

**Општина Куманово**



**Факултет за туризам и угостителство - Охрид**

Стратегија за развој на туризмот во општина Куманово, со акционен план (2020 – 2024)



Охрид, 2020

Според договор број

03-86/2 од 20.02.2020

Општина Куманово и

Оглас за набавка број 01018/2020

Стратегија за развој на туризмот во општина Куманово, со акционен план (2020 – 2024)

Изработена од:

**Факултет за туризам и угостителство - Охрид**

**Главен истражувач:**

Проф. Д-р Науме Мариноски

**Истражувачи:**

Проф. Д-р Сашо Коруновски

Проф. Д-р Цветко Андреески

**Содржина**

[Апстракт 5](#_Toc45876844)

[Вовед 5](#_Toc45876845)

[1 Методологија на изработка на Стратегијата 7](#_Toc45876846)

[1.1 Опис на проектната задача како работен предмет во нејзината изработка 8](#_Toc45876847)

[1.2 Методи во изготвувањето на стратегијата 8](#_Toc45876848)

[1.2.1 Методи на секундарните истражувања 8](#_Toc45876849)

[1.2.2 Метод на примарно истражување во консултативна форма 10](#_Toc45876850)

[1.3 Методски принципи во изработката на стратегијата 10](#_Toc45876851)

[2 Анализа на постојната состојба на досегашниот развој со туризмот во општина Куманово 11](#_Toc45876852)

[2.1 Анализа на состојбите во поглед на издавачката дејност и службените извори на показатели 12](#_Toc45876853)

[2.2 Анализа на состојбите на примена на закони, регулативи и стратегии на државно, регионално и локално ниво 13](#_Toc45876854)

[2.3 Анализа на состојбите и можностите кои произлегуваат од туристичко- географската положба 18](#_Toc45876855)

[2.3.1 Контактност на туристичко географската положба како вредност 18](#_Toc45876856)

[2.3.2 Транзитноста како туристичка вредност 19](#_Toc45876857)

[2.3.3 Поливалентност на туристичкиот простор 20](#_Toc45876858)

[2. 4 Анализа на постојната состојба во врска со природните вредности 20](#_Toc45876859)

[2.5 Анализа на постојната состојба во врска со културните вредности 23](#_Toc45876860)

[2.6 Анализа на постојната состојба на бизнис заедницата во општина Куманово 28](#_Toc45876861)

[2.6.1 Идентификација на активните деловни субјекти 28](#_Toc45876862)

[2.6.2 Анализата на капацитетите во угостителството (услуги на храна и пијалаци) 29](#_Toc45876863)

[2.6.3 Анализата на капацитетите за сместување 30](#_Toc45876864)

[2.6.4 Анализа на можностите за ангажирање на човечките ресурски 30](#_Toc45876865)

[2.6.5 Анализа на состобите во туристичко-посредничката дејност 31](#_Toc45876866)

[2.7 Анализа на капацитетите за спорт и рекреација 32](#_Toc45876867)

[2.8 Демографски и социјални аспекти 33](#_Toc45876868)

[2.9 Обем, динамика и структура на туристичкиот промет 36](#_Toc45876869)

[2.9.1 Анализа на статистички податоци за развој на туризмот во Општина Куманово 36](#_Toc45876870)

[2.9.2 Емитивни зони 39](#_Toc45876871)

[2.9.3 Приходи од туризмот во Општина Куманово 40](#_Toc45876872)

[2.10 Структура на деловни субјекти и вработеност во Куманово 42](#_Toc45876873)

[2.10.1 Анализа по големина на субјект 44](#_Toc45876874)

[2.10.2 Анализа на вработеноста во угостителството 46](#_Toc45876875)

[3 Стратешка анализа и проекции за туристички развој за општина Куманово (глобални, национални и регионални туристички трендови) 47](#_Toc45876876)

[3.1 Глобални, национални и регионални туристички трендови 47](#_Toc45876877)

[3.1.1 Глобални, национални и регионални туристички трендови на видови туризам и туристички производи 47](#_Toc45876878)

[3.1.2 Глобални, национални и регионални туристички трендови на пораст на туризмот 50](#_Toc45876879)

[4. Видови на туризам кои се развиваат во Општина Куманово 53](#_Toc45876880)

[4.1 Транзитен туризам како придобивка на сообраќајна оска 53](#_Toc45876881)

[4.2 Куманово како центар за развој на градски туризам 53](#_Toc45876882)

[4.3 Можности за развој на бањскиот туризам 54](#_Toc45876883)

[4.4 Активниот и спортскиот туризам како современа развојна форма 54](#_Toc45876884)

[4. 5 Развојна основа на руралениот туризам 55](#_Toc45876885)

[5 Акциски план со конкретни мерки и активности 57](#_Toc45876886)

[5.1 Акциски план 57](#_Toc45876887)

[5.2. Приоритизација на мерки и активности и утврдување на модел на раст 65](#_Toc45876888)

[5.2.1 Применета методологија на вкрстување за Општина Куманово 65](#_Toc45876889)

[5.2.2. TOWS анализа врз основа на податоците на SWOT анализата 66](#_Toc45876890)

[5.2.3. Статистички модел на раст 71](#_Toc45876891)

[6. План за евалуација и мониторинг на стратешките цели и индикатори 72](#_Toc45876892)

[6.1. SWOT анализа за стратегијата за туризам на Општина Куманово 72](#_Toc45876893)

[6.2. Мисија, визија и стратешки цели 74](#_Toc45876894)

[Анекс 85](#_Toc45876895)

# Апстракт

Стратегијата за развој на туризмот во општина Куманово со акционен план (2020 – 2024) претставува основа за негово вемелување како приоритетна категорија. Со овој документ во рамките на оваа територијална целина одржливиот туристички развој треба да се прифати како дејност во која вреди да се инвестира, да се прецизираат придобивките од неговиот развој, да се подобри интересот на домашната и меѓународната јавност и да биде фундамент врз кој ќе се донесувааат други акти, планови и програми. Во овој петгодишен период, преку реализацијата на зацртаните цели туризмот да се третира како фактор на взаемно поврзување на сите чинители од економски, просторен и општествен карактер. Стратегиското планирање на развојот на туризмот е во тесна врска со оптималното користење на туристичките ресурси. Со оглед на туристичко-географската положба, поврзаноста, застапеноста на атрактивните и рецептивните потенцијали, расположивите човечки ресурси, културниот идентитет и поставеност на Дестинациската Менаџмент Организација - ДМО на општината Куманово и неговите управувачки структури на чело со нејзиниот градоначалник, овој туристички простор има посебно значење. Туризмот се наметнува како еден од приоритетните акцелератори на вкупниот стопански живот, вклучување во овој процес на подрачја кои се недоволно развиени, витализација на запоствените туристички вредности, демографски и социјален подем, заштита и унапредување на животната средина и негова културна препознатливост.

Општината Куманово преку стратегиското планирање на туризмот ќе има аргументи да се самопромовира како интересна туристичка дестинација, да се афирмира како простор во кој посетата преставува посебна придобивка за сите туристи. Преку овој приод ќе можат да се определат насоките кои водат до унапредување на туристичката понуда, креирање на специфични туристички производи и успешен настап на туристичкиот пазар. Во овој контрекст е и промоцијата на туристичките вредности добиени во валоризациските процеси.

**Клучни зборови: Куманово, туризам, стратегија, развој**

# Вовед

Општината Куманово претставува територијална целина во која атрактивниот и рецептивниот потенцијал, долгата традиција, отвореноста кон околниот простор и посветеноста, се основите за развојни претпоставки на туризмот. Во конфигурациска смисла општината е карактеристична по проткаеноста на ралични морфолошки форми кои во туристичка смисла претставуваат природни атрактивни вредности погодни за посета на туристите. Исто така, таа поседува забележително културно богатство. Тоа значи дека се работи за меѓусебна сплотеност на уникатни вредности од различен природен, културен и организациски карактер. Во основа, тоа е потенцијал кој овозможува содржајност на туристичката понуда и атрактивна претпоставка за осмислено креирање на препознатливи аранжмански форми, кои на туристичкиот пазар ќе се истакнат со својата компетитивност, односно ќе овозможат, туристите од емитивните зони од земјата и странство да ги исполнат своите очекувања во поглед на реализацијата на задоволствата.

Студиозноста во пристапот кон креирање на Статегијата за развој на туризмот во Општина Куманово подразбира сеопфатност на содржината на престој на посетителите и нејзино вреднување. Таа придонесува да се согледа значењето на емитивните зони и туристичката побарувачка во целина. Бидејќи се работи за комплексност во валоризацискиот опфат стратегискиот приод ќе води кон постојано унапредување на квалитетот на елементите на туристичката понуда, имајќи ги при тоа предвид одржливите компоненти на животната средина. Одржливиот развој на туризмот во Општина Куманово подразбира не само заштита на афирмираните просторни целини, туку и вклучување на нови, туристички, недоволно развиени простори и ресурси во развојните процеси.

Стратегиските определби треба да овозможат преку туризмот поттикнување на економските придобивки како индукција, мултипликација и конверзивно делување, зголемување на вработеноста, економската соработка и спречување на емиграција. На социјален план туризмот треба да ја афирмира интеркултурната соработка и разбирање.

Анализата на усвоените документи покажува дека локалната самоуправа е посветена на третманот на туризмот како дејност од суштествена важност не само за општината туку и за Република Северна Македонија во целина. На туризмот се гледа како на фактор кој треба да биде акцелератор на општествениот и економскиот развој. Тој треба да го потикне и развојот на другите стопански дејности, и да биде чинител кој треба да ги активира потенцијалите. Преку туризмот во општината треба да се овозможи создавање услови за ублажување на емиграцијата и демографска избалансираност, социјална инклузија и да го афирмира овој простор како простор со хумани претпоставки. Стратегијата претставува основен интерес на носителите на туристичката политика, туристичкото стопанство, носителите на културните настани и институции, заштитата на животната средина и локалното население. Интересот се гледа во придобивките на општината во целина и локалните заедници, односно посебните локалитети и објекти. Oвој документ треба да го операционализира туристичкиот развој преку компаративен приод кон досегашното ниво и да ја предвиди динамиката во оптимални услови. Тој е насочен кон определување мерки и активности кои се во функција на подобрување на состојбите, имајќи ги предвид институционалните, кадровските и атрактивно-рецептивните ресурси. Развојните индикатори треба да го отсликаат нивото на поинтензивен пораст на туристичкиот промет, зголемување на должината на престојот и унапредување на задоволствата на туристите од престојот во Општината Куманово. Стратегијата исто така треба да биде насочена кон утврдување мерки и активности кои ќе го условат зголемувањето на приходите. Зголемената туристичка потрошувачка треба да го зголеми учеството на овој сектор во бруто домашниот производ. Таа овозможува пристап со кој општината ќе го подобри нивото на активностите на постојните активни чинители во областа на туристичкото посредување и угостителство и ќе овозможи вклучување на нови активности во квантитативна и во квалитативна смисла. Исто така во оваа функција е и насоката кон подобрување на обемот и квалитетот на сообраќајна поврзаност, информациско-технолошка иновативност, уреденоста на просторот и одржливост во функција на туризмот. Истражувачките активности се во доменот на оптимализација на осмислените тенденции.

Овој документ овозможува осмислување на организациските форми преку кои ќе се делува на поттикнување и синхронизирање на спроведувањето на мерките и преземање и реализација на зацртаните активности во Општината Куманово. Организациските форми со кластерски приод и формирањето на дестинациска менаџмент организација претставуваат основа за оптимален развоен пристап на туристичката активност. Реализацијата на предвидените развојни цели подразбира дека сите чинители ќе имаат активен однос насочен кон подобрување на состојбите во туризмот во Општината Куманово. Тоа подразбира збогатување на туристичката понуда преку постојано унапредување на квалитетот на услугите и креирање туристички производи кои ќе бидат конкурентни и прифатени на туристичкиот пазар од страна на туристичката клиентела. Затоа развојот на туризмот во општината се темели на издржаните предвидувањата. Операционализацијата пак подразбира донесување на акциски план во кој преку процесот на приоритизација ќе се реализираат зацртаните цели во предвидениот пет годишен период.

# 1 Методологија на изработка на Стратегијата

Стратегијата за развој на туризмот во општина Куманово претставува заложба на Локалната самоуправа и Градоначалникот овој сектор да се потпира на оптимално ниво на релевантност и нормативна поткрепеност. Методологијата за изработка на Стратегијата претставува дел на барањата на општината кои треба да се исполнат за да се реализира операционалниот приод од страна на истражувачкиот опфат и студиозноста на тимот. Во овој поглед барањата се сопаѓаат со задачите кои тимот треба да ги реализира. Тоа подразбира примена на соодветна методолошка рамка. Во овој контекст е потребно да се даде опис на методологијата која се користи за изработка на Стратегијата за развој на туризмот во општина Куманово со акционен план (2020-2024).

Методолошки активности кои го содржат опфатот на просторот во кој се применува документот, со негова просторна и временска рамка. Тоа подразбира реализација на конкретни задачи во процесот на нејзино подготвување и донесување. Барањата на Локалната самоуправа се однесуваат на описот на задачи кои го определуваат работниот предмет во нејзиното осмислување, методите и методските принципи во изработката на Стратегијата.

Временскиот период од 5 години за реализација на зацртаните цели мерки и активности се смета за оптимален период. Впрочем тој се соопаѓа со барањата на Локалната самоуправа на Општина Куманово. Краткорочните мерки и активности се вклопуваат во оваа временска рамка.

## 1.1 Опис на проектната задача како работен предмет во нејзината изработка

Описот на задачата како работен предмет во изрботката на Стратегијата се однесува на студиозни согледувања со кои ќе се определат развојните можности во општината Куманово. Тоа подразбира реализација на конкретни проектни задачи. Тие всушност претставуваат оперативни согледувања на појавите и односите во оваа сфера, така што и изборот на методологијата претставува една од проектните задачи. Во овој контекс е и задачата да се изврши преглед на сите релевантни документи кои се однесуваат на општина Куманово за изработка на Стратегијата. Како задача се поставува анализата сите постоечки закони, регулативи и стратегии на државно, регионално и локално ниво кои се од интерес за изработка на овој документ. Исто така, се бара да се дефинира појдовна точка и видовите туризам врз кои ќе се гради Стратегијата, како и да се дефинира визијата и мисијата и главна цел и цели на туристичкиот развој. Задачи се и потребите да се даде опис на глобалните и регионалните трендови за развој на туризмот, да спроведат работилници со засегнатите страни и познавателите на услугите, да се извршат теренски истражувања и фотографирање на туристички вредности, да развие модел на раст согласно предложените приоритети, мерки и активности, да се подговти акционен план со конкретни приоритети, мерки и активности и да се подготви план за евалуација и мониторинг на стратешките цели и индикатори.

## 1.2 Методи во изготвувањето на стратегијата

Во изготвувањето на Стратегијата се применува методологија која ги опфаќа формите и содржините што одговараат на потребите за нејзино спроведување. Изборот на методите и техниките во рамките изработка и спроведување на стратегијата опфаќа повеќе пристапи кои треба да овозможат издржано разрешувањето на задачите кои се поставуваат. Во оваа смисла потребно е прибирање показатели како резултат на користење на релевантни индикатори. Со нивната анализа треба да даде издржана квалитативна и квантитативна реализација на поставените задачи кои се содржани во описот на задачите. Така се овозможува идентификација на проблемите и оптимален начин на нивно разрешување. Разрешувањето на проблемите се темели на осмислувањето на насоките кои водат кон издржани резултати. Овие индикатори се однесуваат како на секундарните така и на примарните истражувања. Во продолжение се дадени методите за примарни и секундарни истражувања. Првата метода која се користи во изготвување на стратегијата и е во согласност со техничките спецификации е компаративната анализа на документација направена за развој на туризмот и економскиот развој за Општина Куманово или Северо-источниот плански регион.

### 1.2.1 Методи на секундарните истражувања

Во врска со секундарните показатели осебно е важна анализата на современите тенденции во оваа област, преку преглед и критичка анализа на литературата и документација која треба да овозможи согледување на општите карактеристики на туризмот во Општината Куманово. Тие се публикувани пред сè од страна на Државниот завод за статистика. Во студиозниот пристап ќе се користат и показателите кои се содржани во други извештаи и публикации на национално, регионално и локално ниво. Тоа се документи на Министерството за економија како ресорно министерство, Агенцијата за промоција и подршка на туризмот, Народната банка на РС Македонија и други министерства и институции кои донесуваат акти со кои туризмот во општината Куманово има врска. Исто така, основен извор на релевантни показатели е Локалната самоуправа која поседува податоци од областа на оваа дејност. Тие се публикувани во форма на студии, плански докумети, билтени, извештаи и други публикации. Овде станува збор за примена на дескриптивен и метод на анализа.

Искуствениот метод е применлив во избор на добри практики. Добрите практики служат како модели кон кои треба да се стреми развојот на туризмот во Општината Куманово. Овие искуства треба да се применат при креирањето на идниот развој во оваа туристичка дестинација. Развојните индикатори треба да се согледаат низ споредување со други релевантни показатели. Тоа упатува на потреба од примена на компаративен метод. Тој овозможува да се определат позитивните околности кои ќе придонесат да се дојде до одржлив развој на туризмот. Низ примена на овој пристап ќе се креираат политиките во оваа дејност, а Стратегијата ќе биде основен документ за реализација.

Методологијата е насочена кон аналитичката идентификација на развојните параметри. Со неа се доаѓа до осмислување на тенденциите и насоките односно реализацијата на утврдените цели. Во овој поглед значајно место имаат показателите за обемот, динамиката и структурата кои ги отсликуваат движењата во минатото, а врз основа на нив, може да се проектираат состојбите и тенденциите во наредниот петгодишен период под услов, условите кои важеле во претходниот период да продолжат да важат и во иднина. Анализата се однесува на согледување на потребите за промени и подобрувања во поглед на развојните параметри.

Стратегијата се потпира на туристичка валоризација на просторот. За примена на овој аксиолошки приод потребно е да се тргне од инвентаризацијата на расположливите вредности. Анализата на состојбите на туристичките потенцијали подразбира определување на регистар на туристичките ресурси од атрактивен карактер. Таа се однесува на просторните вредности, организациските претпоставки, атрактивноста на природните и културните ресурси, рецептивноста на капацитетите и користење на човечките потенцијали. Аналитичкиот приод подразбира согледување на состојбите на сместувачките капацитети во општината, како и да се дефинираат идните потреби во оваа смисла, како од видови, така и според квалитетот на услугите.

Со примена на методот на strengths, weaknesses, opportunities, threats - SWOT анализата се овозможува согледување на недостатоците и насоки за нивно надминување. Тоа е ситуациона анализа која дава слика за состобите на предметот на истражување, а како резултат се добиваат предностите, слабостите, можностите и заканите. Сите тие елементи имаат своја тежина и значење во понатамошното градење на стратешките определби со оглед на фактот дека тие се основата од каде се тргнува. Како комплементарна метода на SWOT, се употребува и threats, opportunities, weaknesses, strengths - TOWS методата,во чија матрица е вкрстувањето на резултатите од SWOT и тоа во корелација на внатрешните предности и слабости наспроти надворешните можности и закани. На тој начин се врши квалитативна анализа на факторите за развој и се определуваат приоритетите кои имаат најголеми можности за реализација или оние кои служат за намалување на ефектите од двојните негативни фактори (недостатоци наспроти закани). Така се согледуваат потребните мерки и активности за овозможување на одржлив развој на туризмот од сите аспекти во контекст на локалната и националната политика и стратегија. Врз основа на вреднувањето на потенцијалите оваа методологија овозможува да се издиференцираат селективни видови туризам. Согледувањето на нивните развојни можности ја определува потребата за насочување на изградбата на соодветна инфраструктура и определување на нивна локација.

### 1.2.2 Метод на примарно истражување во консултативна форма

Спроведувањето на примарните истражувања се однесува на активен и непосреден однос на истражувачите со познавателите на приликите како и на корисниците на угостителските и туристичките понуди и производи. Ова произлегува од потребата да се сумираат и анализираат ставовите и мислењата во врска со појавите и односите во развојот на туризмот во Општината Куманово. Преку консултации и соработка со претставници на различни сектори, невладини организации и стопански субјекти се добиваат сознанија за активностите кои ги преземаат овие институции во насока на креирање на стратешки пристап кон развојот на оваа дејност. Поради специфичноста на ситуацијата, консултациите се вршени на комбиниран начин, но се користени и претходно спроведени теренски истражувања за добивање примарни податоци.

Ова истражување овозможува надополнување на добиените резултати во секундарното истражување и претставува индикативна оценка за определување на целите и очекуваните резултати од изготвената, донесена и реализирана развојна стратегија на туризмот во овој простор. Синтетизираните согледувања овозможуваат спроведување на овој документ чија презентација пред засегнатите чинители и нарачателите и нивните критички согледувања ќе придонесат за финализирање на овој документ. Тој со сумираните резултати треба да ги предвиди перспективните аспекти и процеси на развојот на туризмот. Издржаноста на истражувачкиот приод подразбира работилници на кои засегнатите страни ќе ги изнесат своите ставови и мислења за подобрување на состојбите и ќе имаат критички однос кон развојот на туризмот во општината Куманово.

## 1.3 Методски принципи во изработката на стратегијата

Покрај методите кои овозможуваат оптимална реализација на активностите, посебно во доменот на истражувачкиот приод неопходна е и држење до определени принципи во изработката на стратегијата. Тоа упатува на потреба од опфат на востановени активности кои задолжително треба да се применуваат при донесувањето на ваков документ. Стратегијата треба да се базира на сеопфатностакако основен принцип. Тој упатува на тоа дека во е неопходно да се настојува своето место во стратегиското планирање да го најдат сите потенцијали и чинители на развојот на туризмот во општината Куманово. Исто така, таа се темели на користење на принципот на систематичност што упатува на тоа дека утврдените вредности кои служат за развојна проекција на туризмот имаат конкретни и специфични карактеристики и разместеност во различни средини. Врз основа на ваквите карактеристики се донесуваат генерални ставови за диференцирани вредности во функција на развој на туризмот во оваа туристичка дестинација. Ова е важен принцип со оглед на големината на просторот и содржајноста на понудата. Систематичноста во изработката подразбира појавите и односите да се подредуваат според својата важност, затапеност, големина, трајност и слични критериуми. Тие треба да се класификуваат во услови на иста припадност и да се типизираат кога станува збор за различни вредности. Врз основа на систематизацијата е определена приоритизацијата на факторите во развојот на туризмот во општината Куманово.

Принципот на споредливост подразбира дека преземените мерки и активности ќе можат да споредуваат со слични и различни пристапи во општината и надвор од неа. Споредливоста овозможува избегнување на произволности и запаѓање во фактографски недоречености. Споредувањето овозможува да се најде местото во поглед на квалитетот на решенијата кои се дел од развојната проекција во наредниот десетгодишен период, како и да се искористат оние решенија кои се оптимални во други вакви документи. Стратегијата се потпира на принципот на изводливост и реализација. Тој подразбира дека е неопходно да се има оптимален и рационален пристап во определувањето на планските предвидување за да се избегне појава на предимензионираност или пак неадекватна определба на вредноста, која би била погрешна и неприменлива.

# 2 Анализа на постојната состојба на досегашниот развој со туризмот во општина Куманово

Ситуационата анализа овозможува да се согледаат состојбите кои го определуваат туристичкиот развој во Општината Куманово. Таа ги опфаќа појавите и односите низ показатели од квалитативен и од квантитативен карактер согледувајќи ги туристички потенцијал во смисла на взаемно делување на различни фактори во општински рамки и надвор од нив. Состојбите даваат основа за добивање развојни параметри и сознанија за нивото кое треба да се унапредува. Тоа значи дека анализата треба да ги опфати анализите на издавачката дејност и службените извори на показатели. Со оглед на тоа дека туризмот е организирана и регулирана дејност, многу важна компонента претставува општествената клима преку која туризмот треба да се развива во оштината. Во тој поглед анализата на состојбите треба да се однесува на примената на постоечките закони, регулативи и стратегии на државно, регионално и локално ниво. Анализата на состојбите во користењето на просторната положба како туристички ресурс произлегува важноста што ја има во развојот на оваа и другите дејности во општината. Таа е вредност за себе, без оглед на сите други релевантни развојни елементи.

Состојбата на туристичките потенцијали е од круцијално значење за развојот на општината Куманово. Анализата се однесува на природни и културни вредности, бизнис заедница, спорт и рекреација, демографски и социјални аспекти. Во овој контекст треба да се прифати рецептивноста на просторот. Тој претставува структура која го определува базичниот карактер на внесени содржини во развојните процеси и во таа смисла е од основно значење во определувањето на развојните можности.

## 2.1 Анализа на состојбите во поглед на издавачката дејност и службените извори на показатели

Состојбата во издавачката дејност се однесува на анализа на литературата како релевантен извор врз кои можат да се добиат сознанија за карактеристиките на општината Куманово се однесуваат како на општите, така на специјализираните изданија од областа на туризмот. Ова произлегува од карактерот на туризмот. Тој опфаќа различни домени кои се во тесна врска, иако немаат туристички предзнак. Секако, изданијата од областа на туризмот, во третманот заслужувааат посебно место. Во овој поглед релевантноста се однесува на синергиската поврзаност со научното ниво на обработка на појавите и проблемите на општината Куманово. Интерпретацијата се бара низ научни трудови, зборници и анали, монографии, учебници, туристички водичи, проспекти, каталози и мапи. Во општината се објавени следниве изданија од интерес за оваа стратегија: Стратегија за локален економски развој на Општина Куманово (2019-2024)[[1]](#footnote-1), Програма за уредување на градежно земјиште (2018), Програма за урбанистичко планирање на подрачјето на Општина Куманово (2018), Програма за културни манифестации, Програма за развој на спортот и рекреативни активности на граѓаните[[2]](#footnote-2).

Овие извори на сознанија и параметриска презентација се однесуваат на едногодишните и повеќегодишните периоди. Покрај наведените извори, посебно се важни билтените и службените весници. Овие документи се достапни за анализа така што даваат можност за реално извлекување на заклучоци.

Позитивна е и состојбата со достапноста на развојни параметри и показатели кои се добиваат на национално ниво. Стратегијата може да се потпре на основните секундарни извори на податоци кои се достапни бидејќи се публикувани од страна на Државниот завод за статистика, Министерството за Економија и Агенцијата за промоција и подршка на туризмот како и службената статистика и извештаите на државните институции на кои туризмот им је блиска проблематика.

Позитивно се оценуваат развојните можности на туризмот засновани врз воспоставената организациска структура на национално ниво и тоа преку Агенцијата, Секторот за туризам при Министерството за економија, како и другите организациски форми на јавната и државната администрација. Разните форми на поддршка за туристичките субјекти даваат позитивна основа за развој во просторните целини кои можат да користат разни видови на субвенционирање и други видови на помош од домашни и меѓународни извори.

## 2.2 Анализа на состојбите на примена на закони, регулативи и стратегии на државно, регионално и локално ниво

Аналитичкиот приод на состојбите поаѓа пред се од нормативнотата рамка преку донесените акти и документи врз кои е единствено можно да се операционализира донесувањето на Стратегијата за развој на туризмот. Тоа се актите и документите, односно показателите во извештаи кое се основа во овој поглед. Ова коинцидира со прегледот на релевантни извори на показатели кои ја третираат материјата што се однесува на туристичките и хотелско – угостителските потенцијали и ресурси во локалитетите и населените места. Исто така, во овој поглед потребно е согледување на донесените документи на ниво на Североисточниот планскиот регион и Република Северна Македонија, кои треба да се одразат на развојот на оваа дејност во општината Куманово. Така се отвора можност за утврдување на местото на туризмот од овој простор во регионални и национални рамки. Изготвувањето на Стратегијата за развој на туризмот во Општината Куманово опфаќа ревизија напостоечките закони, регулативи на државно, регионално и локално ниво. Тоа значи дека Стратегијата треба да се потпира на оваа основа.

Една од најважните правни рамки произлегува од надлежностите кои и се определени во член 22 од Законот за локална самоуправа (Сл. Весник на Р.М бр.5/2002 год.). Овој закон упатува на неопходност за донесување на ваков правен акт. Така Стратегијата претставува документ од круцијална важност во развојот на туризмот. Донесувањето на Стратегијата со која се определува туристичкиот развој е статутарната обврска на општината. Бидејќи туризмот има и третман на стопанска дејност, таа треба да биде усогласена со Стратегијата за Локален економски развој, во која туризмот е една од приоритетните развојни дејности.

Општината Куманово е доминантен чинител на општествениот, просторниот и економскиот развој на Североисточниот плански регион. Туристичкиот развој на општината е во тесна поврзаност на општината со другите општини од овој регион. Поради овие факти Стратегијата треба да биде усогласена со Програмата на овој регион како во општа развојна смисла, така во развојот на туризмот.

Изготвувањето на Стратегијата произлегува и од потреебата за оптимална примена и придобивки кои произлегуваат од законите кои ја регулираат туристичката дејност како Закон за туристичката дејност, Закон за угостителската дејност и Закон за основање на Агенција за промоција и поддршка на туризмот. Оваа стратегија е поврзана и со законски и подзаконски акти кои не се директно поврзани со туристичката дејност, но имаат влијание во различни сфери какви што се оние поврзани со стопанството, имотно-правните односи и заштитата на животната средина.

Усвоените мерки на Владата на РС. Македонија со која се субвенционираат туристичките посети од странство, стимулациите за отворање бизниси и вработувања, симулациите во домашното сместување на село, треба да најдат свое место во Стратегијата, затоа што и тие се фактор на туристичкиот развој на општината Куманово.

Стратегискиот приод во развојот на туризмот ги инкорпорира и документите кои се во согласност со ингеренциите кои ги има Локалната самоуправа и нејзините органи на чело со градоначалникот на општината. Ова се однесува на донесените документи тесно поврзана со развојот на туризмот, но и оние со кои има индиректна поврзаност. Во овој поглед во стратегиите, плановите и развојни програми треба да се бара местото и улогата што ја има туризмот во развојот на Општината Куманово. Треба да се бара местото на туризмот во потикнувачката и взаемна функција со другите дејности. Некои документи со регулативата која ја поседуваат претставуваат фактор кој го определува развојот на туризмот низ призма на избегнување на конфликти во поглед на одржливиот развој. Но, исто така тие се неопходна основа за реализација и на целите кои треба да произлезат од овие стратегиски пристапи.

Просторното и урбанистичкото планирање се основа за користење на просторот поврзани со реализација на стратегиските определби. Донесувањето планови е основа за издавањето на одобрение за градење на објекти со што се димензионира интензитетот на туристичка изграденост. Оваа законска обврска на општината придонесува просторот во неа да се насочи кон туристичката димензија која подразбира користење на просторот без искористување, односно без загрозување на еколошката стабилност. Донесувањето на овие документи е во директна поврзаност со спроведувањето на Стратегијата преку вклучување на инфраструктурните и супраструктурните објекти од областа на туризмот и угостителството во развојниот процес. Овој документ подразбира уредувањето на просторот и уредувањето на градежното земјиште што е основна претпоставка за одржлив развој на туризмот. Донесените планови од оваа област се само основа за нивно надоградување и иновирање во наредниот петгодишен период.

Стратегискиот приод кон развојот на туризмот како важна како важен документ за согледување треба да ја има Програмата за партерно уредување на просторот и организација на посебни локалитети со атрактивни содржини. Таа посебно место им дава на одржувањето и користењето на парковите, зеленилото, парк-шумите и рекреативните површините составен дел на ваквата определба. Фонтаните, склуптирите и партерното уредување се дел од широката естетска, рекреативна, куриозитетна и монуменрална компонента во организацијата на просторот во функција на туристичкиот развој во опчтината како дестинација.

Постоењето и реализацијата на Стратегијата за локалниот економски развој, односно планирање на локалниот економски развој подразбира дека во неа свое место има и оваа дејност. Со оглед на богатството на атрактивно-рецептивниот фонд кој го поседува општината туризмот е фактор на економски и општествен развој. Затоа во оваа стратегија тој има едно од приоритетнитее места. Локалната економска политика се определува како чинител на зголемување на бруто домашниот производ, фактор на отворање на нови работни места и подобрување на животот на локалното население, така што и во овој поглед овие две стратегии коинцидираат меѓусебно и се карактеризираат со нагласена синергија.

Туристичкото стопанство во општината Куманово е специфично во поглед на обемот на дејноста. Во него преовладуваат малите и средни претпријатија. Затоа третманот на оваа дејност во развојот на стопански субјекти од овој вид е важен за развојот на туризмот. Во овој контекст претприемништвото на малите и средни претпријатија е во тесна врска со структурата која ја има туризмот како стопанска дејност. Туризмот во себе вклучува стопански субјекти од угостителството, сообраќајот и услужното занаетчиство. Тие во општината, по својата природа припаѓаат на оваа категорија на претпријатија, така што стратегискиот приод за развој на малите и средни претпријатија го засега и туристичкиот сектор.

Блиска врска туристичкото стопанство има со јавниот сектор. На тој начин се остварува јавното и приватното партнерство. Пред заинтересираните претпријатија од областа на туризмот стои можноста за поврзување со јавните служби и претпријатија воспоставувајќи локалната мрежа на институции и агенции и промовирање на партнерствово. Моделите на јавно-приватно партнерство кои се зацртани во овој вид на законска регулатива и стратешки приод стојат на располагање на деловните субјекти во туризмот. Поради тоа, Физибилити студија за јавно приватно партнерство треба да има значајно место како документи од кои ќе произлезат соодветни активности. Тие се дел од стратегиските определби во оваа област. Управувањето со туристичката дестинација не е можно, aко не постои вмрежување на носителите на туристичката политика и туристичкото стопанство и ако не постои партнерство во односите на организаторите на туристичките активности, непосредните даватели на услуги и туристите како нивни корисници. Промоцијата на овие партнерски односи претставува значајна активност во развојот на туризмот. Но, промоцијата на туризмот има и поширок контекст, затоа што овозможува повисоко ниво на афирмација на Куманово како туристичка дестинација и унапредување на посетеноста од страна на туристичката клиентела во квантитативна и квалитативна смисла. Таа добива третман на еден од најважните компоненти во ДМО на Општина Куманово.

Состојбата во комуналната сфера претставува фактор на уреденоста, опременоста и одржувањето на хигиената. Комуналната сфера има рецептивна развона димензија. Затоа, Програма за комунално уредување претставува респектибилен документ чие спроведување има приоритетна врска со развојот на туризмот. Нивото на комунална посветеност ја определува одржливата компонента на туризмот. Таа е иновативна и креативна, така што е една од основите во туристичката развојна политика на општината. Фундаметални детерменти за развој на туризмот имаат снабдувањето со вода за пиење, јавното осветлувањето, одведувањето и третманот на атмосферските води и одржувањето на јавна хигиена која подразбира собирање, транспортирање и постапување со комуналниот цврст и технолошки отпад. Концептот на одржлив развој на туризмот подразбира користење на ингеренциите на локалната самоуправа во поглед на снабдување со природен гас и топлинска енергија од обновливи извори. Преку нивото на нивната застапеност и квалитетот на услугите се изразува квалитетот на живот на локалното население и развојните можности на туризмот, односно нивото на задоволство од престојот. Во овој поглед нормативна основа треба да се бара во Законот за енергетска ефикасност и одржлив развој (член 10).

Развојот на туризмот во општината се базира и на организацијата во комуникативната сфера. Таа се однесува на поврзаноста на дестинацијата со емитивните средини и олеснет приод и на подобрена внатрешна комуникативност и пристапност до туристичките локалитети и објекти. Стратегијата за развој на туризмот на Општина Куманово треба да ги има предвид програмите кои се однесуваат на воспоставување линиски и вонлиниски, односно факултативен превоз надвор од оваа дестинација и Програми кои се однесуваат на уредувањето на патната инфраструктура, односно изградбата, одржувањето, реконструкцијата и заштитата на локалните патишта, улици и други инфраструктурни објекти, регулирањето на режимот на сообраќајот, изградбата и одржувањето на уличната сообраќајна сигнализација и организирањето на јавниот локален превоз на патници. Овие Програми се од приоритетно значење за реципиентното население и развоен фактор во туризмот во целина.

Еден од најзабележителните проблеми на локалната самоуправа претставува паркирањето. Затоа документацијата која се однесува на овој проблем е од круцијална важност за туризмот. Тоа подразбира изградбата, уредување и одржувањето на јавниот простор за паркирање. Паркирањето треба да профитабилно, што подразбира остварување на приходи на јавните претпријатија и од страна на туристите кои ја постуваат оваа туристичка дестинација. Во овој поглед, концептот на јавно-приватно партнерство може оперативно да се примени.

Анализата ги опфаќа донесените акти во врска со подигнување на стандардите во уредувањето и одржувањето на пазарите кои се од големо значење за развој на туризмот. Ова произлегува од тука што пазарите се локалитети во кои може да се организираат шопинг тури, ако пазарот со својот изглед, функционалност, асортиманот и квалитетот на стоката имаат атрактивна вредност. Тоа се објекти во служба на снабдување на локалното население, а преку тоа и можнст за давање на туристички услуги во домашното сместување. Покрај снабдувањето на туристите со стоки, пазарот е фактор за снабдување и на угостителскиот сектор. Пазарот е тесно поврзан со развој на полјоделството и аграрниот сектор во целост, а преку тоа и на агро-туризмот и гастрономскиот туризам. И во овој поглед јаавното приватно партнерство треба да биде препорачлива можност.

Од актите кои имаат позитивно дејство врз збогатување на туристичката понуда, Локалната самоуправа во областа на културата има широка посветеност. Таа своите активности ги потпира на Стратегијата за развој на културата во државата и Локалните програми за културата во целина и определени културни настани и институции. Програма за развој на и овозможуваат да ги искористи културните институции за организирање на манифестации и настани. Нивното одржување овозможува на креирање на туристичка понуда и специфични туристички производи. Во овој контекст е и Календарот за одржувањето на културните настани и Програмите за заштита и на нивните објекти, финансиската поддршка на културните проекти, негувањето на етнографијата - фолклорот, обичаите, старите занаети и слични културни вредност, како и организирањето културни манифестации и поттикнувањето на разновидни специфични форми на творештво.

Планот за развој на спортот и рекреацијата е документ со кој се овозможува да се подобри квалитетот на живот на домицилното население, но и да најде забележително место во развојот на туризмот на Општина Куманово. Иако актот директно тоа не го содржи, сепак подразбира одраз во туристичкиот развој. Тој ги опфаќа можностите да биде фактор со карактер на специфична туристичка понуда. Одржувањето и изградбата на објекти за спорт како една од ингеренциите на ова ниво е од тројна важност за туристичката понуда. Спортистите се јавуваат како корисници на услуги во објектите и во таа смисла претставуваат сегментирана туристичка клиентела, туристите можат да ги искористат објектите за рекреација и рекреативно спортување и можат да бидат посетители на спортски настани. Во организирањето на спортски и рекреативни настани и манифестации покрај Локалната самоуправа (ЛЕР-от), организатори се и локалните туристичките агенции и оние надвор од дестинацијата. Документот го афирмира масовниот спорт и рекреативните активности како форми на физичка култура со која постанува основа за креирање туристички производи. Имено, овие активности го определуваат спортскиот туризам како селективна развојна форма.

Документот ја опфаќа поддршка на спортскит сојузи, друштва и клубови кои се во ингеренции на Локалната самоуправа. Статутите на овие организации предвидуваат соработката во емитивните и рецептивните средини. Тие ги организираат своите члениви за поста на оваа туристичка дестинација. Така претставуваат организациски фактор во развојот на спортскиот туризам. Потстратегијата за развој на спортскиот туризам во Р. Македонија за периодот од 2013 до 2018 год. претставува документ кој може да се искористи како модел за негово донесување на локално ниво во Куманово. При тоа е поволно да се имаат предвид предвидените солуции кои се однесуваат на оваа туристичка дестинација.

Донесувањето на акти на локално и национално ниво за безбедносни мерки е еден од основните нормативни услови за одвивање на туристичката активност во туристичката дестинација. Безбедноста е основен фактор за воопшто да дојде до започнување со развивање на другите услови за посета на туристите. Безбедноста се однесува на сите компоненти од развојот на туристичката дестинација, креирањето на туристички производи, посетата и престојот на туристите и нивните материјални добра. Безбедносните акти се насочени кон предвидување, спроведување на подготовки и преземање мерки за заштита и спасување на граѓаните и материјалните добра од воени разурнувања, природни непогоди и други несреќи од последиците предизвикани од нив како една од основните надлежности во областа на безбедноста. Во овој петгодишен период актите и програмите за санација на пандемијата и епидемијата ќе бидат од најзабележителна важност. Ова произлегува од тука што со разрешувањето на оваа несекојдневна појава, нејзиниот одраз врз развојот на туризмот нема да престане, а последиците можат да се почуствуваат и во целиот петгодишен развоен период.

Програмите за противпожарна заштита ја реализираат територијалните противпожарни единици како дел од овој безбедносен систем во ингеренции на Локалната самоуправа. Тие во себе содржат интервенции кои се од инцидентен карактер кога се во прашање пожари во објекти кои се во врска со туристичкото стопансто, и пожари на шуми и други растителни состоини.

Во општината се усвоени Програма за спасување во планина и пештери, но во општината нема ваква спасувачката служба. Таа е важна развојот на планинскиот и спелеолошкиот туризам, не само поради спасување при несреќи туку и во услови кога поради непочитување на сигнализацијата туристите немаат ориентација во движењето или пак запаѓаат во непристапни терени. Овие надлежности се поткрепени со Законот за заштита и спасување (Сл. Весник на Р.М бр, 36/04,49/04, 86/08, 124/10,18/11 и 41/14).

Заштитата на животната средина и природата претставува еден од од најзначајните компоненти во развојот на туризмот. Таа коинцидира со развојот на еко-туризмот бидејќи подразбира заштита и спречување од загадување на водата, воздухот, земјиштето, заштита на природата, заштита од бучавата и нејонизирачкото зрачење. Тоа се неопходните мерки и активности при определувањето на релевантните чинители на туристичката во развојна проекција на оваа туристичка дестинација. Овој пристап е содржан во Законот за заштита на природата.

## 2.3 Анализа на состојбите и можностите кои произлегуваат од туристичко- географската положба

Територијата на Општина Куманово опфаќа површина од 509,48 км2 и во неа освен градот Куманово се наоѓаат и 47 села. Тоа се: Агино Село, Бедиње, Бењаковце, Бињановце,[Брзак](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%80%D0%B7%D0%B0%D0%BA), [Вак'в](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B0%D0%BA%27%D0%B2), [Винце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B5), [Војновиќ](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D1%98%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%9C), [Габреш](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%B0%D0%B1%D1%80%D0%B5%D1%88), [ГорноКоње](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%BE_%D0%9A%D0%BE%D1%9A%D0%B0%D1%80%D0%B5), [Градиште](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D1%88%D1%82%D0%B5_(%D0%9A%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE)), [Д'лга](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%27%D0%BB%D0%B3%D0%B0), [Доброшане](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D1%88%D0%B0%D0%BD%D0%B5), [Довезанце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%86%D0%B5), [ДолноКоњаре](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%BB%D0%BD%D0%BE_%D0%9A%D0%BE%D1%9A%D0%B0%D1%80%D0%B5), [Живиње](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%96%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D1%9A%D0%B5), [Зубовце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%97%D1%83%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D1%86%D0%B5_(%D0%9A%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE)), [Јачие](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%88%D0%B0%D1%87%D0%B8%D0%BD%D1%86%D0%B5), [Карабичане](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%B8%D1%87%D0%B0%D0%BD%D0%B5), [Клечевце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B2%D1%86%D0%B5), [Кокошиње](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D1%88%D0%B8%D1%9A%D0%B5), [Колицко](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%86%D0%BA%D0%BE), [Косматц](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%81%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B0%D1%86), [Костурник](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA), [Кутлибег](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D1%82%D0%BB%D0%B8%D0%B1%D0%B5%D0%B3), [Кучкарево](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%83%D1%87%D0%BA%D0%B0%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE), [К’шање](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%E2%80%99%D1%88%D0%B0%D1%9A%D0%B5), [Лопате](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D1%82%D0%B5), [Љубодраг](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%89%D1%83%D0%B1%D0%BE%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B3), [Мургаш](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B0%D1%88), [НовоСело](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%BE_%D0%A1%D0%B5%D0%BB%D0%BE_(%D0%9A%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE)), [Орашац](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D1%80%D0%B0%D1%88%D0%B0%D1%86), [Пезово](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%BE), [Пчиња](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%87%D0%B8%D1%9A%D0%B0_(%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%BE)), [Режановце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D0%B6%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%86%D0%B5), [Речица](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B5%D1%87%D0%B8%D1%86%D0%B0_(%D0%9A%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE)), [Романовце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%86%D0%B5), [Скачковце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BA%D0%B0%D1%87%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%86%D0%B5), [Сопот](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D1%82_(%D0%9A%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE)), [СтуденаБара](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%83%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B0_%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0), [Сушево](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%83%D1%88%D0%B5%D0%B2%D0%BE_(%D0%9A%D1%83%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%BE)), [Табановце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D1%86%D0%B5), [Тромеѓа](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D1%80%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D1%93%D0%B0_(%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%BE)), [Умин Дол](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BC%D0%B8%D0%BD_%D0%94%D0%BE%D0%BB), [Черкези](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BA%D0%B5%D0%B7%D0%B8), [Четирце](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D1%82%D0%B8%D1%80%D1%86%D0%B5) и [Шупљи Камен](https://mk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D1%83%D0%BF%D1%99%D0%B8_%D0%9A%D0%B0%D0%BC%D0%B5%D0%BD). Вкупниот број на жители според пописот од 2002 год. изнесува 105.484. Градот Куманово е основа за развој на градскиот туризам, а селата се потенцијал за селски туризам. Релативно големата распространетост и бројот на жители упатуваат на широк дијапазон на територијална разместеност на атрактивностите и човечките потенцијали кои треба да се вклучи во туризмот.

Општината Куманово е со нагласени функционални белези на туристичко - географската положба. Како функционални белези на туристичко - географската положба треба да се истакнат транзитивноста, контактноста и поливалентноста. Овие особености произлегуваат оттука што оваа туристичка дестинација е широко отворена кон околниот простор и се застапени потенцијали кои произлегуваат од туристичко–географската положба. Таа поседува можности туристички развој сврзани со проодноста и комуникативноста на просторот. Општината има гравитационите особини кои се однесуваат на окружувањето на просторните целини надвор од него,а кои претставуваат емитивен простор. Исто така, туристичките вредности кои се наоѓаат во опкружувањето, се во врска со туристичкиот вредносен фонд на општината Куманово.

### 2.3.1 Контактност на туристичко географската положба како вредност

Контактноста на туристичката положба на општината Куманово се содржи во лоцираноста на коридорите на Балканскиот Полуостров и неговото гранично соседство кое ја опкружуваат. Оттука односот на отвореноста кон соседните општини и Србија, ја определува како простор со меѓународно значење. Бројноста на етничките и културните колективитети во нејзиното непосредно соседство го зголемува интересот за посета на овој регион, бидејќи и во неа се присутни повеќе етнички, културни и социјални вредности. Меѓународниот карактер на општината е содржан во меѓуграничните односи со Србија и близината на Бугарија и Косово. Во поглед на контактноста посебно место зазема граничниот премин Табановце кој е еден од двата најфрекфентни гранични премини во државата. Ваквата положба во досегашниот период не е доволно искористена така што отвара можности за интензивирање на соработката. Преку него се контролира прометот на стоки патници и туристи. Определени комуникациски односи се воспоставени на планот на можностите за взаемни програми во областа на туризмот како нпр. Креирање на туристички производи со користењето на Европските фондови за меѓугранична соработка кои се недоволно искористени. Во овој поглед отворени се можносте за взаемни туристички тури и меѓусебна организација на просторот во форма на уредување и сигнализација. Ова посебно се однесува на сорботката на општината со пограничниот регион во Р. Србија. Во прилог на унапредување на циркулацијата на туристичкиот промет се патувањата за посети на роднини и пријатели, како и деловните и професионални движења.

Контактноста како туристичка вредност ја опфаќа пристапноста и комуникативноста како вредности кои претставуваат релевантни развојни е фактори. Во овој поглед треба да се констатира дека оптимумот на пристапноста е содржан во постоењето на патна, железничка и воздушна можност. На тој начин Куманово има најпогодна контактност. Во меѓународни рамки контактноста е определена освен со условите на граничниот премин Табановце и со користење на Интернационалниот аеродром Скопје, преку кој се одвива воздушниот сообраќај. Близината на овој аеродром е еден од најзначајните пристапни сообраќајни ресурски, така што е и во директна функција на развојот на туризмот.

На внатрешен план контактноста е содржанаа во односот кон околните општини на СИПР. Во негови рамки Куманово има највисоко гравитационо ниво, затоа што е негов центар и во исто време фактор на административен економски и социјален развој. Добрите контактибилни односи со општините и со околните регионални целини овозможува донесување на интеррегионални и меѓуопштински развојни политики во туризмот. Контактибилноста е и фактор на креирање на заеднички туристички производи и настап на туристичкиот пазар.

### 2.3.2 Транзитноста како туристичка вредност

Транзитноста како туристичка вредност на општината претставува една од најзначајните туристички вредности не само во рамките на СИПР, туку и во рамките на РС Македонија и Балканскиот Полуостров. Куманово се наоѓа на крстосницата на два коридора. Тоа се коридорот Е- 75, како еден од најфреквентните во Европа и коридорот 8 Е-871. Ова значи дека се работи за сообраќаен јазол на Балканскиот Полуостров. Тоа е многу важно за туризмот бидејќи транзитноста овозможува развој на селективните форми туризам и определувањето на транзитниот туризам како посебен вид. Се проценува дека низ граничниот премин Табановце годишно минуваат околу 2 милиона возила. Тоа претставува потенцијал што го става транзитниот туризам во редот на приоритетните развојни форми во општината Куманово.

Транзитниот правец север - југ на кој се наоѓа општината Куманово е есенцијален за поврзувањето на Северна, Западна и Средна Европа со Југозападна Азија и Африка, а преку Суецкиот Канал и со Јужна и Југоисточна Азија и понатаму со Австралија и Океанија. Во овој правец се одвива копнениот и комбинираниот превоз (копно - вода). Од не помало значење е и воздушниот сообраќај, кој во комбинација со другите видови сообраќај, целосно го опфаќа Балканскиот Полуостров и неговиот околен простор. Тој овозможува циркулација на стоки и патници, што се одразува врз туризмот во општината.

Транзитниот правец исток - запад овозможува поврзување на источноевропските земји и земјите на азискиот континент, со Јадранското Приморје, а понатаму, преку Италија и со цела Југозападна Европа. Значењето на овој транзитен правец во голема мера ќе зависи од степенот на развој на просторните целини, што се наоѓаат на него. Значењето е и во тоа што правецот се надоврзува на транзитниот правец север - југ, токму на просторотна општина Куманово, што претпоставува основа за задржување на туристите во овој простор и што е транзитноста во функција на дистрибуција на, промотивен материјал за општината. Транзитивноста на положбата на општината Куманово е во функција и на домашниот туристички промет. Имено движењата на дел од туристите, со местото на постојано живеење, во ИПР и СИПР кон ВПР, ПОПР и ЈЗПР водат преку Општината Куманово. Тоа ја определува како транзитност со регионално значење.

### 2.3.3 Поливалентност на туристичкиот простор

Општината Куманово се карактеризира со изразита поливалентност на туристичко - географската положба. Испреплетеноста на природните и културните форми и нивната меѓусебна условеност и зависност овозможува изразита содржајност при престојот на туристите. Природните вредности се со нагласени рекреативни, куриозитетни и естетски карактеристики. Ова богатство е надополнето со знаменитото и естетското на културните елементи, кои често пати доминираат на овој простор.

Близината на соседните земји и даваат можност за комбинација на туристичките активности. Континенталните вредности на општинта трееба да се се комбинираат со приморски туристички активности. Туристите кои насочени кон морињата чии брегови припаѓаат на Балканскиот Полуостров се движат низ просторот така што Општината има потенцијал за креирање на комбинирани туристички производи во рамките на балканските рути.

Поливалентноста на туристичката положба општината Куманово е изразена преку можноста за комбинација на содржини во турите од карактер на бањски и други хидрографски вредности, како и котлини, клисури и кањони, високи планини и пештери во опкружувањето на Општината Куманово. Во овој конткст на располагање се и различните климатски влијанија и климатски типови, интересните пејазажни вредности и богатото културно - историско наследство, односно етнографските и манифестациските туристички вредности.

## 2. 4 Анализа на постојната состојба во врска со природните вредности

Природната атрактивна основа за развој на туризмот во Општината Куманово е карактеристична по широкатa застапеност и разновидност на атрактивн фактори. Своите својства ги изразуваат преку формите и содржините кои се во функција на привлекување на туристите на овој географски простор.

Природните вредности се одраз на геологијаа и геоморфологијата, климатските услови, хидрологијата и хидрографијата и застапеноста на флората и фауната, како богатство на биодиверзитетот. Врз основа на ваквата застапеност вредностите условуваат природна пејзажна разновидност, како и амбиентална лоцираност. Тоа се вредности кои во туристичка смисла се важни како основа за определени туристички производи или во стратегиски поглед појдовна компонента за определување на развојните насоки.

Општината Куманово е лоцирана во претежно котлински простор. Тој е дел од Жеглигово, а во потесна смисла е определен како Кумановската Котлина. Ваквата конфигурација овозможува рамничарскиот простор да се искористи на специфичен начин. Тоа се однесува пред се на земјоделски активности. Тие се погодна можност за развој на агротуризам. Исто така, земјоделието и посебно органското производство се во функција на развој на угостителството. Од друга страна развојот на туризмот овозможува пласман на земјоделските производи што ја интензивира трговската размена. Рамничарскиот простор овозможува трасирање патеки за пешачење велосипедизам и мото-туризам. Тоа е во функција на развој активниот туризам. Општината Куманово и нејзиното опкружување се карактеристични по присуството на базалтни плочи што има геолошка вредност. Ваквите појави се дел од едукативните активности, односно можност за екскурзивни посети и организирање на школи во природа.

За развој на туризмот на Општина Куманово посебно место има Бислимската Клисура. Лоцираноста на само 5 до 10 км од градот Куманово и овозможува влучување во туристичката понуда како интегрален дел и третман на посебна содржина во креирањето на туристичките производи. Должината од околу 10 км овозможува трасирање на патеки со егзотични карактеристики. Нејзините стрмни страни кои на определени места речиси се вертикални се погодни за искачување. Тоа во туристичка смисла подразбира високо ниво на адреналински компоненти. Кањонската форма подразбира можност за едукативни активности. Всеченоста во различни геолошки супстрати ја поткрепува оваа развојна основа на туризмот. Таа е пример за презентација на полигентски карактер на клисура сврзан со епигенетко вертикално всекување на реката Пчиња, како феномен со изразита посебност. На релативно мал простор се јавува денудацијата и акумулација во форма на сипари и точила, како и форми на селективна ерозија. Во едукативна туристичка смисла атрактивност претставува и карстниот релјеф. Пред учениците и студентите можат да се презентираат форми на површинскиот и карст како шкрапи, вртачи и ували.

Подземниот карст е туристички поатрактивен бидејќи освен едукативните активности овозможува и развој на спелеолошкиот туризам. Во овој простор се регистрирани триесетина пештери, но само девет се со должина поголема од 10 м. Меѓу нив посебно внимание заслужуваат Студен, Лишков, Дуенички и Градишачки Пештер и спелеолошкиот систем на пештери и пропасти Маркова Куќа. Меѓутоа, пропастите како и недоволно проучените пештери можат да се вклучат во едукативната туристичка понуда на оваа клисура.

Климатските елементи претставуваат значајна туристичка вредност на Општината Куманово. Климатские елементи позитивно делуваат врз туристичкиот развој и туристичките активности. Во овој поглед температурите на воздухот се со изразита умереност. Средно годишната температура изнесува 11,80C, што е во рамките на просечните вредности на РСМ. Умерени се вредностите на температурата на воздухот и во летниот (од 20,30C, до 22,30C), и во зимскиот период (од 0,4 0C, до 2,8 0C). Годишната сума на врнежи изнесува 549,2мм, што е релативно ниско количество и не претставува пречка за туристичка посетеност на оваа туристичка дестинација. Плувиометрискиот режим е релативно поволен затоа што е правилно распореден во текот на годината. Инсолацијата е релативно висока (2.168 часови), а просечната влажност нема забележителни одстапувања во текот на годината. Таа има просечно годишна вредност од 72 %, што е во функција на пријатен туристички престој.



Слика 1. Кумановска бања

Хидрографските туристички вредности во општината овозможуваат туризмот да најде подлога за својот развој. Атрактивноста е содржана во рекреативните карактеристики што ги поседуваат термаминераалните извори и реките. Изворите на Кумановска Бања, позната како Проевска Бања се наоѓаат во истоименосто село на само 4 км оддалеченост од Куманово. Температурата на водата изнесува од 28°С – 31°С. Тоа значи дека се работи за хипотермална вода. Во хемиско - минеролошкиот состав се наоѓаат магнезиумот, калциумот, натриумот, хидрокарбонатите, кобалтот, цинкот и други минерали. Бањата се користи во лекување на нервни болести, болести на органите за варење и шеќерна болест. Тоа е основа за развој на бањскиот и здравствениот туризам во целина.

Бањата е на надморска височина од 305 метри, опкружена иизвонредна конфигурација и млада борова шума. Уредените простори со паркови и зеленило се во функција на вклучување во специфична бањска туристичка понуда. Олимпискиот базен и другите спортски терени овозможуваат рекреативни и спортски активности. Недостаток на оваа бања претставува количеството на вода кое изнесува 6 л/сек. Тоа значи дека можностите за развој, во оваа смисла се ограничени. Но, покрај тоа, таа е од приоритетна функција за развој туризмот во општината Куманово. Покрај термоминералните извори за развој на туризмот погоден е просторот во Клечковце каде што се наоѓа изворот познат како Визијана. Неговата лековитост е содржана во збогатеноста со магнезиум.

Од хидрографските туристички вредности реките Кумановска и Пчиња се основа за развој на речниот туризам. Уредувањето и опремувањето треба да биде основа за определени туристички активности, како рекреативни и излетнички, пешачењето по нивните брегови и пикници. Во услови на збогатен рибен фонд тие се основа за развој на риболовниот туризам. Во овој поглед водечки риболовен ревир е Куманово, а во општината има и еден рибник.

Овој простор е карактеристичен по застапеноста на шумска вегетација. Под шума е зафатена површина од 21,34% на СПР. Во регионот се води грижа за пошумување така што е предвидено до 2020 г. да се пошуми 11.800 ha. Иако овие површини се на поширок простор, тие се и во функција на посета на општината Куманово како туристичка дестинација. Станува збор за можност за еко-туристички форми на престој. Во оваа функција е споменикот на природата Даб во Орашац. Слично е и со ловниот дивеч. Регионот е познат по развиената ловна структура. Во него има вкупно 27 ловишта од кои 20 се за ситен, а 7 за крупен дивеч. Непосредната активност на ловниот туризам во општината се одвива преку ловното друштво „Козјак“ – Куманово.

## 2.5 Анализа на постојната состојба во врска со културните вредности

Треба да се истакне дека секоја анализа на туризмот, било да е тоа за досегашниот развој или да се работи за предвидувања на идниот туристички развој на секое подрачје, општина, зона, регион, држава, треба да го следи интегралниот пристап, односно да се спроведува истражување кое ќе ги покрие потенцијалите за сеопфатен развој, вклучувајќи ги тука поединечните селективни форми на туризам. Во тој опфат е истражувањето на досегашниот развој на културниот туризам, како важна форма на туризам особено за нашата држава. Во таа насока се резултатите од едно истражување[[3]](#footnote-3) кое покажува дека повеќе од 55% од туристите во РС Македонија како причина за доаѓање навеле „одмор и посета на културно наследство“. Овие податоци се прикажани во табела 1.

Креирањето на културно-туристички содржини има важност за поттикнувањето на туристичкиот развој на едно подрачје од една страна, и позитивно влијае врз зачувувањето на културното наследство во просторот од друга страна. Но пред да се премине на истражување во културниот туризам, треба да се одредат составните елементи кои се важни за неговото дефинирање, а тоа се: градби (амбиентална архитектура, сакрални и профани градби), настани, музеи, археолошки локалитети, етнографско наследство (традиционална храна, фолклор, локални обичаи и традиции, занаети и традиционални стопански активности) итн. Од тука се гледа дека културниот туризам има сложена структура, па во некои туристички дестинации тој се дели и на подвидови (археолошки, религиозен итн.), но и се поклопува со некои други селективни форми на туризам (рурален, градски, манифестациски).

Табела 1. Основни причини за посета на РС Македонија за странски туристи

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Фреквенција | % | Валиден % | Кумулативен % |
| Причина за посета | Посета на културно наследство | 663 | 56.9 | 56.9 | 56.9 |
| Рекреација и релаксација | 278 | 23.9 | 23.9 | 80.8 |
| Бизнис причини | 117 | 10.0 | 10.0 | 90.8 |
| Учество на конференција, конрес, симпозиум | 107 | 9.2 | 9.2 | 100.0 |
| **Вкупно** | 1165 | 100.0 | 100.0 |  |

Извор: Студија за Обезбедување на податоци од областа на туризмот и  
подготовка на модел за проекција на идни показатели, Министерство за економија на РС Македонија, 2017

За да се изгради издржана стратегија за туристички развој на Општина Куманово, треба да се пристапи кон анализа на состојбите во квантитативен и квалитативен формат која ќе ги опфати сите составни елементи на културниот туризам, за да може понатаму да се изгради квалификуван предлог за местото и потенцијалите на културнитевредности во вкупниот туристички развој на општината.

Градот Куманово е еден од најголемите градови во РС Македонија и претставува центар на Североисточниот плански регион. Како град нуди бројни содржини од областа на културата пред се во форма на бројни манифестации и настани. Тие можат да бидат дел од туристичката понуда, особено оние традиционалните добро етаблирани манифестации (Батко Ѓорѓија маскенбал, фестивал Тумба Фест, Тамбурашки фестивал, Рома труба фест, Денови на комедија, прв меѓународен фолклорен фестивал „Арт атак“,). Придружени кон оваа група се и религиозните настани и манифестации кои најчесто се поврзани со големите верски празници од христијанската и исламската вероисповед. Ова е основа за развој на **религискиот туризам.**

Постојните урбанистички решенија на градот и околните населби во општината не содржат значајни вредности како постоење на староградски или градежни комплекси во рурални средини кои можат да бидат од интерес на туристите. Како две најзначајни атракции од сакралната архитектура во градот се: црквата Св. Никола и џамијата Синан Татар Паша. Црквата Св. Никола е дело на еден од најпознатите градители на Балканот во XIXвек, протомајсторот Андреја Дамјанов од мијачкиот род Рензовци. Грандиозната базиликална градба во внатрешноста била украсена со живопис и икони од познатите Дичо зограф, Д.А. Папрадишки и други забележителни сликари.



Слика 2. Фотографија од внатрешноста на црквата Св. Никола - Куманово

Џамијата била изградена во 1532 година и е вреден пример на еднокуполна градба од рано османлиски тип со специфични карактеристики во градбата. И двете поседуваат значајни вредности со можност за поврзување на културни рути во регионот што нивните вредности добиваат регионално значење за туризмот. Од сакралната архитектура, другите градби во општината (црквата Св. Троица и неколкуте цркви во околните села немаат можности за туристичка валоризација), единствено манастирот во селото Скачковце може да биде дел од поширока туристичка понуда во културна или рурална форма.

Од комплексот на профаната архитектура во општината може да се регистрираат Спомен костурницата и Спомен куќата на Христијан Тодоровски-Карпош, два репрезенти на меморијалната архитектура, првиот во форма на уметничко амбиентално решение со скулптура и релјефи во бронза и вториот како куќа посветена на паднатиот херој Втората светска војна.



Слика 3. Синан Татар Паша џамија - Куманово

Неколкуте откриени археолошки локалитети во општината: „Голема Кулица“, „Калиште“, „Градишки В’р“, „Вукосија“ немаат сериозни потенцијали за поширока туристичка валоризација. Сепак, бројните и вредни наоди денес се изложени во Музејот „Куманово“ и со соодветна презентација можат да бидат туристички атрактивни. Кон групацијата на музеи со туристички потенцијал може да приклучи и Галеријата на икони, сместена на катот на црквата Св. Никола со поставки на икони од повеќе периоди: Византија, Пост Византија, Преродба и Современ период.

Анкетата на туристите кои го посетиле регионот укажува на балансиран интерес за „рекреација и релаксација“ и „посета на културното наследство“ и за двете причини се изјасниле со нешто повеќе од по 30%, или блиску 2/3 од испитаниците – Табела 2. Следствено, културните вредности имаат улога на атрактори на туристите, а пред се’ тоа се однесува за локалитетот Кокино. Тоа значи дека Кокино е активна зона за туризам, но сепак тоа припаѓа на соседната општина Старо Нагоричане.



Слика 4. Музеј „Куманово“

Куманово како урбан центар сигурно дека учествува во дел од туристичката потрошувачка во регионот, директна или индиректна (според податоците во Табелите 4 и 5, повеќе од 60% од капацитетите за сместување и угостителство на Североисточниот плански регион се наоѓаат во Општина Куманово), па затоа во „Потстратегијата за развој на културниот туризам во Република Северна Македонија“, како активна зона на туризам е Кумановско-Нагоричанската со повеќе локации (центри) важни за туризмот (Кокино, црква Св. Ѓорѓи во Старо Нагоричане, Пелинце, Зебрњак, Костоперска карпа, Куманово, Липково –Матејче и тематски блиските локалитети Цоцев Камен и Куклица).

Табела 2: Основни причини за посета на Североисточниот плански регион[[4]](#footnote-4)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Фреквенција | % | Валиден % | Кумулативен % |
| Причина за посета | Посета на културно наследство | 19 | 30.6 | 30.6 | 30.6 |
| Рекреација и релаксација | 21 | 33.9 | 33.9 | 64.5 |
| Бизнис причини | 8 | 12.9 | 12.9 | 77.4 |
| Учество на конференција, конрес, симпозиум | 14 | 22.6 | 22.6 | 100.0 |
| **Вкупно** | 62 | 100.0 | 100.0 |  |

Нивното тематско поврзување би значело можност за креирање на туристички производи од регионален карактер кои сериозно би ги зголемиле туристичките потенцијали на просторот на општината Куманово, но и на Регионот. Таквите тематски рути понатаму би можеле да се вмрежат во пошироките културни рути во државата, но и во поширокиот регион на Балканот. На овој начин **културниот туризам** во треба да има позабележително место во туристичката политика на општина Куманово.

## 2.6 Анализа на постојната состојба на бизнис заедницата во општина Куманово

Карактеристиките на рецептивните фактори ги опфаќаат појавите и односите коисе однесуваат на пречекот и гостопримството на туристите. Најчесто под рецептивност се подразбираат угостителските потенцијали како сместување и исхрана. Но, исто така е важно да се има во предвид комуналната сфера бидејќи развојот на туризмот не е можен без вакви показатели. Во поглед на просторните показатели битно е да се констатира дека тој може да претставува туристички потенцијал, во смисла на взаемно делување на различни фактори во општински рамки и надвор од неа.

Бизнис заедницата во областа на туризмот претставува еден од најважните фактори на развојот на оваа дејност во општината Куманово. Во овој контеекст пред се се опфаќаат угостителските потенцијали, како сместување и исхрана. Во поглед на просторните показатели битно е да се констатира дека бизнис заедницата е взаемно делување во различни општински рамки и чинители надвор од неа. Квалитетот на услугите во угостителството е во тесна и со стандардизацијата и категоризацијата на капацитетите. Ваквиот приод подразбира оптималност во користењето, правна регулираност и нивна промоција. Во услови на пандемија и други вонредни околности воспоставувањето на протоколи и стадарди за користење на објектите е од круцијално значење.

Оваа анализа ја опфаќа идентификацијата на активните деловни субјекти, состојбата на капацитетите во угостителството (услуги на храна и пијалаци) и капацитетите за сместување, вработеноста во угостителството и можностите за користење на човечките ресурси и состојби во туристичкото посредување.

### 2.6.1 Идентификација на активните деловни субјекти

**Идентификацијата на активните деловни субјекти** во општината е добиена врз основа на макстат база на ДЗС на РМ. Таа го открива нивниот број во споредба со СИПР и РСМ. Овие податоци се дадени во Табела 3.

Од податоците во табеларниот преглед број 3 може да се види дека во однос на бројот на активни деловни субјекти во општината Куманово е скромен. Таа учествува со само 6,5% во вкупниот број на РСМ. Тоа зборува дека ова скромно учествово може да се надмине со преземање на мерки на подобрување на претприемништвото, интензивирање на процесот на концесионирање и субвенционирање на регистрацијата на нови деловни субјекти. Но, релативно високото учество на деловните субјекти на општината во СИПР значи дека таа сепак има водечка улога.

Табела 3 - Активни деловни субјекти во хотелите и рестораните

|  |  |
| --- | --- |
| **Туристичка дестинација** | **Хотели и ресторани** |
| **РСМ** | 3.938 |
| СИПР | 385 |
| Куманово | 255 |

*Извор: Активни деловни субјекти по сектори на дејност според макстат база на ДЗС на РМ*

### 2.6.2 Анализата на капацитетите во угостителството (услуги на храна и пијалаци)

**Анализата на капацитетите во угостителството** кои се однесуваат на **услуги на храна и пијалаци,** ги опфаќа обемот и учеството на овие објекти, седиштата и површините на објектите во општината Куманово, СИПР и РСМ. Овие податоци се дадени во табела 4.

Табела 4: Капацитети во угостителството (услуги на храна и пијалаци)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **ВКУПНО во РМ** | **Североисточен регион** | **Куманово учество**  **Во РСМ и СИПР** | | |
| **Број на угостителски објекти** | 4383 (100,00%) | 367 (8,37%) | 243 | 5,54% | 66,21% |
| **Број на седишта** | 192.461 (100,00%) | 19457 (8,78%) | 11652 | 5,26% | 59,89% |
| **Површина на објектите(м2)** | 339289 м2 (100,00%) | 45389 м2 (9,60%) | 28378 м2 | 6,00% | 62,52% |

*Извор: Попис на капацитети во угостителството во Република Македонија, 2016, ДЗС на РМ*

Од табеларниот преглед може да се констатира дека во општината Куманово бројот на угостителски објекти изнесува 243 што претставува учество од само 5,54%, во вкупниот број од 4 383 објекти во РСМ. Кај Североисточниот плански регион бројот на угостителски објекти од овој вид изнесува 367 тоа е 8,37 %, што значи дека учеството на оваа општина и на ова ниво е ниско. Со оглед на тоа дека во државата има 8 плански региони, кога распределбата на угостителски објекти би била рамномено распределена, Североисточниот плански регион треба да учествува со 12,5% во вкупниот број. Ако бројот на објекти се спореди со бројот на деловни субјекти кои регистрирале ваква дејност, се гледа дека деловни субјекти имаат најмалку по еден објект кој што е вклучен во угостителската понуда. Веќе констатиравме дека тоа е основа за потреба од активен однос во поглед на зголемување на бројот на угостителски објекти (објекти за исхрана и пијалаци) во општината.

Бројот на седишта покажува слична состојба. Тој изнесува 11.652 седишта или само 5,26% од вкупниот број (192.461) во РСМ Учеството на општината во Североисточниот плански регион по овој основ е значително и изнесува 59,89%. Ова зборува дека во наредниот период е неопходно да се очекува зголемување на бројот на седишта.

Анализата на вкупната површина на објектите коинцидира со бројот на седишта. Таа во општината изнесува 28 378 м2, што исто така претставува учество од 6% во РСМ, односно 62,52% во Североисточниот регион. Иако учеството на површината на објектите во Општина Куманово е значителна во однос на површината на планскиот региогн, потребно е да се прошири површината за урбана опрема за угостителска дејност со што ќе се придонесе и бројот на седишта да се зголеми. Така ќе се даде придонес и во зголемувањето на површините и бројот на седишта во општината.

### 2.6.3 Анализата на капацитетите за сместување

**Анализата на капацитетите за сместување** се однесува на обемот на објекти, соби, легла и површина на објектите и учеството на општината по овие основи во РСМ и СИПР. Овие податоци се дадени во Табела 5.

Параметрите во табела 5 покажуваат дека во поглед на обемот и структурата на сместувачките капацитети имаат, забележителна застапеност. Посебно тоа се однесува на учеството на општината во овој поглед во Североисточниот плански регион. Бројот на угостителски објекти за сместување изнесува само 12. Тоа е учество, од само 2,09% во вкупниот број на објекти во РС. Македонија кој изнесува 574. Но, учеството во Североисточниот плански регион е 66,67%, што значи дека се работи за доминантно на општината во овој поглед (2/3).

Табела 5 - Капацитети за сместување по општини според пописот на угостителството

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Капацитети** | **ВКУПНО во РСМ** | **Североисточен регион** | **Куманово** | | |
|  | **Учество во РСМ** | **Учество во СиПР** |
| **Број на угостителски објекти** | 574 (100,00%) | 18 (3.14%) | 12 | 2,09% | 66,67% |
| **Број на соби** | 17.235 (100,00%) | 293 (1,70%) | 183 | 1,06% | 62,46% |
| **Број на легла** | 46.289 (100,00%) | 698 (1,51%) | 437 | 0,94% | 62,61% |
| **Површина на објектите (м2)** | 908.345 м2 (100,00%) | 7698 м2 (0,85%) | 5588 м2 | 0,62% | 72,59% |

*Извор: Попис на капацитети во угостителството во Република Македонија, 2016, ДЗС на РМ*

Бројот на соби кои се регистрирани во општината Куманово изнесува 183. Во поглед на учеството во на овие капацитети во вкупниот број на РС. Македонија тоа изнесува 1,06%, но ова учество во Североисточниот регион е 62,46%, што исто така претставува доминантно учество. Овој податок за состојбите коинцидира и со бројот на легла и со површините на овој вид на објекти. Бројот на легла изнесува 437, што е учество од 1,51% во РС.Македонија или учествува од дури 62,61% во Североисточниот регион. Вкупната површина на објектите изнесува 5588м2, односно учество во овој поглед од 0,85% во РС.Македонија и 72,59% во Североисточниот плански регион.

Врз основа на овие показатели може да се види дека постои изразен простор за подобрување на состојбите. Релативно високото учество на општината по сите основи во Североисточниот плански регион е добра ресурска основа за подобрување на состојбите во поглед на отворање на нови капацитети и подигнување на квалитетот на услугите на повисоко рамниште. Затоа, неопходно е да се преземат активности со кои ќе се прошират капацитетите и ќе дојде до ставање во функција на нови објекти, како кај оние од областа на хотелиерството, така и во домашното сместување.

### 2.6.4 Анализа на можностите за ангажирање на човечките ресурски

Општината Куманово се наоѓа во непосредна близина на Скопје, кој е најголем универзитетски центар во РСМ, така што претставува основа за добивање на широк кадровски потенцијал од различни струки и занимања. Со оглед на тоа дека туризмот претставува хетерогена област оваа околност треба да се има предвид при креирањето на туристичката политик на општина Куманово. Општината може да ги искористи различните профили на образование за вклучување во развојот на туризмот.

Покрај тоа на располагање се и можностите за специјализирано образование од областа на туризмот. Иако се работи за релативно поголема просторна дистанца туристичките ресурси во општината Куманово можат да ги користат образовните услуги на Факултетот за туризам и угостителство кој има најголема традиција во РС. Македонија. На Природно - математичкиот факултет во Скопје постои студиска програма за туризам. Исто така во Скопје работи и Универзитет за туризам и менаџмент. Во Тетово при Економскиот факултет е отворена студиска програма за туризам. На Универзитетот Гоце Делчен – Штип со седиште во Гевгелија е Факултетот за туризам и бизнис логистика. Тоа значи дека постои солидна база која може да одговори на современите потреби во развојот на туризмот и угостителството. Во овој поглед високото образование е во функција на подобрување на состојбите.

Човечките ресурси во општината Куманово можат да се зајакнат со користење на образовните услуги на средното образование. Потенцијал од областа на туризмот и угостителството може да добие пред се од средното стручно училиште „Лазар Танев" во Скопје, кое е најголемо во Република Македонија. И другите средни училишта кои школуваат кадри од областа на туризмот можат да претставуваат значаен потенцијал, но наведените училишта се најблиску до општината така што и достапноста е порелевантна. Тоа значи дека тие може да дадат солиден кадровски потенцијал и да ги разрешува проблемите од областа на вработувањето во туризмот и угостителството. Во Охрид тоа е Средното угостителско – туристичко школо „Ванчо Питошески“.

Анализата на состојбите покажува дека образовните институции се фактор кој преку екскурзиите и школите во природа овозможува посета на оваа туристичка дестинација. Покрај тоа воведувањето на мобилност подразбира и за размена на посета која ги зближува учениците преку туристичкиот престој. Учениците од други средини постануваат промотори на туризмот на Oпштината Куманово врз основа на гостопримството и задоволството од постата и пријатниот престој. Овде треба да се бара основата за развој на училишниот туризам.

### 2.6.5 Анализа на состобите во туристичко-посредничката дејност

Посредничката дејност е бизнис сектор со директно влијание врз туристичкиот развој. Во општината Куманово како бизнис сектор од овој вид е регистрирани 44 туристички агенции. Регистар на туристички агенции, Министерство за економија). Регистарот е даден во анексот на овој материјал. Овој број ги задоволува потребите на туристичката понуда и побарувачка. Со оглед на бројот на сместувачки капацитети дури е и предимензиониран. Имено, во оипоштината Куманово има 12 сместувачки објекти со 437 легла. Тоа значи дека една туристичка агенција одговора на околу 10 легла. Може да се констатира дека најголем број на туристички агенции се занимаваат со аутгоинг активности и субагенство. Релативно е мал бројот на туристички агенции кои подготвиваат аранжмани од инкаминг вид. Соработката на туристичките агенции со давателите на услуги какви што се угостителскиот сектор, културните институции, селските домаќинства, спортките, ловните, риболовните, фолклорните асоцијации и другите чинители е неопходна за да се дојде до позабележителен развој на туризмот во општина Куманово. Стручноста на кадарот треба да се унапредува со подигнување на нивото на знаења и вештини во работните процеси и посебно во креирањето на туристички производи. Туристичкате агенции треба да претставуваат фактор на избегнување на ризици и безбедно патување и престој на туристите.

Туристичките агенции делуваат одвоено, така што соработката не е на потребно ниво. Затоа е потребно здружување во форма на асоцијација на туристички агенции. Од практична гледна точка, соработката е можна при креирање туристички аранжмани, нивниот пласман, настап на туристичкиот пазар и оптимална реализација. Во поглед на соработката акцент треба да стави на дојдовните организирани тури во и надвор од општината. Исто така е добро да се организираат и шопинг тури од различен карактер (чевли, гардероба, месо и месни производи и сл.). Промоција на домашен и меѓународен план треба даа се интензивира, што подразбира, покрај стандардните канали да се искористат и збратимените општини и нашите дипломатски претставништва.

Во општината се чуствува потреба од проширена организациска структура која ќе опфати засегнати страни од угостителството, сообраќајот, трговијата, образованието, спортот, здравството и другиот услужен сектор. Оваа асоцијативна соработка треба да има форма на Кластер за туризам.

Според познавателите на приликите во општината отсуствуваат квалитетни туристички водичи кои треба да ги спроведуваат креираните аранжмани. Отсуството се однесува како на водичи од општ карактер, така специјализирани водичи и придружници.

## 2.7 Анализа на капацитетите за спорт и рекреација

Во спортот и рекреацијата во општината Кумановон се еден од важните фактори во развојот на туризмот. Ова произлегува отука што се зголемува бројот на туристи во светот, како современа тенденција, кои се заинтересирани за користење услуги од овој вид.Тие се основа за развој на спортскиот и активниот туризам. Во овој поглед се вклучуваат баратели на туристички услуги со различни афинитети. Врз основа на ширината и хетерогеноста на барањата се темели динамичната на селективност во туристичкиот развој. Селективноста се врзува за различни спортски и рекреативни капацитети кои општината ги поседува, така што во развојната политика заслужуваат свое внимание. Поради тоа, овие услови овозможуваат подобрување на општествените односи и квалитетот на живот на посетителите и домицилното население.

Добиените податоци од општинитината и од Агенцијата за млади и спорт, за инфраструктурата на спортските објекти и терени, во Куманово се дадени во Табела 7.

Табела 7: Инфраструктура на спортските објекти и терени

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 4 отворени базени (Лавачки – Куманово, Алписан – Горно Коњаре и два во Кумановска Бања ) | | | |
| повеќенаменски спортски сали | **повеќенаменски игралишта** | **фудбалски стадиони** | **помошни фудбалски игралишта** |
| 1 | 2 | 1 | 1 |
| тениски игралишта | **атлетски патеки** | **стрелиште** | **спортски аеродроми** |
| 1 | 1 | 1 | 1 |

Извор: Агенција за млади и спорт и Општина Куманово

Од табеларниот преглед може да се види дека се работи за релативно слаба застапеност на спортска инфраструктура како по видови така по бројност. Имено, имајќи предвид дека според бројот на жители таа е најголема општина во РСМ горе прикажаната застапеност не може да пладира на развој на овој вид туристичка понуда бидејќи не ги задоволува потребите на населението кое живее во општината и посебно не меѓународните потреби на овој план. Во општината нема куглани, вештачки карпи за спортско качување, затворени базени за организирање на меѓународни натпревари, отворени базени кои ги исполнуваат условите за организирање на меѓународни натпревари и хиподром.

Природните ресурси треба да се искористат како значаен потенцијал за развој на спортскиот туризам. Во тој контекст, треба да се уредат природни карпи за спортско качување, патеки пешачење и велосипедизам, точки за рекреативен и спортски риболов и уреден простор за лов. Претежно рамничарскиот карактер на општината овозможува изградба на мини голф игралишта.

Во општината постои традиција на одржување спортски манифестации кои треба да се подржуваат, да се обновуваат и даа се прошируваат. Таков е примерот со атлетскиот митинг за млади, гимназијадата, фудбалските туринири, првенствата по спортови во кои водечка улога има кошарката или државното првенство во пиг-понг. Спортскиот аеродром е во функција на падобрански спортови, и летење со ултра лесни летала. Овие активности треб да имаат и натпреварувачки карактер. Посебно место зазема натпреварот во прецизно слетување со лесни летала - Бланикум.

## 2.8 Демографски и социјални аспекти

Демографските и социјалните аспекти на туризмот имаат значајно влијание врз тазвојот на туризмот. Тие се одразуваат на процесот на прифаќање на туристите и на нивното активно учество во давањето услуги, како и на економското влијание. Освен тоа тие се фактор на туристичката прифатливост. Врз основа на податоците од Пописот на населението, домаќинствата и становите од 2002 година, Општина Куманово има 105.484 жители. Во следната табела се дадени основните податоци за Општина Куманово.

Табела 8: Број на жители, родова социјална и просторна структура

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Население | Жени | Мажи | Домаќинства | Станови |
| 105.484 | 52.341 | 53.143 | 27.984 | 33.468 |

Извор на податоци: Државен завод за статистика

Податоците во табелата 8 потврдуваат дека според вкупниот број на жители станува збор за најголема општина во РС. Македонија. Тоа значи дека развојот на туризмот е во тесна коорелација со квалитетот на живот на оваа популација. Туристичката инфраструктура овозможува достапност на ресурсите за околу 5% од населението во РСМ, што ја има нагласената не само стопанска димензија туку и можност за подигнување на социјалниот статус на населението низ културниот и рекреативниот аспект.

Од податоците може да се заклучи дека учеството на жените во вкупната популација на општината е 49,62%, а на мажите е 50,38%. Во овој поглед нема забележителни отстапувања што е во рамките на родовската структура на државно ниво. Според тоа, достапноста на туристичките ресурси е на исто ниво како кај машката, така и кај женската популација. Тоа значи дека и придонесот во туристичкиот развој нема значително отстапување.

Во поглед на писменоста на населението забележителна е вредноста на оваа образовна структура за развој на туризмот. Имено прифатливоста на туризмот како развојна дејност зависи од степенот на обрзование и култура на домицилното население. Во овој поглед податокот дека од вкупниот број на лица постари од 10 години учеството на писмени лица е 95,4% покажува апсолутна поволна можност за третман на туризмот како современа категорија. Во следната табела е дадена образовната структура на населението од Општина Куманово на возраст од 15 и повеќе години. Покрај писменоста за развој на туризмот е и структурата на нивото на образование. Туризмот во зависи од образовната структура како низ призма на подобрена побарувачка и потрошувачка, така низ квалитетот на туристичката понуда која пообразованите кадри подобро ја креираат.

Табела 9. Образовна структура на населението во Општина Куманово

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вкупно | Без образование | Некомплетно основно | Основно | Средно | Виша школа | Факултет | Магистер | Доктор |
| 82331 | 4535 | 11450 | 28680 | 31119 | 2411 | 4040 | 69 | 27 |
| % | 6% | 14% | 35% | 38% | 3% | 5% | 0% | 0% |

Извор: Државен завод за статистика

Во табела 9 е дадена образовната структура на населението од Општина Куманово на возраст од 15 и повеќе години.

Анализата на показателите на бројот на домаќинства покажува дека се работи за просечно четиричленска застапеност. Тоа значи дека семејните вредности се застапени. Семејните вредности овозможуваат да се развијат и семејни бизниси во туризмот и учество во туризмот со свои ресурски можности.

Вишокот на стамбен простор претставува значаен потенцијал за развој на туризмот, од гледна точка на рецептивноста. Анализата покажува дека домаќинствата во просек имаат по 1,2 станови, а во секој стан во просек живеат по 3,15 лица што укажува на добар баланс на број на станови и број на население.

Податоците во табеларниот преглед покажуваат дека во образовната структура најголемо учество има населението со средно образование. Во вкупниот број на жители од 82.331 оваа популација учествува со 38%. Ова е позитивна околност за развој на туризмот. Учеството пак на популацијата со основно образование од 35%, претставува потенцијал за перманентно образование и стекнување на знаења од областа на туризмот и угостителството. Релативно слабото учество на население со високо образование и научен кадар треба да се анулира подигнување на ова образовно ниво.

Развојот на туризмот е во директна зависност од националната структура на населението. Ова произлегува од двоен аспект. Националната структура е фактор на етничка хомогенизација во посета на роднини и пријатели кои меѓусебно се во блиски односи. Но, треба да се констатира дека етничката разноликост е забележителен културен фактор во туризмот во поглед на материјалната и духовната туристичка вредност. Тоа е фактор на мешање на култури, на взаемно одржување на манифестации и социјалниот соживот на населението. Во табела 10 е дадено населението во Куманово според изјаснувањето за национална припадност.

Табела 10. Население во Општина Куманово според изјаснувањето за национална припадност

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вкупно | Македонци | Албанци | Турци | Роми | Власи | Срби | Бошњаци | Други |
| 105484 | 63846 | 27290 | 292 | 4256 | 147 | 9062 | 20 | 671 |
| % | 61% | 26% | 0% | 4% | 0% | 9% | 0% | 1% |

Извор на податоци: Државен завод за статистика

Од табеларниот преглед може да се види дека во општината постои широка лепеза на етнички заедници, што може да се прифати како основа за етнички, културен колорит. Во структурата преовладува македонското население, чие учество изнесува 61%. Етничките квалитети и културното наследство на оваа популација треба да има позитивно влијание во туризмот. На второ место е учеството на Албанците со 26%. Нивната поврзаност застапеноста во околниот простор може да биде фактор на взаемни посети другарувања и изразување на своите културни традиции. Слична е и вредноста на застапеноста на Србите од 9%. Во овој поглед посебно е важна меѓу граничната соработка, со оглед на тоа дека општината се граничи со Србија.

Развојот на туризмот во Општина Куманово претставува фактор на ангажирање на работна сила. Таа произлегува од активното население, односно од нивото економска активност и вработеност. За туризмот е важна и родовата структура по параметрите на активноста на населението. Ова произлегува од карактерот на туризмот како трудово интензивна дејност, во која женската популација има посебно место. Во табела 11 дадена е структурата на активноста на населението во Општина Куманово

Табела 11. Структура на активност на населението во Општина Куманово

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Вкупно | | Економски активни | | Вработени | | Невработени | | Економски неактивни | |
| 81571 | | 39386 | | 21219 (53,87%) | | 18167 (46,13%) | | 42185 | |
| Мажи | **Жени** | **Мажи** | **Жени** | **Мажи** | **Жени** | **Мажи** | **Жени** | **Мажи** | **Жени** |
| 40668 | 40903 | 24369 | 15017 | 13932 | 7287 | 10437 | 7730 | 16299 | 25886 |

Извор на податоци: Државен завод за статистика

Од табеларниот преглед може да се види дека во општината преовладува економски неактивно население и тоа претежно женска популација. Економски активни се 48,28% од вкупното население. Од економски активните, 53,87% се вработени, а останатите 46,13% се невработени. Високата застапеност на неактивно население во туризмот може да се искористи во креативните индустрии, а пак во поглед на подигнување на нивото на вработеност, развојот на туризмот и угостителството треба да има посебно место.

## 2.9 Обем, динамика и структура на туристичкиот промет

За потребите на оваа анализа преземени се податоци од базата макстат на Државниот завод за статистика на месечна основа за периодот 2011-2020 година. Овој период е избран од две причини: самата база е поделена во два периоди еден до крај на 2010, вториот од 2011 до датумот на креирање на овој документ, а втората е дека од 2011 започнуваат мерките на субвенционирање од страна на Владата на Република Македонија и бројот на пристинати туристи и остварени ноќевања е значително поголем во разгледуваниот период во однос на претходниот. Врз основа на претходни анализи направени на статистичките податоци за пристигнати туристи и остварени ноќевања, во 2012 година се појавува структурна промена во сериите, врз основа на новата политика на субвенционирање и од тој период се преземаат податоци за анализа на овие две серии за домашни и странски туристи одделно.

### 2.9.1 Анализа на статистички податоци за развој на туризмот во Општина Куманово

Во табела 12 се дадени податоците за пристигнати туристи и остварени ноќевања на странските туристи за перидот 2011-2019 година за општина Куманово, а направена е пресметка на просечниот престој.

Од вредностите дадени во Табела 12 може да се забележи дека најголем број на пристигнати туристи и остварени ноќевања во Општина Куманово има во 2015 и 2017 година. Исто така, најдолг просечен престој на туристите е забележан во овие две години. И за двете години овој значителен пораст е неочекуван со оглед на безбедносните настани во овие две години: конфликтот во Диво насеље во мај 2015 година и политичката криза во 2017 година со настаните во април 2017. На графикон 1 прикажани се дадените вредности од табела 12.

Табела 12. Број на пристигнати странски туристи и остварени ноќевања за периодот 2011-2019

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Број на странски гости | Ноќевања странски | Просечен престој |
| 2011 | 1966 | 3694 | 1,88 |
| 2012 | 2830 | 5637 | 1,99 |
| 2013 | 2858 | 4091 | 1,43 |
| 2014 | 3141 | 4094 | 1,30 |
| 2015 | **4451** | **9753** | 2,19 |
| 2016 | 3140 | 5243 | 1,67 |
| 2017 | **3849** | **8452** | 2,20 |
| 2018 | 3164 | 4907 | 1,55 |
| 2019 | 3047 | 5114 | 1,68 |

Извор: Макстат база од Државниот завод за статистика[[5]](#footnote-5)

Од графиконот забележливи се пиковите во 2015 и 2017 година, а просечната вредности на пристигнати туристи во целиот период е 3161, а просечниот број на остварени ноќевања е 5665.

Графикон 1. Графички приказ на податоците за број на пристигнати странски туристи и остварени ноќевања за периодот 2011-2020

Зголемувањето на бројот на пристигати туристи во анализираниот период е 55%, а зголемувањето на бројот на остварени ноќевања е 38%. Во однос на зголемувањето на бројот на туристи и ноќевања на државно ниво, порастот за Општина Куманово е далеку од параметрите на национално ниво. За да се прикаже разликата, во табела 13 се дадени вредностите на пораст на бројот на пристигнати странски туристи и број на остварени ноќевања за истиот период 2011-2019.

Табела 13. Број и остварени ноќевања за странски туристи на национално ниво, 2011-2019

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Доаѓања на туристи-странски | Ноќевања на туристи-странски |
| 2011 | 327471 | 755166 |
| 2012 | 351359 | 811746 |
| 2013 | 399680 | 881375 |
| 2014 | 425314 | 922513 |
| 2015 | 485530 | 1036383 |
| 2016 | 510484 | 1054017 |
| 2017 | 630594 | 1294692 |
| 2018 | 707345 | 1491535 |
| 2019 | 757593 | 1577771 |

Извор: Макстат база на Државниот завод за статистика

Порастот на бројот на пристигнати странски туристи на национално ниво во периодот 2011-2019 е 131%, а порастот на бројот на остварени ноќевања е 109%.

Врз основа на податоците од табела 12 и графичкиот приказ на податоците може да се заклучи дека нема шаблон на пораст или организиран развој на туризмот во разгледуваниот период. Овој вид на временска серија се нарекува временска серија со случаен од, за која не е можно да се направи модел за идните вредности на временската серија.

Во табела 14 се дадени податоците за број на пристигнати домашни туристи и остварени ноќевања.

Табела 14. Број на пристигнати домашни туристи во Куманово и остварени ноќевања за периодот 2011-2019

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Број на туристи | Број на ноќевања | Просечен број на ноќевања |
| 2011 | 913 | 1249 | 1,37 |
| 2012 | 749 | 1011 | 1,35 |
| 2013 | 689 | 833 | 1,21 |
| 2014 | 827 | 1028 | 1,24 |
| 2015 | 650 | 775 | 1,19 |
| 2016 | 820 | 942 | 1,15 |
| 2017 | 763 | 1184 | 1,55 |
| 2018 | 704 | 1101 | 1,56 |
| 2019 | 634 | 1139 | 1,80 |

Извор: Макстат база на Државниот завод за статистика и сопствени пресметки

Од вредностите дадени во табела 14 може да се забележат наколку карактеристики:

* Просечниот годишен број на пристигнати домашни туристи е помал во однос на просечниот број на странски туристи (просечно доаѓале 750 домашни и 3161 странски туристи)
* Просечниот годишен број на остварени ноќевања од домашни туристи е помал во однос на просечниот број на остварени ноќевања од странски туристи (остварени 1029 ноќевања од домашни во однос на 5665 просечно годишно остварени ноќевања од странски туристи)
* Најмногу домашни туристи дошле во 2011 и 2014, најмногу ноќевања се оствариле во 2011 и 2017 година

На графикон 2 е даден графичкиот приказ на податоците од табела 14.

Графикон 2. Графички приказ на податоците за број на пристигнати домашни туристи и остварени ноќевања за периодот 2011-2019

Од графиконот се забележува дека сериите кои се дадени немаат дефиниран тренд. Бројот на пристигнати туристи и остварени ноќевања во анализираниот период е опаднат и тоа 31% во бројот на туристи и отприлика 9% во бројот на остварени ноќевања. Истовремено на национално ниво порастот на бројот на домашни туристи е 33,5%, а порастот на ноќевањата остварени од домашните туристи е 19%.

Исто како и за сериите на странски туристи, врз основа на податоците од табела 2 и графичкиот приказ на податоците може да се заклучи дека нема шаблон на пораст или организиран развој на туризмот во разгледуваниот период, па според тоа не е можно да се направи модел на разгледуваните временски серии.

### 2.9.2 Емитивни зони

Емитивните зони се важни за да знаеме од која држава колку туристи доаѓаат во текот на годината. За овој документ направено е истражување на емитивните зони со цел да се детектира кои држави учествуваат со најголем број на пристигнати туристи во Општина Куманово. Во табела 15 се дадени вредностите за осумте емитивни зони кои со најголем процент учествуваат во бројот на пристигнати туристи во Општина Куманово. Анализата е направена за истиот период 2011-2019 со цел да се види динамиката на пристигнување на туристи од различните емитивни зони, а со тоа да може да се направи анализа на постоење на трендови за одредени емитивни зони, што ќе овозможи таргетирана промоција на Општина Куманово како дестинација за одредена емитивна зона.

Во однос на вкупниот број на пристигнати туристи, просечно 28% се од Србија, 8% се од Бугарија, 6% се од Романија, 5% се од Полска, а по 4% проценти се од Германија, Турција, Хрватска и Италија. Анализираните емитивни зони претставуваат 63% од вкупниот број на пристигнати туристи во Општина Куманово. Сите останати емитивни зони учествуваат со помалку од 4%. Останатите 27% се поделени на 48 различни емитивни зони од кои со најголем процент учествуваат Албанија (3%), БиХ (3%), Словенија (3%) и Унгарија (3%).

Табела 15. Број на пристигнати туристи во Општина Куманово од различни емитивни зони 2011-2019

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | % |
| Вкупно | **1966** | **2830** | **2858** | **3141** | **4451** | **3140** | **3849** | **3164** | **3047** |  |
| Србија | **543** | **839** | **758** | **660** | **1826** | **644** | **1498** | **788** | **611** | **28%** |
| Бугарија | **158** | **249** | **293** | **291** | **256** | **316** | **261** | **211** | **175** | **8%** |
| Романија | **67** | **129** | **136** | **212** | **140** | **239** | **257** | **300** | **292** | **6%** |
| Полска | **25** | **125** | **148** | **233** | **170** | **170** | **146** | **232** | **168** | **5%** |
| Германија | **77** | **96** | **152** | **169** | **158** | **168** | **130** | **123** | **162** | **4%** |
| Турција | **84** | **104** | **171** | **127** | **153** | **118** | **114** | **103** | **139** | **4%** |
| Хрватска | **72** | **130** | **117** | **134** | **272** | **97** | **55** | **84** | **86** | **4%** |
| Италија | **138** | **142** | **119** | **116** | **140** | **80** | **78** | **103** | **79** | **4%** |

Извор: Макстат база на Државниот завод за статистика и сопствени пресметки

Во табела 16 се дадени вкупниот број на пристигнати странски туристи и број на пристигнати туристи од Србија по години за периодот 2011-2019

Табела 16. Вкупен број на странски туристи и број на пристигнати туристи од Србија

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Број на странски гости | Туристи од Србија | % |
| 2011 | 1966 | 543 | 28% |
| 2012 | 2830 | 839 | 30% |
| 2013 | 2858 | 758 | 27% |
| 2014 | 3141 | 660 | 21% |
| 2015 | 4451 | 1826 | 41% |
| 2016 | 3140 | 644 | 21% |
| 2017 | 3849 | 1498 | 39% |
| 2018 | 3164 | 788 | 25% |
| 2019 | 3047 | 611 | 20% |

Извор: Макстат база на Државниот завод за статистика и сопствени пресметки

Од вредностите во табелата може да се забележи дека и туристите од Србија во најголем број дошле во 2015 и 2017 година. Уште повеќе учеството на овие туристи во вкупниот број за 2015 и 2017 година изнесува 40%.

Графикон 3. Графички приказ на податоците од табела 5

### 2.9.3 Приходи од туризмот во Општина Куманово

Потрошувачката за странските туристи на национално ниво е земена од националниот биланс на плаќања што го објавува НБРМ и тоа од делот на извозот на услуги на патување (туризам). Истата е конвертирана во долари согласно просечниот девизен курс на доларот во соодветната година, објавен од страна на Централната банка. Потоа вкупниот износ е поделен на вкупниот број на ноќевања на национално ниво со што се добива просечната потрошувачка на странски туристи. Оваа просечна потрошувачка на странските туристи по ноќевање се користи за пресметка на вкупните приходи што се остваруваат од посетата на странските туристи во Куманово.

Потрошувачката на домашните туристи на национално ниво е земена од податоците за БДП во Македонија. Во делот каде што се мери финална потрошувачка на домаќинствата според трајноста и класификацијата на индивидуалната потрошувачка по намена (национален концепт) се идентификува вкупната потрошувачка на домашното население, по години, во секторот Хотели и ресторани, направена во домашната национална економија, но и во странски земји. Од тие причини, заради поголема прецизност во пресметките, се прави корекција на овие податоци и од истите се одзема увозот на услуги на патување (туризам) од националната сметка на плаќања што ја објавува Централната банка, по што се добива вкупната потрошувачка на домашните туристи во домашната национална економија. Односот помеѓу вкупната потрошувачка на домашните туристи и вкупниот број на ноќевања на домашните туристи ја дава просечната потрошувачка по ноќевање на домашните туристи. Оваа просечна потрошувачка на домашните туристи по ноќевање се користи за пресметка на вкупните приходи што се остваруваат од посетата на странските туристи во Куманово.[[6]](#footnote-6)

Во анализираниот период приходот од туризам во Општина Куманово се движи во интервалот од 1,3 милиони УС долари до нешто помалку од 1,4 милиони УС долари. Она што е карактеристично е дека учеството на странските туристи во вкупниот приход е значително висок. Просечно над 90% од приходите се од странски туристи, а во 2015 година, дури 96% од приходите од туризам се од странски туристи.

**Табела 17: Приходи од домашни и странски туристи по години за периодот 2011-2019**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Ноќевања Куманово | | Потрошувачка по ноќевање (УСД) | | Вкупна потрошувачка од ноќевања | | Учество на странски во вкупни приходи (%) |
|  | домашни | Странски | домашни | Странски | домашни | Странски |
| 2011 | 1249 | 3694 | 119 | 318 | 148631 | 1174692 | 89% |
| 2012 | 1011 | 5637 | 101 | 288 | 102111 | 1623456 | 94% |
| 2013 | 833 | 4091 | 131 | 302 | 109123 | 1235482 | 92% |
| 2014 | 1028 | 4094 | 167 | 319 | 171676 | 1305986 | 88% |
| 2015 | 775 | **9753** | 120 | 255 | 93000 | 2487015 | 96% |
| 2016 | 942 | 5243 | 124 | 265 | 116808 | 1389395 | 92% |
| 2017 | 1184 | **8452** | 113 | 253 | 133792 | 2138356 | 94% |
| 2018 | 1101 | 4907 | 107 | 248 | 117807 | 1216936 | 91% |
| 2019 | 1139 | 5114 | 103 | 244 | 117317 | 1247816 | 91% |
| ВКУПНО |  |  |  |  | 1110265 | 13819134 |  |

Извор: Макстат база на Државниот завод за статистика, НБРМ и сопствени пресметки

Во следната табела 18 се дадени верижните индекси (прирастот на бројот на ноќевања) во Јужна и Медитеранска Европа, Република Северна Македонија и Општина Куманово по години во периодот 2011-2019.

Од вредностите во табелата 18 може да се заклучи дека:

* Просечниот пораст на бројот на ноќевања во Куманово во анализираниот период е 12% што е повисок и од националниот и од регионот во кој сме сместени според класификацијата на Светската Туристичка Организација.
* Постојат големи флуктуации во индексите. Најголем пораст има во 2015 година, најголем пад во 2016 година
* На национално ниво индексот во анализираниот период е помал во однос на индексот на пораст во Јужна и Медитеранска Европа. Најголем пораст има во 2017, а најмал пораст во 2012 година. Секоја наредна година во анализираниот период бројот на остварени ноќевања бил поголем во однос на претходната.
* Во споредба на индексите на национално и општинско ниво може да се забележи дека стратегијата за развој на туризмот на национално ниво дава позитивни резултати, додека на општинско ниво индексот нема забележлив тренд, иако просечната вредност на пораст е повисока во однос на таа која е пресметана за национално ниво.

Табела 18. Верижни индекси на регионално, национално и општинско ниво

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Верижни индекси Јужна и медитеранска Европа | Верижни индекси РС Македонија | Верижни индекси Куманово |
| 2011 | 1,049972 | 1,0756 | 1,0869 |
| 2012 | 1,021925 | 0,9902 | 1,3449 |
| 2013 | 1,051805 | 1,0025 | 0,7407 |
| 2014 | 1,068657 | 1,0179 | 1,0402 |
| 2015 | 1,077281 | 1,0903 | 2,0554 |
| 2016 | 1,024633 | 1,0280 | 0,5875 |
| 2017 | 1,127794 | 1,1276 | 1,5580 |
| 2018 | 1,0819 | 1,1447 | 0,6235 |
| 2019 | 1,0310 | 1,0269 | 1,0408 |
| Просек | 1,059 | 1,056 | 1,120 |

Извор: Светска туристичка организација, Макстат база и сопствени пресметки

## 2.10 Структура на деловни субјекти и вработеност во Куманово

Во табела 19 даден е бројот на деловни субјекти во Општина Куманово за 2010 и 2018 година и процентуалното учество на овие субјекти во вкупниот број на деловни субјекти од одредена група во вкупното учество на национално ниво.

Во анализираниот период во Општина Куманово има процентуален пад во однос на порастот на национално ниво за дејностите за кои во табела 19 процентуалните вредности (последната колона) се дадени со црвена боја.

Дејностите класифицирани во групата З - Објекти за сместување и сервисни дејности со храна се дејности од областа на туризмот и порастот на субјекти во разгледуваниот период е за 23 единици во период од 9 години, а порастот на процентуалното учество на национално ниво е за 0.4%.

Табела 19: Број на деловни субјекти во Општина Куманово за 2010 и 2018 година

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2010 | | | 2018 | | |
|  | РМ | Куманово | % | РМ | Куманово | % |
| A Земјоделство, шумарство и рибарство | 3038 | 110 | 3,6% | 2546 | 82 | 3,2% |
| Б Рударство и вадење на камен | 164 | 4 | 2,4% | 205 | 7 | 3,4% |
| В Преработувачка индустрија | 8263 | 464 | 5,6% | 8033 | 427 | 5,3% |
| Г Снабдување со електрична енергија, гас, пареа и климатизација | 107 | - |  | 186 | 2 | 1,1% |
| Д Снабдување со вода; отстранување на отпадни води, управување со отпад; санација на околината | 273 | 9 | 3,3% | 250 | 10 | 4,0% |
| Ѓ Градежништво | 4368 | 127 | 2,9% | 4938 | 164 | 3,3% |
| Е Трговија на големо и трговија на мало; поправка на моторни возила и мотоцикли | 28326 | 1375 | 4,9% | 22950 | 986 | 4,3% |
| Ж Транспорт и складирање | 6417 | 272 | 4,2% | 5667 | 211 | 3,7% |
| З Објекти за сместување и сервисни дејности со храна | **4433** | **156** | **3,5%** | **4597** | **179** | **3,9%** |
| Ѕ Информации и комуникации | 1412 | 31 | 2,2% | 1856 | 47 | 2,5% |
| И Финансиски дејности и дејности на осигурување | 408 | 7 | 1,7% | 448 | 17 | 3,8% |
| Ј Дејности во врска со недвижен имот | 415 | 9 | 2,2% | 575 | 20 | 3,5% |
| К Стручни, научни и технички дејности | 5228 | 171 | 3,3% | 7261 | 268 | 3,7% |
| Л Административни и помошни услужни дејности | 2519 | 66 | 2,6% | 1752 | 55 | 3,1% |
| Љ Јавна управа и одбрана; задолжително социјално осигурување | 249 | 5 | 2,0% | 264 | 4 | 1,5% |
| М Образование | 992 | 58 | 5,8% | 1222 | 57 | 4,7% |
| Н Дејности на здравствена и социјална заштита | 3166 | 155 | 4,9% | 3357 | 164 | 4,9% |
| Њ Уметност, забава и рекреација | 1304 | 52 | 4,0% | 1404 | 53 | 3,8% |
| О Други услужни дејности | 4415 | 187 | 4,2% | 4804 | 249 | 5,2% |

Извор: Макстат база на државниот завод за статистика

На графикон 4 е дадена динамиката на пораст на деловни субјекти од секторот З, по години за разгледуваниот период 2010-2018.

Врз основа на прикажаните податоци по години може да се забележи дека порастот не е континуиран во анализираниот период. Најголем број на деловни субјекти од овој сектор имало во 2013 година, а потоа нивниот број се намалува и во 2018 година тој број е 179 деловни субјекти.

Графикон 4: Динамика на пораст на бројот на субјекти во сектор З. Објекти за сместување и сервисни дејности со храна

### 2.10.1 Анализа по големина на субјект

Микро субјект е деловен субјект кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето ги задоволил следниве два критериуми:

1. просечниот број на вработените, врз основа на часови на работа да е до десет  
   работници и
2. бруто приход остварен од трговецот од кој било извор да не надминува 50.000 ЕВРА во денарска противвредност.

Мал субјект е деловен субјект во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето ги задоволил најмалку два од можните три следни критериуми, и тоа:

1. просечниот број на вработените врз основа на часови на работа да е до 50  
   работници и
2. годишниот приход да е помал од 2.000.000 евра во денарска противвредност, или
3. просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на  
   вкупните средства (во активата) да е помала од 2.000.000 ЕВРА во денарска  
   противвредност.

Среден субјект е деловен субјект кој во секоја од последните две пресметковни години, односно во првата година од работењето ги задоволил најмалку два од можните три следни критериуми, и тоа:

1. просечниот број на вработените врз основа на часови на работа да е до 250  
   работници и
2. годишниот приход да е помал од 10.000.000 ЕВРА во денарска противвредност  
   или
3. просечната вредност (на почетокот и на крајот на пресметковната година) на  
   вкупните средства (во активата) да е помала од 11.000.000 ЕВРА во денарска  
   противвредност.

Како голем субјект се класифицира оној деловен субјект кој не се распоредува во мали или средни субјекти.

Во табела 20 се дадени вредностите на регистрирани деловни субјекти по големина во Куманово и во Република Македонија за годините 2010 и 2018.

Табела 20. Регистрирани деловни субјекти по големина во Куманово и во Република Македонија за годините 2010 и 2018

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | Куманово | РМ | % |
| 2010 | **микро** | 1883 | 39999 | 4,7% |
|  | **мали** | 1351 | 34702 | 3,9% |
|  | **средни** | 20 | 584 | 3,4% |
|  | **големи** | 4 | 212 | 1,9% |
| 2018 | **микро** | 2123 | 48778 | 4,4% |
|  | **мали** | 844 | 22138 | 3,8% |
|  | **средни** | 24 | 840 | 2,9% |
|  | **големи** | 11 | 559 | 2,0% |

Извор: Макстат база на државниот завод за статистика

По апсолутни бројки намалување на бројот на деловни субјекти во разгледуваниот период има само за средните субјекти, а кај процентуалното учество на национално ниво, намалување има кај сите субјекти со исклучок на големите каде има зголемување за 0,1%.

Графикон 5: Деловни субјекти по години во Општина Куманово, за периодот 2010-2018 година

Во однос на учеството на деловните субјекти во вкупниот број на активни субјекти во Општина Куманово, 70,72% од вкупниот број на субјекти се микро субјектите со број на вработени помалку од 10. На второ место се малите субјекти со учество од 28,11%. Средните субјекти учествуваат со 0,8% и големите 0,37%.

На графикон 5 е даден графички приказ на порастот на деловните субјекти по години во Општина Куманово, за периодот 2010-2018 година.

Малите и средните субјекти се прикажани на левата y оска, а средните и големите на десната поради значителните разлики во вредностите. Тренд на зголемување на вредностите може да се забележи кај средните и големите субјекти.

### 2.10.2 Анализа на вработеноста во угостителството

Анализата на вработеноста ја отсликува состојбата во секторот угостителство во општината Куманово и споредливите состојби во РСМ и Североисточниот плански регион на кој таа му припаѓа. Споредувањето е според учеството кое го има вработеноста на општината. Тоа овозможува да се дојде до можните предвидувања за подобрување на состојбите како во поглед на вработеноста во објектите во кои се даваат услуги на храна и пијалаци, так во сместувачките капацитети. Овие податоци се дадени во Табела 6.

Од податоците во Табела 6 може да се констатира дека вкупниот број на вработени во капацитетите за сместување изнесува 87, што е 1,25%, во вкупната вработеност во овој сектор во РС.Македонија. Во поглед на вработеноста во угостителските објекти за храна и пијалаци ситуацијата е нешто подобра и изнесува 961 вработен или 4,87%. Високо учество на општинската вработеност во угостителските објекти за храна и пијалаци во Североисточниот плански регион. Тоа изнесува 70,56%. Учеството на вработеноста во општината, во секторот на сместувачки капацитети изнесува 48,6% односно од 179 вработени 87 се во општината Куманово. Овие показатели покажуваат дека вработеноста во периодот до 2024 година треба да се подобри во контекст на зголемување на вкупните капацитети на општината Куманово, со што ќе даде придонес и за развој на регионот. Тоа произлегува од состојбата со ниската вработеност и од претпоставките дека ќе дојде до проширување на постојните објекти и дека ќе се создадат услови за нови просторни и кадровски подобрувања.

Табела 6: Вработеност во угостителството

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Капацитети | ВКУПНО во РСМ | Североисточен регион | Куманово | | |
|  | **Учество во РСМ** | **Учество во СиПР** |
| Број на вработени во капацитети за сместување | 6.981 (100,00%) | 179 (2,56%) | 87 | 1.25% | 48,60% |
| Број на вработени во угостителски објекти (храна и пијалаци) | 19.718 (100,00%) | 1362 (6,91%) | 961 | 4,87% | 70,56% |

*Извор: Попис на капацитети во угостителството во Република Македонија, 2016, ДЗС на РМ*

# 3 Стратешка анализа и проекции за туристички развој за општина Куманово (глобални, национални и регионални туристички трендови)

## 3.1 Глобални, национални и регионални туристички трендови

Глобалните, национални и регионални туристички трендови се главно усогласени. Ова произлегува од фактот дека следењето и прифаќањето на добрите практики води кон евидентен успех во спроведувањето на развојните стратегии и реализацијата на зацртаните политики. Современите трендови се насочени кон трансформација на туризмот и угостителството во области кои побудуваат се поголема заинтересираност како побарувачка за нови и поразновидни туристички производи, така за туристички дестинации. Така според UNWTO растот на бројот на туристи до 2030. год ќе се движи со стапка од 3,3% или 43 милиони годишно и ќе достигне 1,8 милијарди туристи. Ова значи дека туризмот и угостителството се етаблираат како современа култура и почит кон корисниците и расположивите ресурси. Во овој поглед нема туристичка дестинација која не може да ги понуди унапредените и витализираните потенцијали на туристичкиот пазар. Во овој поглед трендовските процеси треба да ја охрабрат и Општината Куманово како туристичка дестинација.

Националните трендови одат во прилог на следењето на современите глобални трендови во туризмот. Ваквиот став се потпира и на определбата на национално ниво да се поттикне оваа дејност со полифункционални можности. Порастот на туристи престој и остварени приходи условува и забележителни промени во интересот за инвестиции, отворање на нови бизнис активности, уредување на просторот и креирање конкурентни туристички производи.

На регионален план современите трендови се насочени кон взаемно поврзување на општините во креирањето на туристички производи и настап на туристичкиот пазар. Така општинските рамки се пробиваат, а се добива квалитетна туристичка понуда наменета на се попребирливите корисници на услуги.Овие трендови се присутни во различни домени. Тие се јавуваат во дестинациски рамки, во осмислувањето на опкружувањето како ресурска основа, во осмислувањето на туристичката понуда и формирањето на туристички производи, односно во трендовите за пораст на туризмот во светот и регионот на кој му припаѓаме. Токму на овој начин треба да се следат современите трендови. Тие треба да се однесуваат на видовите туризам и туристичките производи и вкупниот пораст на туризмот во овој поглед.

## 3.1.1 Глобални, национални и регионални туристички трендови на видови туризам и туристички производи

Современите трендови во туризмот повлекуваат различни околности кои се во врска со селективноста на видови туризам и туристички производи. Приоритизацијата на туристичките видови како развојна вредност и туристичките производи како пазарна категорија во општината Куманово се темели на забележителните промени. Овие промени произлегуваат од односите на туристичката понуда и туристичката побарувачка. Во тој поглед, современите процеси на понудата подразбираат унапредување на постојните атрактивни ресурси, приспособување на рецептивата кон барањата на туристите, одговор на се поголемата хетерогеност на барањата, склоност кон посета на дестинации која порано ја посетиле, интерес за излегување од маршрутата на движење и сопствено креирање на итинерер, ИТ технолошка иновативност, унапредени резервациски систем, популарност на цени, сместување и поврзување.

На туристичкиот пазар туристичките производи се наоѓаат во контекст на се поголема сегментација на туристичкиот пазар што подразбира насочување кон утврдени емитивни зони, и приспособување кон родовата различност, старосниот и брачниот статус, склоностите и желбите културната, конфесионалната, националната од различен спектар. Во овој поглед покрај важноста на странската посетеност потребно е и постојаното прилагодување кон домашната побарувачка. Во овој контекст успехот на маркетингот во туризмот лежи во способностите кои се однесуваат на уважување пазарните вредности.

Современ тренд претставува отвореноста на границите и либерализација на протокот на луѓе и стоки. Основен тренд претставува извонредната подвижност на потрошувачите. Тоа подразбира дека **транзитниот туризам** добива во своето значење. Предност на развојот на овој вид туризам во општината Куманово претставува можноста за користење на трендовите на резервации во објектите на патните коридори, така што патниците и бизнис секторот директно допираат до давателите на услуги преку заедничките дигитални платформи. Транзитниот туризам својата современост ја темели на глобалните трендови на овој план, поврзаноста на национално ниво и интер и интра регионалната соработка. Тој ги следи трендовите не само на системите за резервација и промотивен план, туку и во областа на сместувањето и комуникацијата со околниот простор. Во сместувањето трендовско е мотелското и автокампинг сместувањето, но и сместување со анимациски содржини. Во понудата на храна и пијалаци понудата треба да биде од хетероген карактер за да ги задоволи потребите од мобилните особини. Јавното приватно партнерство овозможува локациско користење на на ресурсите низ патните правци.

Во контекст на современите трендови посебно место имаат урбаните центри. Трендовски е начинот на организација на просторот, трговската отвореност, културната атрактивност, деловните активности, квалитетот на сместувањето и новите видови понуда од овој вид со анимациски карактеристики. Така се реализира трендот на приоритетност на **градскиот туризам**. Трендот иде кон користење промотивни средства од 3D која го подигнува нивото на доживување и промотивно претставување, користење општествени мрежи и канали на дистрибуција. Современ тренд претставува јавното-приватно партнерство во глобални национални и регионални рамки. Тој најголема примена има токму во развојот на градскиот туризам во кој компонентите на урбанизација се најзастапени, а со тоа и можностите за негова примена.

Што се однесува на трендовите на сместување во градскиот туризам се работи за различен дијапазон на можни форми. Посетителите од бизнис секторот повеќе се склони кон највисоки стандарди, додека останатите се ориентираат во зависност со своите можности. Во овој контекст е трендот на издавање на вишок станбен простор и во градовите. Традициналното гостопримство на Кумановчани треба да се искористи и на овој начин.

Подигнувањето на нивото на здравствената состојба е од приоритетно значење. Неговата трендовска карактеристика подразбира пред се развој на **бањскиот туризам** како најекспонирана форма. Современиот приод подразбира уредување на просторот и внесување рекреативни содржини. Во здравствена смисла тренд е воведување на превентвни, лекувалишни и рехабилитациски содржини. Велнес понудата оди во контекст на овој утврден тренд. Кумановската Бања претставува ресурс кој трендовски подразбира вклучување во мрежа на бањи и напредни здравствено-рекреациски центри.



Слика 5. Центар на Куманово

Глобален, национален и регионален тренд е **активниот туризам**. Зголемениот интерес за активен туризам е во непосредна врска со промените кај туристичката побарувачка за алтернативни форми на туризам кои им обезбедуваат доживувања со активен однос кон природата. Искуствата покажуваат дека активниот туризам е таков вид туризам кој обично се реализира во дестинации со специфични географски карактеристики и пејзажи, и е во тесна врска со физичката активност на туристите, културната размена, интеракција и поврзаност со природата. Тој отвора нови можности за користење на просторните ресурси преку нивно афирмирање и промовирање преку туристичка понуда на различни содржини. Во развојот е важен валоризацискиот приод кој подразбира оценување на просторните елементи и содржини со кој ќе се овозможи определување на правците за развој на активниот туризам и креирање на квалитетни туристички производи. Важен тренд претставува определувањето на центри во кои постојат услови за различни форми на активен туризам. Таков треба да е центарот Бислимска Клисура, кој поседува можности во согласност со современите развојни и пазарни трендови.

## 3.1.2 Глобални, национални и регионални туристички трендови на пораст на туризмот

Трендовите во развојот на туризмот може да се разгледуваат низ повеќе аспекти. Едниот е компаративниот развој на туризмот во земјите од регионот за што е направена основна анализа во делот за туристичките параметри на државата и Општина Куманово. Друг тренд е влијанието на туризмот во стопанството на земјите. Регионот на земји во кои спаѓа Република Северна Македонија е различно опфтен од Светската Туристичка Организација и Европската Унија. Како што се правени поделбите така и ние во овај документ ќе ги пренесуваме податоците и ќе ги коментираме состојбите со развојот на туризмот.

Европската Банка за Обнова и Развој – ЕБОР ја анализира нашата држава како дел од Југоисточна Европа. Врз основа на нивниот извештај од 2015 година, Југоисточна Европа е најголемата туристичка дестинација во регионот на ЕБОР. Туризмот стануваат сè поважен извор на приходи и вработување низ ЕБОР регионот, кој учествува со 20% од повеќе од 1 милијарда глобални меѓународни туристички пристигнувања. Во регионот на ЕБОР, ЈИЕ учествува со една четвртина од овие пристигнувања, или 59 милиони. ЈИЕ, исто така, забележа најголем пораст во периодот 2010-2015 година, со зголемување на пристигнувањата од околу 15 милиони од 2010 година. Пристапот до Средоземното море и близината на главните емитивни зони на туризмот од Западна Европа и Русија се истакнати фактори зад популарноста на регионот како главна туристичка дестинација.[[7]](#footnote-7)

Во анализата што е направена за потребите на оваа студија ќе бидат презентирани податоци за развојот на туризмот во регионот на Западен Балкан, при што во анализата се додадени и соседните држави Грција и Бугарија, како и Хрватска, а за Косово нема податоци во базата на податоци на Светска Банка.

Прва анализа во овој дел е порастот на бројот на туристи во анализираните држави за периодот 2011-2018 година (додека се изготвуваше оваа студија не беа достапни податоци за 2019 година на базата на податоци на Светска банка[[8]](#footnote-8)).

Во табела 21 се прикажани селектираните податоци на пристигнати туристи по години.

Табела 21: Селектираните податоци на пристигнати туристи по години – Југоисточна Европа

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Држава | Код | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | %⇧ |
| Албанија | ALB | 2469000 | 3156000 | 2857000 | 3341000 | 3784000 | 4070000 | 4643000 | 5340000 | 216% |
| БиХ | BIH | 392000 | 439000 | 529000 | 536000 | 678000 | 778000 | 923000 | 1053000 | 269% |
| Бугарија | BGR | 6328000 | 6541000 | 6898000 | 7311000 | 7099000 | 8252000 | 8883000 | 9273000 | 147% |
| Хрватска | HRV | 9927000 | 10369000 | 10948000 | 11623000 | 12683000 | 13809000 | 15593000 | 16645000 | 168% |
| Грција | GRC | 16427000 | 15518000 | 17920000 | 22033000 | 23599000 | 24799000 | 27194000 | 30123000 | 183% |
| Црна Гора | MNE | 1201000 | 1264000 | 1324000 | 1350000 | 1560000 | 1662000 | 1877000 | 2077000 | 173% |
| Македонија | MKD | 327000 | 351000 | 400000 | 425000 | 486000 | 510000 | 631000 | 707000 | 216% |
| Србија | SRB | 764000 | 810000 | 922000 | 1029000 | 1132000 | 1281000 | 1497000 | 1711000 | 224% |

Извор: База на податоци на Светска банка

Во анализираниот период најголем пораст на бројот на странски туристи има Босна и Херцеговина, а најмал Бугарија – само 47%. Од податоците може да се забележи дека државите кои имаат излез на море, имаат помал пораст на бројот на пристигнати странски туристи во анализираниот период за разлика од континенталните (Босна, Македонија и Србија). Тоа не значи дека државите со поголем процентуален пораст според бројот на странски туристи се поуспешни во однос на останатите, туку укажува на незаситеност на пазарот и искористување на периодот на пораст на туризмот во регионот. Порастот на процентуалното учество е поголем ако имаме мали почетни вредности на пристигнати туристи.

Во табела 22 се дадени приходите од туризам по држави изразени во милиони УС долари

Табела 22: Приходи од туризам по држави изразени во милиони УС долари

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Држава | Код | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | % |
| Албанија | ALB | 1833 | 1623 | 1670 | 1849 | 1613 | 1821 | 2050 | 2306 | 126% |
| Босна и Херцеговина | BIH | 722 | 686 | 752 | 755 | 795 | 876 | 985 | 1081 | 150% |
| Бугарија | BGR | 4297 | 3975 | 4410 | 4518 | 3583 | 4164 | 4678 | 5072 | 118% |
| Хрватска | HRV | 9598 | 8912 | 9715 | 10079 | 9018 | 9820 | 11128 | 12075 | 126% |
| Грција | GRC | 16269 | 14665 | 17433 | 19489 | 17547 | 16811 | 19139 | 21594 | 133% |
| Црна Гора | MNE | 926 | 860 | 929 | 959 | 947 | 978 | 1110 | 1224 | 132% |
| Македонија | MKD | 242 | 237 | 270 | 298 | 268 | 283 | 331 | 387 | 160% |
| Србија | SRB | 1149 | 1080 | 1221 | 1352 | 1322 | 1461 | 1706 | 1921 | 167% |

Извор: База на податоци на Светска банка

Податоците дадени во Табела 22 покажува дека кај сите држави има пораст на приходите во анализираниот период. Најголем пораст има во Србија, а најмал во Бугарија. Тоа повторно укажува на заситеноста на пазарот, но и опаѓање на цените на туристичките услуги во Бугарија, ако тоа го споредиме со порастот на бројот на пристигнати туристи во истиот период. Во РС Македонија порастот е 60% и е втора според порастот во табела 2. Според метаподатоците дадени со вредностите од Светска Банка, во вредностите дадени во табела 2 треба да се знае дека се вклучени и транспортните трошоци за пристигнување до дестинацијата, но треба да се има во предвид дека мултипликативниот фактор на средствата остварени од туризам е најголем во однос на мултипликативниот фактор на другите стопански гранки. Според истражувањето направено за студијата „Анализа на влијанието на туризмот во Општина Охрид“[[9]](#footnote-9) мултипликативниот фактор за нашата држава е 2. Во истото истражување е направена проценка на приходите од туристи во РС Македонија и добиените резултати се блиски со резултатите дадени од Светска Банка. Приходите од туризам во РС. Македонија се најмали во однос на сите останати држави вклучени во анализата.

Во следната табела 23 се дадени ефектите на инкаминг туризмот врз извозот на анализираните држави.

Врз основа на податоците дадени во Табела 23 може да се види дека извозот на Црна Гора доминантно е од туризмот, односно учествува со процент поголем од 50%. Во Албанија тој процент е блиску до 50%. Македонија во оваа табела е на последно место и учеството на туризмот во извозот е нешто повеќе од 5%. Најголемо учество на туризмот во извозот се забележува во 2013 година при што тоа учество изнесува 5,76%. Од табелата 3 исто така може да се забележи дека кај државите што имаат излез на море, со исклучок на Бугарија учеството на туризмот во извозот е поголем од 20%. Излезот на Босна и Херцеговина на море е незначително, затоа и оваа држава се коментира како континентална држава.

Табела 23. Процентуално учество на туризмот во извозот

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Држава | Код | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 |
| Албанија | ALB | 48,54 | 45,65 | 45,13 | 49,54 | 51,96 | 52,94 | 49,47 | 48,20 |
| Босна и Херцеговина | BIH | 12,07 | 12,32 | 12,26 | 11,97 | 13,80 | 14,24 | 13,27 | 12,73 |
| Бугарија | BGR | 12,63 | 12,17 | 12,26 | 12,24 | 11,05 | 12,07 | 11,73 | 11,67 |
| Хрватска | HRV | 37,84 | 38,10 | 39,07 | 37,97 | 36,98 | 38,83 | 36,79 | 38,59 |
| Грција | GRC | 24,04 | 23,20 | 23,91 | 25,36 | 28,02 | 27,88 | 27,30 | 26,38 |
| Црна Гора | MNE | 48,07 | 50,57 | 50,42 | 52,05 | 55,27 | 54,81 | 54,81 | 52,17 |
| Македонија | MKD | 5,05 | 5,47 | 5,76 | 5,50 | 5,46 | 5,20 | 5,30 | 5,09 |
| Србија | SRB | 7,40 | 7,33 | 6,59 | 7,05 | 7,58 | 7,60 | 7,80 | 7,67 |

Извор: База на податоци на Светска банка

Во табела 24 е дадено учеството на туризмот во бруто домашниот производ за анализираните држави пресметано за 2018 година. учеството на туризмот во бруто домашниот производ.

Табела 24. Учество на туризмот во бруто домашниот производ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Држава | Код | % 2018 |
| Албанија | ALB | 15,18% |
| Босна и Херцеговина | BIH | 5,36% |
| Бугарија | BGR | 7,76% |
| Хрватска | HRV | 19,49% |
| Грција | GRC | 10,10% |
| Црна Гора | MNE | 22,04% |
| Македонија | MKD | 3,05% |
| Србија | SRB | 3,00% |

Извор: База на податоци на Светска банка и сопствени пресметки

Од табела 4 се гледа дека туризмот најголемо учество во БДП има во Црна Гора и неговото учество е поголемо од 22%. Македонија е на претпоследно место со учество од нешто повеќе од 3%. Според класификацијата на земјите според учеството на туризмот во БДП направена од ЕБОР, Македонија и Србија спаѓаат во земјите со ниска зависност од туризмот со учество до 3%, Земјите кои имаат учество на туризмот во процент поголем од 10% се многу високо зависни земји од туризмот. Бугарија и Босна се во групата земји со висока зависност од развојот на туризмот. Она што е уште поважно, порастот на учеството на туризмот во БДП на РС Македонија расте континуирано во периодот 2014-2018 година. Тоа е евидентирано и за претходните пет години врз основа на извештајот од ЕБОР[[10]](#footnote-10).

# 4. Видови на туризам кои се развиваат во Општина Куманово

Определувањето на видовите туризаам во Општината Куманово произлегува од потребата за јасно и недвосмислено дефинирање на можностите кои во ресурска форма ги поседува овој простор. Оваа определба е неопходна не само при формирањето и пласманот на туристичката понуда, туку и во вкупното водење на туристичката политика на општинско ниво.

Во определувањето на потребата од издвојување на селективни форми е содржана како раззвојната, така пазарната вредност на туристичката препознатливост. Поради тоа, стратегискиот приод подразбира донесување приоритетни развојни категории кои ги имаат предвид расположивите можности

## 4.1 Транзитен туризам како придобивка на сообраќајна оска

Транзитниот туризам ја опфаќа онаа клиентела која поминува низ општината Куманово стремејќи се кон други простори. Овие посетители се задржуваат поради различни причини, као што се подолги или пократки одмори од патувањето, ноќевање, појадок или запознавање со туристичките вредности во географската средина. За задоволството на потребите на транзитните патници најчесто се градат сместувачки објекти во вид на мотели, други услужни објекти и информативни пунктови во непосредна близина на транзитните патни објекти. Со развојот на транзитниот туризам се обезбедува активирање и на некои простори кои не се специфични по туристичките вредности. Меѓутоа, времето на престој на патниците во транзит ќе биде толку подолго, ако во општината Куманово биде нагласена туристичката вредност и ќе биде присутна квалитетната понуда. Поради тоа, е неопходно унапредување на содржините кои треба да им се нудат на патниците и туристите во минување. Основата за развој на овој вид туризам треба да се бара во извонтреднат туристичко географска положба на Општината Куманово како карстосница на два европски коридора. Во овој поглед од значење е и најфрекфентниот граничен премин Табановце кој овозможува логистика не само на патници туку и стоки во транзит.

## 4.2 Куманово како центар за развој на градски туризам

Градот Куманово спаѓа во групата на најголеми градски центри. Тој има гравитсционио карактерисстики кои се однесуваат нне само во регионални и национални рамки туку има и поширока привлечност. Градскиот туризам е сврзан со туристичките атрактивности кои се специфични за Куманово. Овој вид на туризам се карактеризира по масовноста на учесниците, високата потрошувачка и релативно кусиот престој. Сезонската концентрација не е нагласена, а одредени разлики во бројот на посетителите во некои месеци повеќе се плод на општата туристичка подвижност во тој временски интервал. Се смета дека кај овој вид на туризам во однос на сите други видови има најрамномерен распоред на туристичкиот промет. Имајќи ја предвид долгата градска трдиција, можноста за трговски и угостителски капацитети и културното богатство градот е еден од најзначајните центри за развој на овој вид туризам во РСМ.

## 4.3 Можности за развој на бањскиот туризам

Бањскиот туризам во општината Куманово е сврзан за карактеристиките на водата на термоминералните извори и околниот простор. Тој ги содржи рекреативните компоненти и лечилишните функции. Оваа туристичка активност се карактеризира со превентивните, лечилишните и рехабилитациските влијанија на термоминералните води, климатските услови и биогеографските вредности. Карактеристика на бањскиот туризамво општината е слабо нагласената сезонска концентрација, а одредени сезонски индикации произлегуваат главно од временскиот период на општата туристичкамобилност на туристите. Клиентелата која ги посетува бањските простори е хетерогена и бара содржајна туристичка понуда која е застапена во Кумановска Бања. Должината на овој престој произлегува од карактерот на влијанието што го имаат изворите, односно термоминералните води. Таа е нагласена, бидејќи клиентите бараат подолг третман. Поради тоа постои можност за проширување на стационари кои покрај другите рецептивни објекти треба да се дел од конкурентните туристички производи на туристичкиот пазар. Долготрајниот престој бара и збогатена содржина на туристичкиот престој што треба да се унапредува со внесување на просторни и анимациски елементи. Развојот на бањскиот туризам е во тесна врска со здравствениот туризам. Од хидрографска гледна точка минералниот извор Визијана претставува комплементарна околност за туристички развој на Општината Куманово. Во услови на појави од типот на пандемијата Ковид-19 и од други проблеми по здравјето на популациите развојот на овој вид туризам е од круцијална важност за овој простор. Во овој контекст треба да се направат исчекори во примената на јавното-приватно партнерство за подобрување на туристичките производи од овој вид.

## 4.4 Активниот и спортскиот туризам како современа развојна форма

Активниот туризам е специфичен по тоа што привлекува туристичката клиентела од средините каде што е присутна загаденоста, бучавата и заморот. Согласно на тоа, опфаќа клиентела од различна структура, со што се овозможува поголема масовност. Активниот туризам најчесто опфаќаат подолг престој. Тоа овозможува на општината да понуди пошироки дијапазон на услуги. Бислимската клисура треба да се организира како туристичка зона за активен туризам на општината Куманово, затоа што има можности од различни активности. Должината и овозможува трасирање на патеки за пешачење и велосипедизам, а вертикалните страни за искачување, карстот за спелеолошки активности, а целиот комплекс за учење во природа. Како туристичка вредност која е во функција на развојот се климатските услови и конфигурацијата на теренот. Во тој контекст, треба да се уредат природни карпи за спортско качување, патеки пешачење и велосипедизам, точки за рекреативен и спортски риболов и уреден простор за лов. Претежно рамничарскиот карактер на општината овозможува изградба на мини голф игралишта.

Во општинаата постои традиција на одржување спортки манифестации кои треба да се подржуваат, да се обновуваат и да се прошируваат. Таков е примерот со атлетскиот митинг за млади, гимназијадата, фудбалските туринири, првенствата по спортови во кои водечка улога има кошарката или државното првенство во пиг-понг. Исто така, во насока на потикнување на развојот на спортскиот туризам потребно е организирање на летни кампови, посебно во спортовите како бокс, одбојка, кошарка кои се посебно афирмисани во општината.

Организацијата на забавни спортови какви што се „Водени лудории“ ја подобрува содржината на престој во Куманово. Забавните спортови имаат анимациски карактер во туризмот. Тие го задржуваат вниманието на посетителите.

Спортскиот аеродром е во функција на падобрански спортови и летење со ултра лесни летала. Овие активности треба да имаат и натпреварувачки карактер. Од посебна важност е летењето со балон. Куманово со етаблирањето на летењето со балон постанува балкански центар. Со слаганот „ Куманово на небо со балон“ се упатува промотивна порака за откривање на егзотични моменти на полетување, летење и атрирање. Тој подразбира и обуки за летење и начини на панорамско наблудување од небо. Фактот дека има натпреварувачки елементи го вбројува во редот на спортски дисциплини.

Овој центар треба успешно да се втемели во туристичките аранжмани кои се со спцифична понуда, но и комбинираните тури кои ги опфаќаат и другите арактивни и рецептивни ресурси. Поради тоа, неопходна е соработката на овој центар со туристичките агенции.

## 4. 5 Развојна основа на руралениот туризам

Развојот на руралниот туризам во општината Куманово основата ја има во фактот дека во се работи за средина во која има 47 селски насеби, релјефна конфигурација која овозможува традиционални земјоделски активности, идилични селски пејзажи, богато етнографско и културно наследство со традиционални стопански активностти, обичаи, фолклор, манифестации и настани и гастрономско богатство. Врз оваа основа постои потреба да се креирааат рурално-туристички производи каако дел на туристичката понува на оваа туристичка дестинација. Руралниот туризам е во функција на потикнувач на потенцијалите на еколошка основа со што се обезбедува неговата оддржливост. Тој е фактор на проткајување на еколошките услови со традиционалноста што е присутна во општината Куманово и СИПР. Така се создаваат услови афирмирациај и економско активирање оддржливост на руралните средини. Преку развојот на руралниот туризам се овозможува запирање на иселувањето и подобрување на квалитетот на живот. Тој овозможува руралните средини да се вклучат во општите развојни тенденции. Развојот на руралниот туризам подразбира соработка на планот на вклучување во туристичката понуда ресурси на планскиот регион како најблиски содржини. Соработката во овој поглед овозможува поголема конкурентност. Развојната основа за рурален туризам треба да се бара во современата тенденција, туристите да се вклучуваат во аграрно-туристички активности. Тоа е модел на **воркинг туризам** кој успешно се влучува во користењето на туристичките ресурси по сопствени афинитети. Во анексот се дадени ресурсите кои на овој план ги има регионот.

# 5 Акциски план со конкретни мерки и активности

## 5.1 Акциски план

|  |
| --- |
| СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР.1 (ТУРИСТИЧКИ ЛОКАЛИТЕТИ)  Мапирање, креирање и подобрување на условите и пристапноста на туристички локации кои ќе имаат основа во програмите и плановите за развој на туризмот |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мерка 1.1.  Мапирање на постоечки и креирање на нови туристички локации според програмите и плановите за развој на туризмот | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Изработка на физибилити студија за состојбата на туристичките локалитети и туристичките потреби | Експертски тим  Локална самоуправа | 3 месеци | 200.000 | Усвоена Физибилити студија |
| Изработка на просторно-планска документација за туристички локалитети (постојни и нови) | Сектор за урбанизам  Урбанистичка фирма | 12 месеци | / | Усвоена Урбанистичка планска документација УПД |
| Поставување на сигнализација и визуализација за движење кон и во постојните туристички локалитети и објекти | Деловен субјект од областа на градежништвото  Сектор за комунални работи | 12 месеци | 200.000 | Ставена во функција сигнализација |
| Изработка на планска документација за сообраќајно поврзување на населените места и туристичките локалитети | Деловен субјект од областа на сообраќајното планирање  Сектор за комунални работи | 3 месеци | 200.000 | Изработен проект за сообраќајно решение |
| Изработка на просторно-планска документација за партерното хортикултурно уредување на населените места и туристичките локации во општината | Деловен субјект од областа на урбанизмот,  Сектор за урбанизам | 6 месеци | 200.000 | Усвоена планска документација |
| Програми за уредување на Бислимска клисура и аеродромот за адреналински форми туризам | Сектори за урбанизам  ЛЕР  Експертски тим | 1 месец | 60.000 | Усвоена програма |
| Програми за Уредување на коритата и бреговите на Кумановска Река и Пчиња | Сектор за урбанизам  ЛЕР  Експертски тим | 1 месец | 60.000 | Усвоена програма |
| Програми за уредување и одржување на постојните патеки | Сектор за урбанизам  ЛЕР  Експертски тим | 1 месец | 60.000 | Усвоена програма |
| Изработка на планска документација за нови планинарски, пешачки, трим патеки | Експертски тим  ЛЕР  Сектор за урбанизам | 3 месеци | 200.000 | Усвоена планска документација |
| Аплицирање и реализација на програми за туризам | ЛЕР  Центар на СИПР | Континуирана активност | / | Број на апликации и добиени проекти |
| Воспоставување на соработка со развиените туристички дестинации | ЛЕР  Центар на СИПР | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |
| Мерка 1.2.  Унапредување на квалитетот на објектите, опремата и уреденоста на туристичките локации | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Донесување на Програма за подигнување на квалитетот на застапените видови на туризам (транзитен, урбан, активен спортски, бањнски и рурален) | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | 2 месеци | 30.000 | Донесена програма |
| Донесување на Програма за стандардизација и категоризација на туристичка инфраструктура во застапените видови на туризам | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | 3 месеци | 60.000 | Донесена програма |
| Изработка на правилници за користење на просторот и туристичките активности во согласност со современите стандарди за квалитет | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | 6 месеци | 60.000 | Донесени правилници |
| Донесување програма за урбана опрема | Сектор урбанизам | Годишна активност |  | Донесена програма,  Склучени договори за закуп |
| Изработка на планска документација за уредување и користење на паркинг простор | Деловен субјект од областа на сообраќајното планирање  Сектор за комунални работи | 3 месеци | / | Изработен проект за сообраќајно решение на паркинзи |
| Изработка на физибилити студија против загадувањето на воздухот | Експертски тим  Локална самоуправа | 3 месеци | 120.000 | Усвоена Физибилити студија |
| Изработка на проект за санација на отпадни води | Експертски тим  Локална самоуправа | 3 месеци | 120.000 | Усвоен проект |
| Поддршка за учество во меѓународни проекти за уредување и опремување на туристичките локалитети | ЛЕР | Континуирана активност | / | Број на апликации и добиени проекти |
| Воведување на еко стандарди во еко сместувачки капацитети | Експертски тим  ЛЕР | 1 месец | 60.000 | Број на одржани обуки |
| Поддршка на субвенции за користење на греење со намалено загадување на воздухот | Експертски тим  ЛЕР | Континуирана активност | / | Број на доделени субвенции |
| План за подигање на нивото на квалитет во постојните угостителски објекти | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | 2 месеци | 30.000 | Донесен план |
| Мерка 1.3.  Обуки населението за застапени видови на туризам | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Организирање на кампања за значењето на туризмот во економскиот развој | Експертски тим  ЛЕР | Континуирана активност | 240 000 денари | Број на настани и учесници |
| Спроведување програми за перманентно образование и усовршување | Локална самоуправа,  Бизнис сектор,  Образовни институции  НВО | Континуирана активност | 240 000 денари | Број на настани, учесници и издадени сертификати |
| Одржување на трибини и стручни собири за проблематиката од областа на стандардизацијата на услугите во угостителството | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | 4 месеци | 200.000 денари | Број на одржани трибини |
| Организирање на натпревари од областа на угостителството | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | Континуирана активност | 480 000 денари | Број на одржани натпревари и доделени дипломи и признанија |
| Водење кампања и обуки за уредување на дворните места во населените и туристичките места | Експертски тим  ЛЕР | Континуирана активност | 240 000 денари | Број на одржани настани |
| Доделување на награда за најдобро уредено дворно место | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | Континуирана активност | 240 000 денари | Број на одржани натпревари и доделени дипломи и признанија |

|  |
| --- |
| **СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР. 2 (ДЕСТИНАЦИСКА МЕНАЏМЕНТ ОРГАНИЗАЦИЈА)**  **Формирање на ДМО преку донесување на правна регулатива, вмрежување и користење на ИТ, споделување на знаењата и ресурсите на засегнатите страни во рамките на интегрирана целина** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мерка 2.1.  ДМО институционална и правна рамка | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Одржување на трибина со засегнатите страни за формирање на ДМО | ЛЕР  Бизнис сектор  Експертски тим  НВО | 1 месец | 60.000 | Одржана трибина |
| Донесување на статутарни одлуки и акти за формирање на ДМО | Локална самоуправа  Бизнис сектор  НВО | 3 месеци | / | Донесени акти за ДМО |
| Формирање кластер за туризам | Локална самоуправа  Бизнис сектор  НВО | 1 година | 60 000 денари | Формиран кластер |
| Донесување Програма за кадровско структурирање на менаџирањето со одржливиот развој на туризмот, подобрувањето на анимациите и туристичкото водење | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор  Образовни институции  НВО | 2 месеци | 480 000 денари | Донесена програма |
| Структурирање на Одделение за обработка и анализа на податоци од разни извори | Локална самоуправа | 3 месеци | / | Формирано одделение |
| Организирање на обуки за подобрување на успешноста при аплицирање на проекти | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | 1 месец | 60.000 | Број на одржани обуки и доделени сертификати |
| Донесување Програма за поддршка на домашен туризам | Локална самоуправа | Континуирана активност | / | Број на доделени субвенции |
| Донесување програма за справување на туризмот во општината со ковид-19 | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | 1 месец | 60.000 | Донесена програма |
| Мерка 2.2.  Вмрежување на засегнатите страни и користење ИТ | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Воспоставување на информатичка платформа со чинителите на туризмот по вертикална и хоризонтална основа (веб страна, социјални медиуми) | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор  НВО | 3 месеци | 600 000 денари | Функционална платформа |
| Организирање на кампањи и промоција за поттикнување на претприемништвото во туризмот и угостителството преку ИТ | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | Континуирана активност | 480 000 денари | Број на одржани кампањи |
| Спроведување на кампања за можностите за вклучување на локалното население во определени бизнис активности | Експертски тим  ЛЕР  Бизнис сектор | Континуирана активност | 480 000 денари | Број на одржани кампањи |
| Склучување на договори со други општини, региони и земји за соработка во областа на туризмот | Локална самоуправа  Бизнис сектор | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |
| Склучување на договори со АППТР и канцелариите на подрачните министерства (Јавна и државна администрација) | Локална самоуправа  Бизнис сектор  Државна управа | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |

|  |
| --- |
| **СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР.3. (ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ)**  **Унапредување на квалитетот и бројноста на сместувачките капацитети и туристичките производи, зголемување на бројот на туристи и ноќевања, туристичката потрошувачка, отвореноста за инвестиции и подобрување на бизнис** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мерка 3.1.  Подобрување на туристичкиот промет и потрошувачка | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Склучување на договори за соработка за нови содржини во туристичките производи | Бизнис сектор  НВО  Јавни институции | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |
| Користење на локации на транзитните коридори за продажба на локални производи | Бизнис сектор  Локална самоуправа | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |
| Договори за заеднички туристички производи меѓу Скопје и Куманово | Бизнис сектор | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |
| Избор на сувенир на градот | Бизнис сектор, НВО и Јавни институции | Континуирана активност | 120 000 денари |  |
| Вмрежување во системи на бањски туризам | Бизнис сектор  НВО  Локална самоуправа | Континуирана | / | Број на склучени договори |
| Вмрежување на Бислимска Клисурата и спортскиот аеродром со локации за активен туризам | Бизнис сектор  НВО  ЛЕР | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |
| Креирање на туристички производи од спортски туризам, според Прорграмата за спорт и рекреативни активности на Општина Куманово | ОССК  Соодветни спортски клубови и асоцијации | Континуирана активност | 480 000 денари | Креирани туристички производи за спортски и активен туризам |
| Креирање туристички производи од областа на руралниот туризам | ЛЕР  НВО, селски домаќинства | 1 година | 480 000 денари | Креирани туристички производи за рурален туризам |
| Креирање на туристички производ на мегалитските опсерватории на тема: Културни пејзажи | Бизнис сектор  Јавни институции  ЛЕР | 1 месец | 30.000 | Развиен туристички производ |
| Донесување на Прирачник за Сертификација на туристички стоки и услуги за посетителите на Кокино | Бизнис сектор  Јавни институции  ЛЕР | 3 месеци | 30.000 | Донесен прирачник |
| Мерка 3.2.  Подобрена бизнис клима за туризмот и угостителството | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Презентација на можностите за бизнис активности во туризам во Куманово и СИПР | ЛЕР  Експертски тим | 1 месец | 30.000 | Презентирани можности |
| Склучување договори за формирање на кластери и алијанси | Бизнис сектор  НВО  Јавни институции | Континуирана активност | / | Број на склучени договори |
| Програма за спроведување на субвенционирањето на бизнисите во туризмот во рурални средини, Според ЛЕР стратешка цел 12, клучна активност 43 | Локална самоуправа  Бизнис сектор | Континуирана активност | / | Број на доделени субвенции и развиени бизниси |
| Донесување на Програма за вклучување на бизнис секторот во застапени видови на туризам (Транзитен, градски, активен, спортски, рурален, бањски) | Локална самоуправа  Бизнис сектор | 1 месец | / | Донесена програма |
| Програма за финансиска поддршка за настани и манифестации (Според програмата за култура за периодот 2014-2017 и според Програмата за културни манифестации на Општина Куманово) | Локална самоуправа  НВО  Бизнис сектор | 1 месец | / | Донесена програма |
| Донесување на Програма за доделување финансиски средства за поддршка на бизнис секторот во услови на непогоди (пандемии, невремиња, земјотреси итн.) | Локална самоуправа  Бизнис сектор  НВО | 1 месец | / | Донесена програма |
| План за користење на природните и рецептивните ресурси во функција на здравствените потреби на населението | Локална самоуправа | 1 месец | / | Донесен план |
| Мерка 3.3.  Инвестиции во туризмот и угостителството | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет | Индикатори за успех |
| Донесување инвестициски програми за туризмот и угостителството | Експертски тим  Локална самоуправа  Бизнис сектор | 1 месец | / | Донесена програма |
| Организирање на кампањи и промоции за привлекување на инвестиции од областа на угостителството | Експертски тим  Локална самоуправа  Бизнис сектор  НТА и ЈиДА | 1 настан годишно | 60.000 денари | Број на кампањи |
| Административна поддршка во обезбедувањето на инвестиции во туризмот | Локална самоуправа | Континуирана активност | / | Број на решени апликации |
| Склучување на договори со други општини, региони и земји за инвестиции во туризмот | Локална самоуправа  Бизнис сектор | Континуирана активност | 240 000 денари | Број на склучени договори |
| Донесување на годишни програми за користење на средствата од туристичката такса | Локална самоуправа | 1 месец | 640 000 денари | Степен на реализација на програмата |
| Донесување на Програма за Туристички производи како развојна категорија | ЛЕР  Бизнис сектор | 1 месец | 1 500 000 денари | Донесена програма |
| Обуки за креирање на туристички аранжмани | Експертски тим  Бизнис сектор  Локална самоуправа | 1 месец | 30.000 денари | Број на сертификати |
| Доделување награда и признание за најдобро креиран туристички производ | Локална самоуправа  Бизнис сектор | Континуирана активност | 120 000 денари | Доделени награди |

|  |
| --- |
| **СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР.4 (ТУРИСТИЧКИ ПАЗАР)**  **Подигнување на конкурентната способност на туризмот во Куманово низ соработка на меѓу-општинско и национално ниво и активен однос во настапот на туристичкиот пазар и унапредување на промотивните активности** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| МЕРКА 4.1.  Подигнување на процентуалното учество на Куманово во туризмот на регионот и на национално ниво | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет (во денари) | Индикатори за успех |
| Воспоставување на систем за онлајн резервации, креирање на сајт (платформа) со понуда на услуги на туристичкиот пазар | Бизнис сектор  Локална самоуправа | 3 месеци | 100.000 | Воспоставен систем |
| Изработка на програма за маркетинг активности во општината | Локална самоуправа  Бизнис сектор  Експертски тим | 1 месец | 30.000 | Донесена програма |
| Донесување на годишна програма за настап на туристички пазари | ЛЕР  Бизнис сектор | 1 месец | / | Донесена програма |
| Усогласување на календари на фестивали и настани според Програма за култура и програма за манифестации | Локална самоуправа  НВО | 1 месец | / | Усогласени календари |
| Донесување на декларација за ценовна политика во туризмот и приспособена политика на услугите кон заканата од ковид-19 | Локална самоуправа  Бизнис сектор  НВО | 1 месец | / | Донесена декларација |
| Мерка 4.2.  Промотивни активности | | | | |
| Активности | Учесници | Временска рамка | Индикативен буџет | Индикатори за успех |
| Донесување на акт за имиџ и бренд на туристичка дестинација во согласност со Стратегијата | Експертски тим  Локална самоуправа | 2 месеци | 60.000 | Донесени акти за имиџ и бренд |
| Донесување на годишна програма на промотивни активности во туризмот | Локална самоуправа | 1 месец | / | Донесена програма |
| Формирање на Туристички информативен центар | Локална самоуправа | 1 година | 1800 000 | Формиран функционален Туристички информативен центар |
| Изработка на печатен и електронски промотивен материјал | Локална самоуправа  Бизнис сектор  Експертски тим | 1 месец | 60.000 | Изработен материјал |
| Избор на сувенир на градот | Бизнис сектор, НВО и Јавни институции | Континуирана активност | 120 000 денари | Подобрен имиџ |
| Користење на мас-медиуми за промоција | Локална самоуправа  Мас медиуми | Континуирана активност | 120.000 | Број на објавено промотивно време |
| Организирање на иницијативни аранжмани за новинари и туроператори | Локална самоуправа  Бизнис сектор | Континуирана активност | 120.000 | Број на организирани тури |

## 5.2. Приоритизација на мерки и активности и утврдување на модел на раст

Приоритизација на мерки и активности е во тесна врска со моделот на раст. Во овој поглед, многу е важно да се даде вкрстувањето кое произлегува од добиените резултати во свот анализата. Така, општината Куманово ќе дојде во ситуација да донесува динамика на развојни решенија во согласност со оваа стратегија. Во тој контекст, посебно место зазема методологијата на вкрстување на внатрешните и надворешните фактори од свот анализата, товс анализа добиена врз овие вкрстувања и утврдување на модел на раст.

### 5.2.1 Применета методологија на вкрстување за Општина Куманово

Како што претходно беше споменато, TOWS матрицата се надоврзува на SWOT и значи вкрстување на елементите содржани во нив (табела бр. 25). Притоа, се анализира поврзаноста на внатрешните со надворешните елементи. На тој начин ситуационата анализа (SWOT) се динамизира и се добиваат основни параметри на можно влијание на едните врз другите (TOWS). Таквото влијание се прави со активностите кои се поврзуваат со вкрстувањето. Па така, комбинацијата на предности со можности (П/М) и активностите кои се предвидуваат, можат да креираат опции кои ги користат предностите на двата позитивни параметри, а веројатноста за нивно успешно аплицирање е голема. Со оглед на фактот дека ги користат позитивните внатрешни и позитивните надворешни елементи, јачината на нивното влијание се претпоставува дека ќе е позначајна, па нивната приоритизација се наметнува во спроведувањето на активностите (ќелија горе лево во табела).

Табела бр. 25 TOWS вкрстена анализа на внатрешни и надворешни фактори од SWOT

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | ПРЕДНОСТИ (П) + | СЛАБОСТИ (С) - |
| МОЖНОСТИ (М) + | (П1. / М1.);  (П2./М2.); (П2./М3); (П2./М5); (П2./М7.); (П2./М8.); (П2./М10.); (П2./М11.);  (П3./М2.); (П3./М5.); (П3./М6.); (П3./М7.); (П3./М8.); (П3./М10.); (П3./М11.)  (П4./М8.); (П4./М10);  (П5./М1.); (П5./М6.); (П5./М10.); | (С1./М7.); (С1./М8.); (С1./М9.);  (С2./М2.); (С2./М4.); (С2./М10); (С2./М11.); (С2./М12);  (С3./М1.); (С3./М8)  (С4./М5.); (С4./М6.); (С4./М7.); (С4./М8); (С4./М10); (С4./М11.); (С4./М12.);  (С5./М9.); |
| ЗАКАНИ (*З*) - | (*З* 1./П3.);  (*З* 2./П1.);  (*З* 3./1.5.);  (*З* 4./П2.); | (*З* 1./С1.);  (*3* 2./С1.);  (*З* 3./С3.);  (*З* 4./С3.); |

Вкрстувањето на интерните слабости со надворешните можности (С/М) треба создаде опции кои ќе дадат позитивна рамка и веројатност дека со помош на надворешните фактори барем делумно ќе се решаваат слабостите (ќелија горе десно во табела). На ова поле треба особено да се работи и да се приоритизираат активностите сместени во вкрстувањето, зошто, кај неразвиени туристички дестинации, вообичаено клучните фактори за успех за развој на туризмот се во полето на слабости. Третото вкрстување е на заканите со предностите (З/П), нешто на што треба да се внимава, зошто може да биде пречка во внесувањето на целосен капацитет на развојот. Акциите кои се аплицираат треба да ја намалат опасноста од губењето на ефектот на силните страни на туристичкиот развој. Вкрстувањето на заканите со слабостите (З/С) се смета како најнеповолна состојба во ситуационата анализа. Акциите кои се предвидуваат можат само да предизвикаат намалување на негативните надворешни дејства и евентуално избегнување на последиците врз слабите страни. Овие активности не се во приоритетните зошто нивната тежина не може силно да влијае врз развојот на туризмот на подрачјето.

### 5.2.2. TOWS анализа врз основа на податоците на SWOT анализата

На крајот, во табелите бр. 26,27,28,29, се анализираат активностите кои се резултат на специфичните цели и мерките кои се неопходни за да се постигне општата цел за развој на туризмот во Општина Куманово. Така, секоја активност се става во контекст со некое вкрстување на факторите. На тој начин се прави усогласување на поврзаноста на надворешните и внатрешните фактори и се одредуваат активности кои ќе генерираат опции за максимизирање на позитивните или минимизирање на негативните ефекти од факторите во анализите SWOT/TOWS, притоа, поставувајќи релации меѓу надворешните фактори, внатрешните фактори и предвидените активности. Секако, секоја активност (колона 3) е поврзана со конкретни релации на предностите, слабостите, можностите и заканите, но тоа не значи дека таа може да делува само во конкретната поставена врска. Таа може да се јави и кај другите вкрстувања, но заради поедноставување на моделот, за секоја активност одредена е приоритетната релација каде таа ќе имплицира значајни резултати.

Табела бр. 26 TOWS анализа предности/можности/мерки и активности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Внатрешни фактори – предности (П) | Надворешни фактори-можности (М) | Мерки (со број од акционен план)/активности |
| П1. ДОБРА ПРИСТАПНОСТ  (П1./М1.); | М1. ИНВЕСТИЦИИ ВО ИНФРАСТРУКТУРАТА | 3.1. Користење на локации на транзитните коридори за продажба на локални производи |
| П2. КУМАНОВО – УРБАН ЦЕНТАР НА РЕГИОНОТ  (П2./М2.); (П2./М3); (П2./М5); (П2./М7.); (П2./М8.); (П2./М10.); (П2./М11.); | М2. ФИНАНСИСКА ПОДДРШКА (бизнис аспекти) | 3.2. Донесување на Програма за вклучување на бизнис секторот во застапени видови на туризам  3.2. Програма за финансиска поддршка за настани и манифестации |
| М3. ГРАДСКИОТ (УРБАН) ТУРИЗАМ ИМА ОСНОВА ВО СТРАТЕШКИТЕ ОПРЕДЕЛБИ | 3.1. Договори за заеднички туристички производи меѓу Скопје и Куманово |
| М5. ПОСТОЕЊЕ НА ЕДУКАТИВНИ ПРОГРАМИ ВО ТУРИЗМОТ | 1.3. Одржување на трибини и стручни собири со проблематиката од областа на стандардизацијата на услугите во угостителството  1.3. Организирање на натпревари од областа на угостителството  1.3. Водење кампања и обуки за уредување на дворните места во населените и туристичките места |
| М7. АКТИВНА НАЦИОНАЛНА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗИРАНОСТ И АДМИНИСТРАЦИЈА (НТА) И ЈАВНА И ДРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЈА (ЈиДА) | 2.2. Склучување на договори со други општини, региони и земји за соработка во областа на туризмот  2.2. Склучување на договори со НТА и канцелариите на подрачните министерства ЈиДА |
| М8. СООДВЕТНО СТРУКТУРИРАНА ЛЕГИСЛАТИВА - АКТИ И ДОКУМЕНТИ | 1.2. Донесување програма за урбана опрема |
| М10. ПОВРЗУВАЊЕ ВО ПОШИРОКИ ТЕМАТСКИ ПРОИЗВОДИ ВО СИПР | 3.2. Презентација на можностите за бизнис активности за туризам во Куманово и СИПР |
| М11. ПОДДРШКА НА ТУРИСТИЧКАТА ПОСЕТЕНОСТ | 1.3. Доделување на награда за најдобро уредено дворно место |
| П3. ПРИРОДНИ ВРЕДНОСТИ КОИ ОВОЗМОЖУВААТ ДИФЕРЕНЦИЈАЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ  Бислимска клисура  Спортски аеродром  Кумановска бања  Кумановска Котлина  Река Пчиња  (П3./М2.); (П3./М5.); (П3./М6.); (П3./М7.); (П3./М8.); (П3./М10.); (П3./М11.) | М2. ФИНАНСИСКА ПОДДРШКА (бизнис аспекти) | 3.2. Програма за спроведување на субвенционирањето на бизнисите во туризмот во рурални средини  3.3. Донесување на годишни програми за користење на средствата од туристичката такса |
| М5. ПОСТОЕЊЕ НА ЕДУКАТИВНИ ПРОГРАМИ ВО ТУРИЗМОТ | 1.3. Спроведување програми за перманентно образование и усовршување |
| М6. КОРИСТЕЊЕ НА ИСКУСТВАТА И ВМРЕЖУВАЊЕ СО ВЕЌЕ ЕТАБЛИРАНИ ТУРИСТИЧКИ ДЕСТИНАЦИИ | 3.1. Вмрежување во системи на бањски туризам |
| М7. АКТИВНА НАЦИОНАЛНА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗИРАНОСТ И АДМИНИСТРАЦИЈА (НТА) И ЈАВНА И ДРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЈА (ЈиДА) | 1.2. Воведување на еко стандарди во еко сместувачки капацитети |
| М8. СООДВЕТНО СТРУКТУРИРАНА ЛЕГИСЛАТИВА - АКТИ И ДОКУМЕНТИ | 1.2. Донесување на Програма за подигнување на квалитетот на застапените видови на туризам |
| М10. ПОВРЗУВАЊЕ ВО ПОШИРОКИ ТЕМАТСКИ ПРОИЗВОДИ ВО СИПР | 3.1. Вмрежување на Бислимска Клисурата и спортскиот аеродром со локации за активен туризам |
| М11. ПОДДРШКА НА ТУРИСТИЧКАТА ПОСЕТЕНОСТ | 4.2. Изработка на печатен и електронски промотивен материјал |
| П4. ПОВРЗАНОСТ НА КУМАНОВО СО КОКИНО  (П4./М8.); (П4./М10); | М8. СООДВЕТНО СТРУКТУРИРАНА ЛЕГИСЛАТИВА - АКТИ И ДОКУМЕНТИ | 3.1. Донесување на Прирачник за сертификација на туристички стоки и услуги за посетителите на Кокино |
| М10. ПОВРЗУВАЊЕ ВО ПОШИРОКИ ТЕМАТСКИ ПРОИЗВОДИ ВО СИПР | 3.1. Креирање на туристички производ на мегалитските опсерватории на тема: Културни пејзажи |
| П5. УЧЕСТВО ВО МЕЃУНАРОДНИ ПРОГРАМИ ЗА ТУРИЗАМ  (П5./М1.); (П5./М6.); (П5./М10.); | М1. ИНВЕСТИЦИИ ВО ИНФРАСТРУКТУРАТА | 1.2. Поддршка за учество во меѓународни проекти за уредување и опремување на туристичките локалитети |
| М6. КОРИСТЕЊЕ НА ИСКУСТВАТА И ВМРЕЖУВАЊЕ СО ВЕЌЕ ЕТАБЛИРАНИ ТУРИСТИЧКИ ДЕСТИНАЦИИ | 1.1. Воспоставување на соработка со развиените туристички дестинации |
| М10. ПОВРЗУВАЊЕ ВО ПОШИРОКИ ТЕМАТСКИ ПРОИЗВОДИ ВО СИПР | 1.1. Аплицирање и реализација на програми за туризам |

Табела бр. 27 TOWS анализа сланости/можности/мерки и активности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Внатрешни фактори – слабости (С) | Надворешни фактори-можности (М) | Мерки/Активности |
| С1. ОРГАНИЗАЦИСКИ И ИЗВРШНИ КАПАЦИТЕТИ (ДМО)  (С1./М2.); (С1./М7.); (С1./М8.); | М2. ФИНАНСИСКА ПОДДРШКА | 2.2. Воспоставување на информатичка платформа со чинителите на туризмот по вертикална и хоризонтална основа (веб страна, социјални медиуми) |
| М7. АКТИВНА НАЦИОНАЛНА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗИРАНОСТ И АДМИНИСТРАЦИЈА (НТА) И ЈАВНА И ДРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЈА (ЈиДА) | 2.1. Одржување на трибина со засегнатите страни за формирање на ДМО  2.1. Организирање на обуки за подобрување на успешноста при аплицирање на проекти  2.2. Организирање на кампањи и промоција за поттикнување на претприемништвото во туризмот и угостителството преку ИТ  3.3. Организирање на кампањи и промоции за привлекување на инвестиции од областа на угостителството |
| М8. СООДВЕТНО СТРУКТУРИРАНА ЛЕГИСЛАТИВА - АКТИ И ДОКУМЕНТИ | 2.1. Донесување на статутарни одлуки и акти за формирање на ДМО  2.1.Донесување Програма за кадровско структурирање на менаџирањето со одржливиот развој на туризмот, подобрувањето на анимациите и туристичкото водење |
| С2. БИЗНИС КАПАЦИТЕТИ  (С2./М2.); (С2./М4.); (С2./М10); (С2./М11.); (С2./М12); | М2. ФИНАНСИСКА ПОДДРШКА | 1.2. Поддршка на субвенции за користење на греење со намалено загадување на воздухот |
| М4. ВО СТРАТЕШКИТЕ ДОКУМЕНТИ ТУРИЗМОТ Е СО ПРИОРИТЕТНО ЗНАЧЕЊЕ ВО ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ | 1.3. Организирање на кампања за значењето на туризмот во економскиот развој  2.2. Спроведување на кампања за можностите за вклучување на локалното население во определени бизнис активности |
| М10. ПОВРЗУВАЊЕ ВО ПОШИРОКИ ТЕМАТСКИ ПРОИЗВОДИ ВО СИПР | 3.2. Склучување договори за формирање на кластери и алијанси |
| М11. ПОДДРШКА НА ТУРИСТИЧКАТА ПОСЕТЕНОСТ | 2.1. Донесување Програма за поддршка на домашен туризам  2.1. Донесување програма за справување на туризмот во општината со ковид-19 |
| М12. КОРИСТЕЊЕ НА ОНЛАЈН РЕЗЕРВАЦИИ | 4.1. Воспоставување на систем за онлајн резервации, креирање на сајт (платформа) со понуда на услуги на туристичкиот пазар |
| 3. НЕДОВОЛНА ИЗГРАДЕНОСТ, УРЕДЕНОСТ И ОПРЕМЕНОСТ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ЛОКАЦИИ  (С3./М1.); (С3./М8) | М1. ИНВЕСТИЦИИ ВО ИНФРАСТРУКТУРАТА | 1.1. Поставување на сигнализација и визуализација за движење кон и во постојните туристички локалитети и објекти |
| М8. СООДВЕТНО СТРУКТУРИРАНА ЛЕГИСЛАТИВА - АКТИ И ДОКУМЕНТИ | 1.1. Изработка на просторно-планска документација за туристички локалитети (постојни и нови)  1.1. Изработка на планска документација за сообраќајно поврзување на населените места и туристичките локалитети  1.1. Изработка на просторно-планска документација за партерното хортикултурно уредување на населените места и туристичките локации во општината |
| С4. ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ  (С4./М5.); (С4./М6.); (С4./М7.); (С4./М8); (С4./М10); (С4./М11.); (С4./М12.); | М5. ПОСТОЕЊЕ НА ЕДУКАТИВНИ ПРОГРАМИ ВО ТУРИЗМОТ | 3.3. Обуки за креирање на туристички аранжмани |
| М6. КОРИСТЕЊЕ НА ИСКУСТВАТА И ВМРЕЖУВАЊЕ СО ВЕЌЕ ЕТАБЛИРАНИ ТУРИСТИЧКИ ДЕСТИНАЦИИ | 4.2. Организирање на иницијативни аранжмани за новинари и туроператори |
| М7.АКТИВНА НАЦИОНАЛНА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗИРАНОСТ И АДМИНИСТРАЦИЈА (НТА) И ЈАВНА И ДРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЈА (ЈиДА) | 4.1. Донесување на годишна програма за настап на туристички пазари  4.1. Изработка на програма за маркетинг активности во општината  4.2. Донесување на акт за имиџ и бренд на туристичка дестинација во согласност со Стратегијата  4.2. Донесување на годишна програма на промотивни активности во туризмот  4.2. Користење на мас-медиуми за промоција |
| М8. СООДВЕТНО СТРУКТУРИРАНА ЛЕГИСЛАТИВА - АКТИ И ДОКУМЕНТИ | 1.1. Програми за уредување на Бислимска клисура и аеродромот за адреналински форми туризам  1.1. Програми за Уредување на коритата и бреговите на Кумановска Река и Пчиња  1.1. Програми за уредување и одржување на постојните патеки  1.1. Изработка на планска документација за нови планинарски, пешачки, трим патеки  3.3. Донесување на Програма за Туристички производи како развојна категорија  3.3. Доделување награда и признание за најдобро креиран туристички производ |
| М10. ПОВРЗУВАЊЕ ВО ПОШИРОКИ ТЕМАТСКИ ПРОИЗВОДИ ВО СИПР | 3.1. Склучување на договори за соработка за нови содржини во туристичките производи  4.1. Усогласување на календари на фестивали и настани |
| СЛАБО НИВО НА АНАЛИТИЧКИ ПРИСТАП ВО ТУРИЗМОТ  (С5./М9.); | М9. ДОСТАПНОСТ НА БАЗИ НА ПОДАТОЦИ | 1.2. Структурирање на Одделение за обработка и анализа на податоци од разни извори |

Табела бр. 28 TOWS анализа закани/прености/мерки и активности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Надворешни фактори – закани (*З*) | Внатрешни фактори – предности (П) | Мерки/активности |
| *З* 1. ГЛОБАЛНА ЗАКАНА ОД ВИРУСОТ КОВИД-19  (*З* 1./П3.); | П3. ПРИРОДНИ ВРЕДНОСТИ КОИ ОВОЗМОЖУВААТ ДИФЕРЕНЦИЈАЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ | 3.2. План за користење на природните и рецептивните ресурси во функција на здравствените потреби на населението |
| *З* 2. ВИСОКА КОНКУРЕНТНОСТ  (*З* 2./П1.); | П1. ДОБРА ПРИСТАПНОСТ | 3.3. Склучување на договори со други општини, региони и земји за инвестиции во на туризмот |
| *З* 3. ВИСОКИ СТАНДАРДИ  (*З* 3./1.5.); | П5. УЧЕСТВО ВО МЕЃУНАРОДНИ ПРОГРАМИ ЗА ТУРИЗАМ | 1.2. План за подигање на нивото на квалитет во постојните угостителски објекти  1.2. Изработка на физибилити студија против загадувањето на воздухот  1.2. Изработка на проект за санација на отпадни води |
| З 4. НЕКОНТРОЛИРАНА ГРАДБА  (*З* 4./П2.); | П2. КУМАНОВО – УРБАН ЦЕНТАР НА РЕГИОНОТ | 1.1. Изработка на физибилити студија за состојбата на туристичките локалитети и туристичките потреби  1.2. Донесување на Програма за стандардизација и категоризација на туристичка инфраструктура во застапените видови на туризам  1.2. Изработка на планска документација за уредување и користење на паркинг простор  1.2. Изработка на правилници за користење на просторот и туристичките активности во согласност со современите стандарди за квалитет |

Табела бр. 29 TOWS анализа закани/слабости/мерки и активности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Надворешни фактори – закани (*З*) | Внатрешни фактори – слабости (С) | Мерки/активности |
| *З* 1. ГЛОБАЛНА ЗАКАНА ОД ВИРУСОТ КОВИД-19  (*З* 1./С1.); | С1. ОРГАНИЗАЦИСКИ И ИЗВРШНИ КАПАЦИТЕТИ (ДМО) | 3.2. Донесување на Програма за доделување финансиски средства за поддршка на бизнис секторот во услови на непогоди (пандемии, невремиња, земјотреси итн.) |
|  | С2. БИЗНИС КАПАЦИТЕТИ | 4.1. Донесување на декларација за ценовна политика во туризмот и приспособена политика на услугите кон заканата од ковид-19 |
| *З* 3. ВИСОКИ СТАНДАРДИ  (*З* 3./С3.); | С3. НЕДОВОЛНА ИЗГРАДЕНОСТ, УРЕДЕНОСТ И ОПРЕМЕНОСТ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ЛОКАЦИИ | 3.3. Административна поддршка во обезбедувањето на инвестиции во туризмот |
| З 4.НЕКОНТРОЛИРАНА ГРАДБА  (*З* 4./С3.); | С3. НЕДОВОЛНА ИЗГРАДЕНОСТ, УРЕДЕНОСТ И ОПРЕМЕНОСТ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ЛОКАЦИИ | 3.3. Донесување инвестициски програми за туризмот и угостителството |

### 5.2.3. Статистички модел на раст

Во табела 12 се дадени вредностите по години за пристигнати странски туристи и остварени ноќевања. За истата табела направен е графички приказ – Графикон 1. Од дадените вредности, но и врз основа на дополнителна статистичка анализа на податоците, заклучено е дека дадената серија нема дефиниран тренд, односно е серија со случаен од. За таквите серии не е можно креирање на статистички модел на серијата кој би овозможил предвидување (проектирање) на идните вредности на серијата под непроменети услови. Оваа година се променија и условите во кои функционира секторот туризам. Според тоа, и да беше можно креирање на статистички модел на серијата, тој немаше да биде валиден за предвидување на идни вредности поради структурната промена на условите во кои (не)фунционира туризмот оваа година. Од сето претходно кажано, не е креиран статистички валиден модел на сериите на пристигнати туристи и остварени ноќевања.

# 6. План за евалуација и мониторинг на стратешките цели и индикатори

## 6.1. SWOT анализа за стратегијата за туризам на Општина Куманово

SWOT анализата е алатката преку која што се дефинираат појдовните основи за планирање, односно тоа е ситуациона анализа на внатрешните фактори и надворешните услови во кои треба да се проектира развојот на туризмот. Таа ја дава основата на која се надоградуваат другите техники на планирање и предвидување на развојот на туризмот во конкретниот простор. Предностите (П) и слабостите (С) се внатрешните фактори на системот, а нивното опкружување го дефинираат можностите (М) и заканите (З) како надворешни фактори. Често како комплементарна алатка на SWOT е TOWS, односно матрица која ги анализира вкрстувањата на внатрешните со надворешните фактори, во комбинации кои значат создадени претпоставки за добри предности во услови на надворешни можности (П/М), или пак детектирани слабости со можност да бидат подобрени заради позитивните можности од надвор (С/М), или обратно предностите да бидат во опасност заради надворешните закани (П/З), а како најнеповолна варијанта е просторот каде делуваат внатрешните слабости и надворешните закани (З/С). Во продолжение следи SWOT анализата.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Предности (П) | Слабости (С) | Можности (М) | Закани (З) |
| * 1. ДОБРА ПРИСТАПНОСТ – близина на два сообраќајни коридори 10 (Е-75) и 8 (Е-871), близина на меѓународен аеродром, железница;   2. КУМАНОВО – УРБАН ЦЕНТАР НА РЕГИОНОТ со концентрација на активности, настани, манифестации и споменици на културата, и разновидност на културните традиции;   3. ПРИРОДНИ ВРЕДНОСТИ КОИ ОВОЗМОЖУВААТ ДИФЕРЕНЦИЈАЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ Бислимска клисура – атрактивен простор; Спортски аеродром, Кумановска бања – здравствен и велнес туризам, Кумановска котлина – расположливо земјоделско земјиште и река Пчиња – добра хидрографија;   4. ПОВРЗАНОСТ НА КУМАНОВО СО КОКИНО;   5. УЧЕСТВО ВО МЕЃУНАРОДНИ ПРОГРАМИ ЗА ТУРИЗАМ (IPA-CBC и др.). | * 1. ОРГАНИЗАЦИСКИ И ИЗВРШНИ КАПАЦИТЕТИ (ДМО);      + Нема ДМО (дестинациска менаџмент организација);      + Не постои лидерска структура во туризмот која би обезбедила легитимитет, авторитет и одговорност за туристичкиот развој на општината;      + Не постои адекватна управувачка структура која би обезбедила консултации со сите засегнати страни во насока на развивање на јавно-приватно партнерство, инклузивен развој.      + нема стратешки документ за туристички развој;      + недоволна административна активност и зачленување во специјализираните асоцијации и здруженија за туризам;      + недоволна вклученост на јавниот сектор во развојните политики;      + ниско ниво на менаџирање на процесите во туризмот (нема координација меѓу јавниот, приватниот и невладиниот сектор);   2. БИЗНИС КАПАЦИТЕТИ;      + минимално учество на градот и регионот во туризмот на национално ниво;      + недоволна конкурентност во однос на соседните региони од другите држави;      + недоволни маркетинг и промоција на туризмот во општината;   3. НЕДОВОЛНА ИЗГРАДЕНОСТ, УРЕДЕНОСТ И ОПРЕМЕНОСТ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ЛОКАЦИИ во функција на реализација на категоризацијата во туристичката дејност;   4. ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ;      + ниско ниво креирање на туристички производи;      + краток престој на туристите во општината;      + ниско ниво на вмрежување на засегнатите страни во туристички кластери и алијанси      + дисбаланс во бројот на домашни со странски туристи   5. СЛАБО НИВО НА АНАЛИТИЧКИ ПРИСТАП ВО ТУРИЗМОТ, нема традиција за употреба на R&D во туризмот; | * 1. ИНВЕСТИЦИИ ВО ИНФРАСТРУКТУРАТА (патната и друга инфраструктура);   2. ФИНАНСИСКА ПОДДРШКА од фондови и владин сектор (бизнис аспекти)   3. ГРАДСКИОТ (УРБАН) ТУРИЗАМ ИМА ОСНОВА ВО СТРАТЕШКИТЕ ОПРЕДЕЛБИ на разни нивоа;   4. ВО СТРАТЕШКИТЕ ДОКУМЕНТИ ТУРИЗМОТ Е СО ПРИОРИТЕТНО ЗНАЧЕЊЕ ВО ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ на ниво на држава или регион;   5. ПОСТОЕЊЕ НА ЕДУКАТИВНИ ПРОГРАМИ ВО ТУРИЗМОТ (домашни и меѓународни);   6. КОРИСТЕЊЕ НА ИСКУСТВАТА И ВМРЕЖУВАЊЕ СО ВЕЌЕ ЕТАБЛИРАНИ ТУРИСТИЧКИ ДЕСТИНАЦИИ на национално и меѓународно ниво кои се во близина на Куманово;   7. АКТИВНА НАЦИОНАЛНА ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗИРАНОСТ И АДМИНИСТРАЦИЈА (НТА) И ЈАВНА И ДРЖАВНА АДМИНИСТРАЦИЈА (ЈиДА) во функција поддршка во туристичкиот развој, (организациски аспекти);   8. СООДВЕТНО СТРУКТУРИРАНА ЛЕГИСЛАТИВА АКТИ И ДОКУМЕНТИ од областа на туризмот и угостителството и други области и гранки;   9. ДОСТАПНОСТ НА БАЗИ НА ПОДАТОЦИ за вршење на соодветни анализи на локално, регионално и национално ниво;   10. ПОВРЗУВАЊЕ ВО ПОШИРОКИ ТЕМАТСКИ ПРОИЗВОДИ ВО СИПР, изработен Регистер за потенцијалите на руралниот туризам во СИПР и други документи во функција на туризмот;   11. ПОДДРШКА НА ТУРИСТИЧКАТА ПОСЕТЕНОСТ (Субвенционирање);   12. КОРИСТЕЊЕ НА ОНЛАЈН РЕЗЕРВАЦИИ | * 1. ГЛОБАЛНА ЗАКАНА ОД ВИРУСОТ КОВИД-19;   2. ВИСОКА КОНКУРЕНТНОСТ на веќе развиените туристички дестинации;   3. ВИСОКИ СТАНДАРДИ кои треба да се постигнат за да се развиваат одредени видови на туризам;   4. НЕКОНТРОЛИРАНА ГРАДБА на атрактивните простори. |

## 6.2. Мисија, визија и стратешки цели

|  |
| --- |
| **МИСИЈА** |
| Мисијата на туризмот е да го облагороди просторот со внесување на содржини кои ќе бидат во функција на економскиот развој, а истовремено ќе биде во функција на заштита на животната средина, и ќе ги чува културните идентитети и традиции на локалните жители. |

|  |
| --- |
| **ВИЗИЈА** |
| Општина Куманово има изградено туристички имиџ и јасен бренд кои се дел од конкурентна туристичка понуда на меѓународниот и домашниот туристички пазар. |

|  |
| --- |
| **ОПШТА ЦЕЛ** |
| Општината Куманово да е препознатлива по селективноста на туризмот. Тој ќе биде поттикнувачки фактор на стопанскиот и општествениот развој и ќе го подобри квалитетот на живот во општината. |

|  |
| --- |
| **СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР.1 (ТУРИСТИЧКИ ЛОКАЛИТЕТИ)** |
| Мапирање и креирање и подобрување на условите и пристапноста на на туристички локации кои ќе имаат основа во развојните програми и планови за развој на туризмот, унапредување на процесот на квалитетот преку стандардизација и категоризација на туристичките локации и унапредување на човечките ресурси |

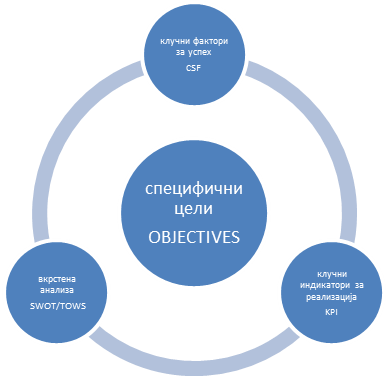
|  |
| --- |
| **СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР. 2 (ДЕСТИНАЦИСКА МЕНАЏМЕНТ ОРГАНИЗАЦИЈА)** |
| Формирање на ДМО преку донесување на правна регулатива, вмрежување и користење на ИТ, споделување на знаењата и ресурсите на засегнатите страни во рамките на интегрирана целина |

|  |
| --- |
| **СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР.3. (ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ)** |
| Унапредување на квалитетот и бројноста на сместувачките капацитети и туристичките производи зголемување на бројот на туристи и ноќевања, туристичката потрошувачка, отвореноста за инвестиции и подобрување на бизнис климата. |

|  |
| --- |
| **СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ БР.4 (ТУРИСТИЧКИ ПАЗАР)** |
| Подигнување на конкурентната способност на туризмот во Куманово низ соработка на меѓу-општинско и национално ниво и активен однос во настапот на туристичкиот пазар и унапредување на промотивните активности |

График бр 6: Мисија визија и цели

За да се направи квалитетен модел на евалуација и мониторинг треба да се постават клучните врски во системот на планирање. На тој начин ќе бидеме во можност да ја следиме поставеноста и релациите на неговите елементи. Затоа, ако клучните фактори за успех (Critical Success Factors-CSF) ги одредуваат специфичните цели (objectives-OBJ) кои завршуваат со дефинирање на мерки и активности, тогаш клучните индикатори за реализација (Key Performance Indicators-KPI) се елементите кои ги даваат податоците за мониторинг односно квантитативна проценка. Во тој систем најважен елемент е евалуацијата, односно квалитативната проценка, која се темели на ситуационата анализа и очекуваните резултати од мерките и активностите.



МЕРКИ И АКТИВНОСТИ

ОЧЕКУВАНИ РЕЗУЛТАТИ

ЕВАЛУАЦИЈА

МОНИТОРИНГ

График бр. 7: Поврзаност на елементите во системот на планирање

Моделот за евалуација и мониторинг во табелите подолу во прилог, се заснова врз моделот на акциониот план и подетално ја вреднува реализацијата на секоја активност и тоа преку задолженијата за координација и супервизија на секоја активност (колона 2), потоа се врши проценка на факторите за успех и ризик (колона 3). Секоја акција од специфичните цели и мерки ќе се спроведува во рамките на ситуационата база (SWOT/TOWS) и можноста за нејзино успешно или неуспешно изведување во дел ќе зависат и од факторите кои делуваат во конкретната дестинација. Затоа во оваа табелата во колона 3 се даваат вкрстувањата и тоа маркирани со зелена ( предности со можности, П/М), со жолта (слабости со можности С/М, закани со предности З/П), и црвена боја (закани со слабости, З/С) како индикатори за успех или ризик при спроведувањето на секоја акција. Вкрстувањето (SWOT/TOWS) е извршено во делот 6.2. Приоритизација на мерки и активности и утврдување на модел на раст (табели бр. 25-29), додека нумерацијата на П-С-М-З е дадена според нивните броеви во SWOT анализата. Индикаторите за успех (колона 4) се преземени од акциониот план, додека после нив следува колоната 5 за очекувани резултати. Ова е најважниот дел од евалуацијата на активностите, зошто преку очекуваните резултати ќе се вреднува реалниот придонес на секоја активност во остварувањето на мерките и стратешките цели.

ТАБЕЛИ ЗА МОДЕЛИ ЗА ЕВАЛУАЦИЈА И МОНИТОРИНГ

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мерка 1.1.  Мапирање на постоечки и креирање на нови туристички локации според програмите и плановите за развој на туризмот | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Изработка на физибилити студија за состојбата на туристичките локалитети и туристичките потреби | 11.2 ЛEР | (*З* 4./П2.); | Усвоена Физибилити студија | Подобрената атрактивноста на локалитетите и задоволување на потребите |
| Изработка на просторно-планска документација за туристички локалитети (постојни и нови) | 5. Сектор за урбанизам | (С3./М8) | Усвоена Урбанистичка планска документација УПД | Уредени и опремени постојни и нови туристички локалитети и вклучени во туристичката понуда |
| Поставување на сигнализација и визуализација за движење кон и во постојните туристички локалитети и објекти | 6.1. Сектор за комунални работи | (С3./М1.); | Ставена во функција сигнализација | Олеснета локациска, атарктивна и рецептивна ориентација и аранжманска и водичка реализација |
| Изработка на планска документација за сообраќајно поврзување на населените места и туристичките локалитети | 6. Сектор за комунални работи | (С3./М8) | Изработен проект за сообраќајно решение | Подобрена пристапност и движење во просторот |
| Изработка на просторно-планска документација за партерното хортикултурно уредување на населените места и туристичките локации во општината | 6. Сектор за комунални работи | (С3./М8) | Усвоена планска документација | Хуманизиран простор за престој на туристите и подобрен квалитет на живот на домицилното население |
| Програми за уредување на Бислимска клисура и аеродромот за адреналински форми туризам | 11.2. ЛЕР | (С4./М8); | Усвоена програма | Уреден туристички центар Бислимска Клисура и аеродромот како центар за воздухопловни адреналински форми туризам |
| Програми за Уредување на коритата и бреговите на Кумановска Река и Пчиња | 6. Сектор за комунални работи | (С4./М8); | Усвоена програма | Уредено крајбрежно шеталиште и простор за туристички речни активности |
| Програми за уредување и одржување на постојните патеки | 6. Сектор за комунални работи | (С4./М8); | Усвоена програма | Подобрена туристичка атрактивност на постојните патеки |
| Изработка на планска документација за нови планинарски, пешачки, трим патеки | 6.Сектор за комунални работи | (С4./М8); | Усвоена планска документација | Изградени и опремени нови планинарски, пешачки, трим патеки |
| Аплицирање и реализација на програми за туризам | 11.2. ЛЕР | (П5./М10.); | Број на апликации и добиени проекти | Добиени финансиски средства и логистика за подобрување на туристичката понуда |
| Воспоставување на соработка со развиените туристички дестинации | 11.2. ЛЕР | (П5./М6.) | Број на склучени договори | Реализирана заедничка туристичка понуда со развиени туристички дестинации |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мерка 1.2.  Унапредување на квалитетотна објектите, опремата и уреденоста на туристичките локации | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех |  |
| Донесување на Програма за подигнување на квалитетот на застапените видови на туризам (транзитен, урбан, активен спортски, бањнски и рурален) | 11.2. ЛЕР | (П3./М8.); | Донесена програма | Подобрена конкурентност на застапените туристички видови |
| Донесување на Програма за стандардизација и категоризација на туристичка инфраструктура во застапените видови на туризам | 11.2. ЛЕР | (*З* 4./П2.) | Донесена програма | Стандардизирани видови туризам кои можат да се подржуваат и врз таа основа да се потпишуваат договори за користење услуги |
| Изработка на правилници за користење на просторот и туристичките активности во согласност со современите стандарди за квалитет | 11.2. ЛЕР | (*З* 4./П2.) | Донесени правилници | Основа регулирани односи усогласени со современите стандарди за квалитет |
| Донесување програма за урбана опрема | 5. Сектор урбанизам | (П2./М8.) | Донесена програма,  Склучени договори за закуп | Рационално користење на урбаниот простор |
| Изработка на планска документација за уредување и користење на паркинг простор | 6. Сектор за комунални работи | (*З* 4./П2.) | Изработен проект за сообраќајно решение на паркинзи | Избегнување на проблеми во врска со користењето на паркинг просторот |
| Изработка на физибилити студија против загадувањето на воздухот | 6. Сектор за комунални работи | (*З* 3./П5.) | Усвоена Физибилити студија | Намалено загадување на воздухот |
| Изработка на проект за санација на отпадни води | 6. Сектор за комунални работи | (*З* 3./П5.) | Усвоен проект | Намалено загадување со отпадни води |
| Поддршка за учество во меѓународни проекти за уредување и опремување на туристичките локалитети | 11.2. ЛЕР | (П5./М1.) | Број на апликации и добиени проекти | Подигната на повисоко ниво атрактивноста на туристичките локалитети со добиена меѓународна финансиска и логистичка поддршка |
| Воведување на еко стандарди во еко сместувачки капацитети | 11.2. ЛЕР | (П3./М7.) | Број на одржани обуки | Подобрена конкурентност во сферата на екологијата на туристичкиот пазар |
| Поддршка на субвенции за користење на греење со намалено загадување на воздухот | 6. Сектор за комунални работи | (С2./М2.) | Број на доделени субвенции | Намалено загадување на воздухот и рентабилно работење на објектите |
| План за подигање на нивото на квалитет во постојните угостителски објекти | 11.2. ЛЕР | (*З* 3./П5.) | Донесен план | Развиена конкурентност на постојните угостителски објекти |
| Мерка 1.3.  Обуки населението за застапени видови на туризам | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех |  |
| Организирање на кампања за значењето на туризмот во економскиот развој | 11.2. ЛЕР | (С2./М4.) | Број на настани и учесници | Унапредена прифатливоста на развојот на туризмот како стопанска дејност и бизнис категорија |
| Спроведување програми за перманентно образование и усовршување | 7. Сектор за образование | (П3./М5.) | Број на настани, учесници и издадени сертификати | Подобрување на квалитетот на услугите од страна на пообразовани даватели на услуги |
| Одржување на трибини и стручни собири со проблематиката од областа на стандардизацијата на услугите во угостителството | 11.2. ЛЕР | (П2./М5) | Број на одржани трибини | Разменети знаења и искуства и прифатено значењето на стандардизацијата на услугите во угостителството |
| Организирање на натпревари од областа на угостителството | 11.2. ЛЕР | (П2./М5) | Број на одржани натпревари и доделени дипломи и признанија | Подигнување на квалитетот на услугите и поттикнување на натпреварувачки дух |
| Водење кампања и обуки за уредување на дворните места во населените и туристичките места | 6. Сектор за комунални работи | (П2./М5) | Број на одржани настани | Добиени знаења и вештини на домицилното население за уредување на дворните места во населените и туристичките места |
| Доделување на награда за најдобро уредено дворно место | 6. Сектор за комунални работи | (П2./М11.) | Број на одржани натпревари и доделени дипломи и признанија | Стимулирање на локалното население за уредување на дворните места како дел од вкупната уреденост на општината |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мерка 2.1.  ДМО институционална и правна рамка | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Одржување на трибина со засегнатите страни за формирање на ДМО | 11.2. ЛЕР | (С1./М7.) | Одржана трибина | Подобрен интерес на засегнатите страни за прифатливост на ДМО |
| Донесување на статутарни одлуки и акти за формирање на ДМО | Секретар на општината | (С1./М8.) | Донесени акти за ДМО | Воспоставена правна основа за функционирање на ДМО |
| Формирање кластер за туризам | 11.2 ЛЕР | (С1./М8.) | Формиран кластер | Хоризонтално и вертикално поврзување на засегнати страни |
| Донесување Програма за кадровско структурирање на менаџирањето со одржливиот развој на туризмот, подобрувањето на анимациите и туристичкото водење | 11.2. ЛЕР | (С1./М8.) | Донесена програма | Кадровска консолидација во менаџирањето со одржливиот развој на туризмот, подобрувањето на анимациите и туристичкото водење |
| Структурирање на Одделение за обработка и анализа на податоци од разни извори | Секретар на општината | (С5./М9.) | Формирано одделение | Подобрена компетентност во аналитиката и следењето на развојните процеси |
| Организирање на обуки за подобрување на успешноста при аплицирање на проекти | 11.2. ЛЕР | (С1./М7.) | Број на одржани обуки и доделени сертификати | Перманентно зголемување на бројот на добиени проекти |
| Донесување Програма за поддршка на домашен туризам | 11.2. ЛЕР | (С2./М11.) | Број на доделени субвенции | Пораст на домашниот туристички промет |
| Донесување програма за справување на туризмот во општината со Ковид-19 | 11.2. ЛЕР | (С2./М11.) | Донесена програма | Намалени проблемите од последиците на пандемијата |
| Мерка 2.2.  Вмрежување на засегнатите страни и користење ИТ | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Воспоставување на информатичка платформа со чинителите на туризмот по вертикална и хоризонтална основа (веб страна, социјални медиуми) | 1.4. Одделение за информатичка технологија | (С1./М2.) | Функционална платформа | Унапредена информираноста и комуникативноста за вредностите кои ги има општината и засегнатите страни во платформата |
| Организирање на кампањи и промоција за поттикнување на претприемништвото во туризмот и угостителството преку ИТ | 11.2. ЛЕР | (С1./М7.) | Број на одржани кампањи | Подобрена прифатливоста на претприемништво во туризмот и угостителството |
| Спроведување на кампања за можностите за вклучување на локалното население во определени бизнис активности | 11.2. ЛЕР | (С2./М4.) | Број на одржани кампањи | Зголемен интерес за вклучување на локалното население во определени бизнис активности |
| Склучување на договори со други општини, региони и земји за соработка во областа на туризмот | 11.2. ЛЕР | (П2./М7.) | Број на склучени договори | Комбинирана туристичка понуда со поливалентни карактеристики |
| Склучување на договори со НТА и канцелариите на подрачните министерства ЈиДА | 11.2. ЛЕР | (П2./М7.) | Број на склучени договори | Користење на финансиски и организациски придобивки институции и организации на државно и регионално ниво |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Мерка 3.1.  Подобрување на туристичкиот промет и потрошувачка | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Склучување на договори за соработка за нови содржини во туристичките производи | 11.2. ЛЕР | (С4./М10) | Број на склучени договори | Подобрена конкурентност со вклучени нови содржини во туристичките производи |
| Користење на локации на транзитните коридори за продажба на локални производи | 5. Сектор за урбанизам | (П1./М1.) | Број на склучени договори | Зголемен број на локации за продажба на локални производи |
| Договори за заеднички туристички производи меѓу Скопје и Куманово | 11.2. ЛЕР | (П2./М3) | Број на склучени договори | Зголемен број на посодржајни и заеднички туристички производи |
| Вмрежување во системи на бањски туризам | 11.2. ЛЕР | (П3./М6.) | Број на склучени договори | Афирмација и зголемен интерес за посета и престој во рамките на бањскиот туризам |
| Вмрежување на Бислимска Клисурата и спортскиот аеродром со локации за активен туризам | 11.2 ЛЕР | (П3./М10.) | Број на склучени договори | Афирмација и зголемен туристички промет во рамките на адреналинскиот и активниот туризам |
| Креирање на туристички производи од спортски туризам, според Прорграмата за спорт и рекреативни активности на Општина Куманово | 11.2 ЛЕР | (П3./М10.) | Креирани туристички производи за спортски и активен туризам | Афирмација и зголемен туристички промет во рамки на спортскиот туризам |
| Креирање туристички производи од областа на руралниот туризам | 11.2 ЛЕР | (П3./М10.) | Креирани туристички производи за рурален туризам | Унапредување на видовите туристички прооиводи и зголемена посетеност и престој |
| Креирање на туристички производ на мегалитските опсерватории на тема: Културни пејзажи | 11.2. ЛЕР | (П4./М10) | Развиен туристички производ | Унапреден асортиманот на туристички производи и зголемена посетеност и престој |
| Донесување на Прирачник за Сертификација на туристички стоки и услуги за посетителите на Кокино | 11.2. ЛЕР | (П4./М8.) | Донесен прирачник | Добиени конкретни насоки за потврдување на автохтоноста на туристички стоки и услуги за посетителите на Кокино |
| Мерка 3.2.  Подобрена бизнис клима за туризмот и угостителството | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Презентација на можностите за бизнис активности во туризам во Куманово и СИПР | 11.2. ЛЕР | (П2./М10.) | Презентирани можности | Поактивно вклучување на бизнисмените во користењето на можностите кои ги дава општината и СИПР |
| Склучување договори за формирање на кластери и алијанси | 11.2. ЛЕР | (С2./М10) | Број на склучени договори | Подобрени взаемни интереси во бизнис соработката |
| Програма за спроведување на субвенционирањето на бизнисите во туризмот во рурални средини | 11.2. ЛЕР | (П3./М2.) | Број на доделени субвенции и развиени бизниси | Активирање на бизнис активностите во туризмот во рурални средини |
| Донесување на Програма за вклучување на бизнис секторот во застапени видови на туризам (Транзитен, градски, активен, спортски, рурален, бањски) | 11.2. ЛЕР | (П2./М2.) | Донесена програма | Подобрени бизнис резултати во различни видови туризам |
| Програма за финансиска поддршка за настани и манифестации | 11.2. ЛЕР | (П2./М2.) | Донесена програма | Добиени бизнис резултати од вклучување во настани и манифестации |
| Донесување на Програма за доделување финансиски средства за поддршка на бизнис секторот во услови на непогоди (пандемии, невремиња, земјотреси итн.) | 11.2. ЛЕР | (*З* 1./С1.) | Донесена програма | Зачувување на стабилноста на бизнис секторот |
| План за користење на природните и рецептивните ресурси во функција на здравствените потреби на населението | 11.2. ЛЕР | (*З*1./П3.) | Донесен план | Подобрени услови за превенција, лекување и рехабилитација на домицилното население и туристите |
| Мерка 3.3.  Инвестиции во туризмот и угостителството | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Донесување инвестициски програми за туризмот и угостителството | 11.2. ЛЕР | (*З* 4./С3.) | Донесена програма | Зголемен обем и карактер на инвестиции во туризмот |
| Организирање на кампањи и промоции за привлекување на инвестиции од областа на угостителството | 11.2. ЛЕР | (С1./М7.) | Број на кампањи | Подобрена прифатливоста на инвестициите угостителството |
| Административна поддршка во обезбедувањето на инвестиции во туризмот | 11.2. ЛЕР | (*З* 3./С3.) | Број на решени апликации | Олеснет пристап до обезбедувањето на инвестиции во туризмот |
| Склучување на договори со други општини, региони и земји за инвестиции во туризмот | 11.2. ЛЕР | (*З* 3./П5.) | Број на склучени договори | Проширена инвестициска активност со привлекување инвестиции од со други општини, региони и земји |
| Донесување на годишни програми за користење на средствата од туристичката такса | 11.2. ЛЕР | (П3./М2.) | Степен на реализација на програмата | Наменско користење на туристичката такса во насока на отворање инвестициски активности во недоволно развиени средини |
| Донесување на Програма за туристички производи како развојна категорија | 11.2. ЛЕР | (С4./М8) | Донесена програма | Подобрена инвестициска активност во насока на туристичката селективност во развојот на општината |
| Обуки за креирање на туристички аранжмани | 11.2. ЛЕР | (С4./М5.) | Број на сертификати | Подигнато ниво на знаења за креирање на издржани туристички аранжмани |
| Доделување награда и признание за најдобро креиран туристички производ | 11.2. ЛЕР | (С4./М8) | Доделени награди | Стимулирање на бизнис секторот на унапредување на конкурентноста на туристичките производи |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| МЕРКА 4.1.  Подигнување на процентуалното учество на Куманово во туризмот на регионот и на национално ниво | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Воспоставување на систем за онлајн резервации, креирање на сајт (платформа) со понуда на услуги на туристичкиот пазар | 11.2. ЛЕР | (С2./М12) | Воспоставен систем | Олеснет пристап до деловни субјекти, стоки, услуги и туристички аранжмани |
| Изработка на програма за маркетинг активности во општината | 11.2. ЛЕР | (С4./М7.) | Донесена програма | Унапреден пазарниот карактер на општината и деловните субјекти |
| Донесување на годишна програма за настап на туристички пазари | 11.2. ЛЕР | (С4./М7.) | Донесена програма | Обезбеден конзистентен настап на различни туристички пазари |
| Усогласување на календари на фестивали и настани | 8. Сектор за култура | (С4./М10) | Усогласени календари | Олеснето вклучување на манифестациите и настаните во туристичките производи |
| Донесување на декларација за ценовна политика во туризмот и приспособена политика на услугите кон заканата од Ковид-19 | 11.2. ЛЕР | (*З* 1./С1.) | Донесена декларација | Избалансирана цена на производите и услугите |
| Мерка 4.2.  Промотивни активности | | | | |
| Активности | Координатор и супервизор на активноста | Претпоставки (фактори за успех и ризици) според TOWS | Индикатори за успех | Очекувани резултати |
| Донесување на акт за имиџ и бренд на туристичка дестинација во согласност со Стратегијата | 11.2. ЛЕР | (С4./М7.) | Донесени акти за имиџ и бренд | Подигнато нивото на препознатливоста на општината како туристичка дестинација |
| Донесување на годишна програма на промотивни активности во туризмот | 11.2. ЛЕР | (С4./М7.) | Донесена програма | Обезбедена интензива промотивна дејност |
| Формирање на Туристички информативен центар | 11.2 ЛЕР | (С4./М11.) | Формиран функционален Туристички информативен центар | Подобрена информираност, промотивност и дистрибуција на информации |
| Изработка на печатен и електронски промотивен материјал | 11.2. ЛЕР | (П3./М11.) | Изработен материјал | Подобрени ресурси, средства и материјали за промотивни активности |
| Користење на мас-медиуми за промоција | 11.2. ЛЕР | (С4./М7.) | Број на објавено промотивно време | Обезбедена медиумска поддршка за промоција на туризмот |
| Избор на сувенир на градот | 11.2 ЛЕР | (С4./М7.) | Изработен сувенир | Подобрен имиџ |
| Организирање на иницијативни аранжмани за новинари и туроператори | 11.2. ЛЕР | (С4./М6.) | Број на организирани тури | Обезбедено изворно доживување на туристичките производи на туроператорите, новинарите и промоторите |

# Анекс

Регистар на туристички агенции во Општина Куманово: Алпар-Интер,Амари Травел, Арабела, Арсеа Туризам,Асани Реисен, Атлас Травел Турс, Деби Турс, Бурхан-турс, Данди Травел, Даро Компани, Делукс Травел Сервис, Де-ма-5, Еди Турс, Еуро Бус, Еуро Турс Аг, Аги, Зулу Травел, Јоцо-турс Мс, Импала Травел, Јони Травел, Јк Травел, Кан, Карадаку, Куфидо, Либерти Аир, Мамли-травел, Мар-Тео Травел, Марион Травел еден, Мимоза Агент, Риниа Реисен два, Риннори Травел, Талија Травел, Травел Гејт, Фикрет Туризам еден, Фљори Турс, Фљори Травел, Арсеа турс, Флај Хај 24, Валентина Реисен, Хак Бус, Фибула, Делта Флај, Жд Турс еден, Војаекспрес и Хрила Травел.

Регистар на религиски настани и манифестации: Бадник,Водокрст, Свети Сава, Св.Теодор Тирон, Св.Ѓорѓи Кратовски,Фитер Бајрам, Курбан Бајрам, Велигден, Ѓурѓовден, Св.Петка, Илинден, Петти кладенци,Пресвета Богородица, Св.Симеон и Собор Св.Никола.

Регистар на Културни настани и манифестации: Карадачки поетски средби, Мартовски есеи, Јекипе - единство - фолк фестивал на Ромите,Цветници, Бајловски средби, Денови на комедијата, Средба на фолклорни ансамбли во СИПР, Печење на Бик во Старо Нагоричане, Тамбурашки оркестри и Меѓународен фестивал Св. Јоаким Осоговски (драми, фолклорни друштва, концерти)

Регистар на гастрономски настани: Пивтијада, Празијада С. Режановце и Чваркијада

Регистар на Културни и фолклорни асоцијации : Панче Пешев, Бајрам Шабани, Раши Шакири, КУД Срма

и КУД Ѓоко Симоновски (пензионерско културно друштво)

Регистар на Регионални кулинарски специјалитети: Кумановски суџук, Мезелек, Пивтија, Флија – тури потпечи, Пропеќ ,Кумановски биено сирењеи Зељанче од мелено месо.

1. <https://kumanovo.gov.mk/wp-content/uploads/2019/11/dtrategija.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. Наведените документи може да се видат на <http://kumanovo.gov.mk/document-category/стратешки-документи-и-стратегии/> [↑](#footnote-ref-2)
3. Студија за Обезбедување на податоци од областа на туризмот и  
   подготовка на модел за проекција на идни показатели, Министерство за економија на РС Македонија, 2017 [↑](#footnote-ref-3)
4. Студија за Обезбедување на податоци од областа на туризмот и подготовка на модел за проекција на идни показатели, Министерство за економија на РС Македонија, 2017 [↑](#footnote-ref-4)
5. Сите статистички податоци за бројот на пристигнати туристи и остварени ноќевања се преземени од Државниот завод за статистика – МАКСТАТ база [↑](#footnote-ref-5)
6. Методологијата на пресметка на трошоците на туристите е преземена од студијата Економски ефекти од развојот на туризмот во Општина Охрид. [↑](#footnote-ref-6)
7. ЕБОР - Tourism in south-eastern Europe – driving the recovery – 2015, https://www.ebrd.com/documents/comms-and-bis/see-tourism.pdf [↑](#footnote-ref-7)
8. [https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.ARVL&country=#](https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.ARVL&country=) [↑](#footnote-ref-8)
9. https://ohrid.gov.mk/wp-content/uploads/2017/08/Економски-ефекти-од-развојот-на-туризмот-во-Општна-Охрид-ФТУ.pdf [↑](#footnote-ref-9)
10. ЕБОР - Tourism in south-eastern Europe – driving the recovery – 2015, https://www.ebrd.com/documents/comms-and-bis/see-tourism.pdf [↑](#footnote-ref-10)