општината, доколку се менаџира добро. Бидејќи туризмот е мултидисциплинарен од култура, традиција, природа, музика, шопинг, само треба добра организација.

Бизнис секторот е поригорозен во оценување на степенот на развој на туризмот во регионот, односно просечна оцена е 2, со доста оптимистичка оцена за идниот развој на регионалниот туристички производ и прекуграничната понуда. Односно, оцената за потенцијалот е задоволителен. Како главни гранки за развој на полето туризам, бизнис секторот ги препознава: Селскиот туризам, алтернативен туризам, бањски туризам, етно туризам, занаетчиство, формирање на етно/народни оркестри, планински туризам, манастирски туризам, Аква парк, сите капацитети на Осоговијата, брана „Градче“, Пониква и слично.

Во моментот сметаат дека има задоволителен квалитет на адекватно квалификувана работна сила, но за поорганизиран развој на туристичките капацитети, преку спроведување на конкретна стратешка акција треба доквалификација на професионалци кои ќе знаат како да ги менаџираат процесите. Притоа, сметаат дека системски Агенцијата за вработување, како главна точка после завршувањето на формалното образование не е доволно активна. Притоа, укажуваат дека Агенцијата треба



да се посвети повеќе ресурси и обуки кои ќе бидат насочени кон поддршка на бизнис секторот преку организирање на соодветни обуки во секторот туризам базирани на конкретните потреби.

Во поглед на иницијативноста, оценуваат дека поединците и локалната самоуправа немаат голема иницијативност во поглед на креирање соработки за развој на туристичкиот сектор. Како потенцијални пречки за побрз развој укажуваат на слабата иницијативност од општеството, недостаток на финансии, пад на интересот за учење на традиционалните занаети, бидејќи со времето нивната популарност опадна, а со тоа и нивната рентабилност. Дополнето од лоша инфраструктура, слаба маркетиншка промоција, намален влез на странци, во услови на поголем одлив на домашни жители, сето придонесува и за намалување на капацитетот на работна сила која би можела ефективно да биде вклучена во овој процес.

Поради горе споменатите фактори, главни партнери за развој на секторот се посочени општините, државата и иницијативни поединци, а во подоцнежна фаза и странски инвеститори и млади луѓе кои имаат идеи и можат да инвестираат во источниот дел. Граѓанскиот сектор може да биде партнер за заднички развој на туризмот, кој нема да работи само на тематски прекугранични проекти, туку на континуирани програми за развој на туристичката понуда и развој на кадри кои се потребни за подобро менаџирање на секторот.

На микро ниво, треба да се работи на подигање на знаењето за туризмот, културата и задоволувањето на стандардите. Тоа може да се направи преку организирање на низа настани, обуки, саеми за тоа како да се прави туристички продукт, каде учесниците ќе се пријавуваат на доброволна, волонтерска основа (за поголемите настани да се овозможи мал хонорар, за да се покријат трошоците и да се зголеми мотивацијата за нови учесници во туризмот). Под креирање на нови туристички понуди подразбираат создавање услови за изнајмување на дел од дом (bed and breakfast), маркетингање на ракотворби, занаети, традиционални јадења и слично. Со тоа директно се влијае врз диверзификацијата на туристичката понуда, а истовремено се подобрува стандардот на жителите.

Во поглед на улогата на локалната власт за развој на туристичката понуда, вклучително и транс-гранични туристички продукти и услуги, пред се подразбира подобрување на инфраструктурата, решавање на проблемите со транспорт и пристапност,



олеснување на процедурата за градење и отпочнување на бизнис во секторот култура, субвенционирање во почетната година или ослободување од давачки кон општината, во периодот на инкубација.

„Улогата е многу важна бидејќи локалната власт треба да има изработена стратегија преку која што ќе го развива овој процес со помош на граѓаните, затоа што граѓаните без локалната власт не би можеле сами по себе да го прават тоа. Сепак тие имаат регулативна улога и треба повеќе да се фокусираат во овој сегмент.“

„Локалните власти треба да бидат повеќе ангажирани за да ги привлечат странските инвеститори.“

Тоа би било решавање на проблемите кои се јавуваат во поодалечените туристичките капацитети, односно, инфраструктурни проблеми, презентација на туристичките капацитети надвор од општината и сл. Да ги оспособи и подобри условите на културно уметничките локалитети (Баргала, Исар и сл); Да инвестира во селскиот туризам, инвестирање во бањи со термални води; Да се подобрат веќе постоечките и да се отворат нови ски центри во Кочани. Да се уредат велосипедски патеки

3. Главни заклучоци

Оваа анализа имаше за цел да го утврди состојбите во секторот туризам во четири општини од источниот плански регион на Македонија, преку прибирање на примарни податоци со водење на полуструктурирани интервјуа со претставници од три клучни сектори за развој на туризмот, одобено на алтернативниот туризам, а тоа се образованието и граѓанскиот сектор, локалните власти и бизнис секторот. Иако регионот е доста мал по површина и по население, сепак изобилува со природни и културни ресурси, кои се потенцијално подобни за развој на алтернативен туризал. Иако испитаниците имаа различни појдовни основи, по однос на позиција, инфомираност за секторот и нивното делување, сепак во најголем дел нивните одговори се преклопуваат.



Односно, клучни заклучоци од оваа анализа се дека во регионот, секторот туризам не е доволно развиен. За тоа постојат повеќе фактори, пред се проблем со инфраструктура, дополнето од мала меѓусекторска соработка, ограничен пристап до финансиски ресурси и недоволно споделување на стратешките развојни планови на национално ниво. Сепак од сите интервјуа, успеавме да извлечеме дваесетина потенцијални нишки за иден развој во полето туризам.

1. Термални води
2. Термални бањи
3. Манастирски туризам (преку 200 цркви, уникатни икони)
4. Диференцирани патеки за лесни прошетки и адреналински патеки низ Осоговијата
5. Конбинирање на можностите кои ги нуди Аква паркот, со музички манифестации (летни фестивали во подем)
6. Шопиг туризам
7. Етно оркестар
8. Селскиот туризам
9. Нудење курсеви за традиционалните занаети
10. брана „Градче“ спелеолошки туризам
11. Курсеви за традиционална кујна
12. Изработка на традиционална облека
13. Еко туризам
14. Вело туризам
15. Хербален туризам
16. Оризијада/Продукти од ориз/прошетки по оризови полиња

Сето ова претставува огромен потенцијал за развој и за позиционирање, не само на регионалната, туку и на светска туристичка мапа, поради разновидноста и уникатноста на понудата на толку мала површина.



Прилог 1

Прашалник за истражување и проценка на капацитет на општина за развој на активности во врска со алтернативен туризам

**За потребите на истражувањето најповолно е интервјуто да биде снимано, со дадена согласност од соговорникот. Одговорите од овој прашалник се од доверлив карактер и ќе бидат користени само за потребите на анализата за капацитет на општините за развој на активности во врска со алтернативен туризам во источниот плански регион. Истите после изработката на студијата ќе бидат уништени, согласно правилата за водење интервју за социоекономски истражувања.*

Прашања за структурирана интервју:

ОПШТ ДЕЛ (за сите, за да може да се спореди перспективата):

1. Позиција/функција на соговорник
2. Возраст
3. Пол
4. Дали сте жител на оваа општина

ОБРАЗОВНИ ИНСТИТУЦИИ, ЗДРУЖЕНИЈА НА ГРАЃАНИ (НВО) и РЕГИОНАЛНА КАНЦЕЛАРИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ИСТОЧНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН

(Број интервјуирани - 3 НВО; 2 училишта - 2 селско и 1 градско, во секоја општина, преставник од регионална канцеларија за развој на источен регион, медиуми)

1. Како ја оценувате соработката со
 - A) локалната власт
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка
 - B) бизнис секторот
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка
 - B) медиуми
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка

- 1а) Која форма на соработка ја имате воспоставено?
- 1б) Кои сегменти сметате дека треба да се подобрат?

2. Што за вас преставува туризам?

3. Според вас кој е степенот на развој на туризмот во вашата општина?

3а) Како би ги оцениле можностите за развој на туризмот, вклучувајќи прекугранични туристички производи и услуги?

- 1) добра



- 2) задоволителна
 - 3) нема можности
- 36) Дали гледате други можности за развој на туризмот во вашиот регион и во кој сегмент?
4. Оценка за присуство на адекватно квалификувана работна сила за развојот на туристичкиот сектор
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема квалификувани
 5. Дали сметате дека граѓанскиот сектор има можност за развој на кадар за потребите на туризмот во регионот? Која е нивната улогата при подготовката на квалификуван персонал.
 6. Дали сметате дека има иницијатива од страна на локалната власт и граѓаните да се развива туристичкиот сектор?
 - 1) Има
 - 2) Недоволно
 - 3) немам информации
 7. Дали општината има отпашнато со активност за развој на туризмот?
 - 7а) Какви се тие активности?
 - 7б) Дали може да дадете оценка на скала од 1-5 каков е квалитетот и колку се одржливи тие активности на долг рок?
 - 7в) Дали може да посочите други области и активности кои имаат потенцијал да ја збогатат туристичката понуда во општината?
 - 7г) Кои се тие области?
 8. Што гледате како потенцијална пречка за развојот на туристичкиот сектор?
 9. Кого гледате како потенцијален партнер во развојот на туризмот?
 10. Дали според вас граѓанскиот сектор може да биде партнер за заеднички развој на туризмот?
 - 10а) Што сметате дека е предност на граѓанскиот сектор за развој на туризмот?
 11. Во која форма може да се реализира тоа партнерство со цел развој на туризмот? Кој е потенцијалот за учество на индивидуалци/граѓани кој развој на туризмот?
 12. Која е улогата на НВО/граѓанскиот сектор за развојот на туристичкиот сектор, вклучувајќи транс-гранични туристички производи и услуги?
 13. Која е улогата на медиумите за развој на туристичкиот сектор?
 14. Како го оценувате потенцијалот на бизнисот и локалната самоуправа за развој на туристичката понуда?



15. Дали сметате дека тие имаат претприемачки ставови (однесување) за развој на туристичкиот сектор што би придонело за економски развој на општината?

16. Каков е вашиот став за алтернативниот туризам?

17. Што сметате дека вашата општина може да понуди за развивање на понудата за алтернативен туризам?

БИЗНИС СЕКТОР

(Број интервјуирани – 4 туристички агенции; 4 угостители, 4-занаетчии во секоја општина)

1. Оценка за соработката на бизнис секторот со:

- А) локалната власт
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка
- Б) невладини организации
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка
- В) медиуми
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка

1а) Во кој дел од работата имате најдобра соработка?

1б) Кои сегменти сметате дека треба да се подобрат?

1в) Дали има воспоставена редовна комуникација со трите сектори за подобрување на животот во општината?

2. Што за вас преставува туризам?

3. Според вас кој е степенот на развој на туризмот во вашата општина?

3а) Како би ги оцениле можностите за развој на туризмот, вклучувајќи прекугранични туристички производи и услуги?

- 1) добра
- 2) задоволителна
- 3) нема можности

3б) Дали гледате други можности за развој на туризмот во вашиот регион и во кој сегмент?

4. Оценка за присуство на адекватно квалификувана работна сила за развојот на туристичкиот сектор

- 1) добра
- 2) задоволителна
- 3) нема квалификувани



5. Улогата на Агенцијата за вработување и центри за вработување - проценка на нивните активности за развој на бизнисот.
6. Дали сметате дека има иницијатива од страна на локалната власт и граѓаните да се развива туристичкиот сектор?
 - 1) Има
 - 2) Недоволно
 - 3) немам информации
7. Што гледате како потенцијална пречка за развојот на туристичкиот сектор?
8. Кого гледате како потенцијален партнер во развојот на туризмот?
9. Дали според вас граѓанскиот сектор може да биде партнер за заднички развој на туризмот?
10. Во која форма може да се реализира тоа партнерство со цел развој на туризмот? Кој е потенцијалот за учество на индивидуалци/граѓани кој развој на туризмот?
11. Која е улогата на локалната власт за развојот на туристичкиот сектор, вклучувајќи транс-гранични туристички производи и услуги
12. Дали вие би се вклучите во развој на туризмот како:
 - А) како претставник на бизнис
 - Б) како жител на општината
13. Каков е вашиот став за алтернативниот туризам?
14. Што сметате дека вашата општина може да понуди за развивање на понудата за алтернативен туризам?

ЛОКАЛНАТА ВЛАСТ

(кабинет на градоначалник и сектор за развој на туризмот, во секоја општина)

1. Дали имате комуникација и соработка со:
 - А) бизнис секторот
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка
 - Б) Граѓанскиот сектор
 - 1) добра
 - 2) задоволителна
 - 3) нема соработка



- В) медиумите
1) добра
2) задоволителна
3) нема соработка

2. Според вас кој е степенот на развој на туризмот во вашата општина?
2а) Како би ги оцениле можностите за развој на туризмот, вклучувајќи прекугранични туристички производи и услуги?

- 1) добра
2) задоволителна
3) нема можности

2б) Дали гледате други можности за развој на туризмот во вашиот регион и во кој сегмент?

3. Што гледате како потенцијална пречка за развојот на туристичкиот сектор?
4. Кого гледате како потенцијален партнер во развојот на туризмот?
5. Дали според вас граѓанскиот сектор, медиумите и бизнис секторот може да бидат партнери за заднички развој на туризмот?
6. Во која форма може да се реализира тоа партнерство со цел развој на туризмот? Кој е потенцијалот за учество на индивидуалци/граѓани кој развој на туризмот?
7. Дали општината поттикнува граѓански активизам?
8. Дали општината финансиски поддржува граѓански здруженија кои реализираат активности поврзани со развојот на општината?
9. Ако нема, има ли подготвеност за издвојување ставка во општинскиот буџет за финансирање на НВО и граѓански здруженија и групи како партнери на општината?
10. Дали општината ги вклучува граѓаните, граѓанските организации, медиумите и бизнисот во процесот на донесување на локални политики?
11. Какви бизниси се најзастапени на територијата на општината, кој има потенцијал да придонесе кон одржлив развој на туристичкиот сектор?
12. Дали општината визија за поттикнување на претприемачки активности кои имаат потенцијал да обезбедат одржлив развој на туристичкиот сектор, а на долг рок да обезбедат развој на општината? Како?
13. Оценка за присуство на адекватно квалификувана работна сила за развојот на туристичкиот сектор
 - 1) добра
 - 2) задоволителна



3) нема квалификувани

14. Дали сметате дека локалната канцеларија на агенцијата за вработување нуди поддршка за развој на кадар во туризмот? Како би ја оцениле нивната улога на скала од 1-5.
15. Која е улогата на локалната власт за развојот на туристичкиот сектор, вклучувајќи транс-гранични туристички производи и услуги
16. Кои сегменти од туризмот сметате дека имаат потенцијал за развој во општината, врз основа на расположливите ресурси? Да посочат каква и каков ресурс има според нив.
17. Дали вие би се вклучите во развој на туризмот како:
 - A) како претставник на локалната самоуправа
 - B) како жител на општината
18. Каков е вашиот став за алтернативниот туризам?
19. Што сметате дека вашата општина може да понуди за развивање на понудата за алтернативен туризам?