



# **СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ НА ОПШТИНА ОХРИД**

**Охрид, 2020**

**Нарачател: Општина Охрид**

Градоначалник: Константин Георгиески

**Изготвувач: Факултет за туризам и угостителство – Охрид**

Раководител на тимот: Проф. Д-р Цветко Андреески

Главен истражувач: Проф. Д-р Науме Мариноски

Истражувачи:

Проф. Д-р Сашо Коруновски

Доц. Д-р Михаел Ристески



Со учество на Проф. Д-р Билјана Петревска во прибирањето и анализата на примарни податоци.

# СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ОПШТИНА ОХРИД

## СОДРЖИНА

<b>АПСТРАКТ .....</b>	<b>5</b>
<b>ВОВЕД.....</b>	<b>6</b>
<b>1. ПРОЦЕНКА НА НАЦИОНАЛНИТЕ СТРАТЕГИИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ .....</b>	<b>7</b>
1.1 Анализа на реализираноста на активностите од националните стратегии за развој на туризмот .....	7
1.1.1 Реализација на активностите во Националната стратегија за развој на туризмот (2009 - 2013 год.).....	8
1.1.2 Реализација на активностите во Националната стратегија за туризам од 2016 до 2021 год. ....	12
1.2 Проценка на главните цели од Националната стратегија за развој на туризмот.....	14
<b>2. ПРОЦЕНКА НА СТРАТЕГИЈАТА ЗА ОДРЖЛИВ ЛОКАЛЕН ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ НА ОПШТИНАТА ОХРИД (2007 – 2018).....</b>	<b>27</b>
2.1. Анализа на реализираните активности во областа на развој на туризмот.....	28
2.2 Проценка на главните цели на Стратегијата за одржлив локален економски развој на Општина Охрид .....	30
2.2.1 Дефинирање на туристичкиот производ и понуда и нивна промоција и презентација .....	30
2.2.2 Подобрување на квалитетот на постојната и изградба на нова инфраструктура .....	30
2.2.3 Институционално јакнење и развој на човечки ресурси.....	31
2.2.4 Брендирање на Охрид како туристичка дестинација.....	31
2.3 Проценка на Потстратегијата за рурален развој на Општина Охрид .....	32
2.3.1 Анализа на туризмот и локалниот економски развој.....	32
2.3.2 Анализа на планот за развој на руралната област.....	33
<b>3. ПРОЦЕНКА НА НАЦИОНАЛНИТЕ ПОЛИТИКИ И ЛЕГИСЛАТИВА ЗА УПРАВУВАЊЕ СО ЗАШТИТЕНИ ПОДРАЧЈА .....</b>	<b>34</b>
3.1 Закон за управување со светското природно и културно наследство во Охридскиот регион (Сл. Весник на РМ бр.75/10).....	35
3.2 Закони кои ја третираат заштитата на културното наследство .....	35
3.3 Закони кои ја третираат заштитата и управувањето со природното наследство .....	36
3.4 Стратешки документи за управување со заштитеното подрачје на Охридскиот Регион .....	36
<b>4. ПРОЦЕНКА И АНАЛИЗА НА ПРЕПОРАКИТЕ НА УНЕСКО И АКЦИОНИТЕ ПЛАНОВИ .....</b>	<b>40</b>
<b>5. АНАЛИЗА НА ТЕКОВНАТА СИТУАЦИЈА .....</b>	<b>42</b>
5.1 Глобален туризам .....	43
5.2 Анализа на понудата и побарувачката.....	44
5.3 Економска важност на туризмот.....	56
5.4 Анализа на трендовите.....	58
5.4.1 Здравје.....	64

5.4.2 Кратки посети, искуства и животен стил.....	65
5.4.3 Информатичка технологија и комуникации.....	66
5.4.4 Економски, демографски и маркетинг трендови .....	67
5.4.5 Политички и безбедносни трендови и природни ризици .....	69
5.5 Главни дестинации и атракции.....	70
5.6 Рамковни услови.....	75
5.6.1 Патна мрежа и инфраструктура.....	75
5.6.2 Аеродром .....	77
5.6.3 Главни инволвирани чинители во туризмот (на национално и на локално ниво) .....	82
5.6.4 Финансиски средства и буџет.....	87
5.6.5 Сместувачки капацитети, обем, структура и динамика .....	89
5.6.6 Такси, даноци и др. давачки.....	94
5.6.7 Субвенции .....	96
5.6.8 Развојни зони .....	104
5.6.8.1 Развојна зона Североисточно крајбрежје .....	105
5.6.8.2 Развојна зона Поранешна Општина Косел .....	107
5.6.8.3 Развојна зона Стар Град.....	109
5.6.8.4 Развојна зона Охрид - Нов Град .....	111
5.6.8.5 Развојна зона Источно крајбрежје.....	112
5.6.8.6 Перигаличка развојна зона.....	114
5.6.8.7 Развојна зона Галичица.....	115
5.6.9 Демографска и образовна структура на населението.....	117
5.6.10 Образовни институции и кадри.....	119
5.6.11 Планска документација, процедури, дозволи, концесии .....	120
5.6.12 СВОТ анализа .....	132
<b>6. СТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ .....</b>	<b>144</b>
6.1 Претпоставки и очекувања како основа за креирање визија за туризмот во Општина Охрид до 2025 година .....	144
6.1.1 Реалистичко, оптимистичко и песимистичко сценарио – претпоставки и очекувања .....	144
6.2 Главните столбови на позиционирање на Општина Охрид како туристичка дестинација .....	150
6.2.1 Охридското Езеро и природното опкружување .....	151
6.2.2 Културни вредности во функција на развојот на туризмот во Охрид .....	152
6.2.3 Заштита и унапредувањето на животната средина како основа на одржливиот развој на туризмот .....	158
6.2.4 Оптимална вклученост на локалната заедница .....	160
6.3 Видови туризам кои генерираат значителна побарувачка низ светот и потребните специфични предуслови за секој од нив.....	162
6.4 Придобивки од развојот на туризмот за дестинацијата.....	164
6.4.1 Економски бенефит .....	164
6.4.2 Социјален бенефит .....	166
6.4.3 Бенефит за животната средина .....	169
6.4.4 Културен бенефит .....	171
6.4.5 Политички бенефит .....	172
<b>7. МИСИЈА, ВИЗИЈА, ОСНОВНА ЦЕЛ И КЛУЧНИ СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ ЗА ИДНИОТ ТУРИСТИЧКИ РАЗВОЈ НА ОПШТИНА ОХРИД (ПОСТОЕЧКА СОСТОЈБА И ПРЕПОРАКИ) .....</b>	<b>173</b>

7.1 Мисија на туризмот во Општина Охрид.....	173
7.2 Визија на туризмот во Општина Охрид.....	173
7.3 Основна цел на туризмот во Општина Охрид .....	174
7.4 Клучни стратешки цели на туризмот во Општина Охрид .....	174
7.4.1 Оперативни мерки и активности.....	175
<b>8. АКЦИОНЕН ПЛАН 2020 - 2025 .....</b>	<b>179</b>

## Апстракт

Стратегијата за развој на туризмот во Општина Охрид претставува документ кој овозможува да се задржи континуитетот на водечка туристичка дестинација во РСМ, во која одржливоста има препознатливи карактеристики. Тоа подразбира оптимално користење на веќе вклучените ресурси во туризмот и активирање на нови потенцијали во насока на подобрување на условите за креирање на туристички производи. Нивната конкурентност и прифатливи на туристичкиот пазар треба да подразбира рационално користење. Оптималноста треба да се постигне со издржано стратеско планирање и развојна проекција која ќе има оперативен карактер. Развојот на Охрид како најпривлечна туристичка дестинација се темели на долгата традиција, посветеноста на менаџментските структури во управувањето со општината, засегнатите страни вклучени во оваа дејност и условите кои подразбираат поврзаност на атрактивната и рецептивната развојна основа. Одржливиот развој на туризмот во оваа туристичка дестинација има посебно значење затоа што ресурсите за развој се со изразита димензија. Тој е туризмот е поттикнувач на вкупниот стопански сектор, урамнотечувачки фактор на недоволно развиените, претежно рурални средини и акцелератор на социјалниот и културниот подем. Стратеското планирање на туризмот во општината треба да ги валоризира и оптимално користи своите ресурси со оглед на богатството што го поседува, како во природната така во културната сфера, што го негово го определува како приоритетна категорија. 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 донесуваат други акти, планови и програми. Стратегијата треба да придонесе за подобрување на квалитетот на живеење, подигање на нивото на задоволство од престојот на посетителите, перманентно унапредува квалитетот на услугите, освојување на нови вредности, подобрување на промотивните активности и ширење на доменот на насоченост на туристичката понуда кон емитивни зони со различна сегментација на туристичка клиентела.

Клучни зборови: Охрид, туризам, стратегија, развој

## Вовед

Општината Охрид има вековна традиција во развојот на туризмот. Туризмот и Охрид се нераскинливо поврзани, така што имаат симболистички карактер. Во развојните определби на туризмот со приоритетен карактер се присутни од неговата појава. Денес, Охрид е препознатлива туристичка дестинација не само во национални, туку и во светски рамки. Затоа стратегиската определба подразбира унапредување на овој развоен приоритет. Тоа подразбира подобрување на квалитативно - квантитативните појави и односи и оптимално прифаќање на посетителите. Идниот развој подразбира активирање на атрактивните и рецептивните потенцијали и создавање конкурентни туристички производи прифатливи на туристичкиот пазар. Општината Охрид ја продолжува заложбата за репутација како пријатно место за посета и подобрен квалитет на животот на рецепиентното население и туристите. Константноста во унапредувањето на охридската препознатливост подразбира дополнителна афирмација на Охрид како туристичка дестинација, културен центар и заштитен природен простор во рамките на РСМ и државата во континентални и светски рамки. Стратегскиот приод во развојот на туризмот во наредниот десетгодишен период, треба да придонесе за подобрување на содржината на престој на посетителите и постојано да го унапредува квалитетот на услугите во насока на овозможување на потполно задоволство на туристите. Исто така, туризмот ќе биде во функција на интензивно вклучување на недоволно развиени средини во развојните процеси. Реализацијата на стратегиските определби ќе биде фактор на поттикнување на економските процеси, социјалната и интеркултурната соработка и разбирање, а самата општина ќе ја афирмира со иновативни солуции.

Општината Охрид како туристичка дестинација зазема посебно место во националните стратегии, што значи дека е тесна поврзаноста на стратегскиот развој на општината со реализацијата на активностите утврдени во документите од овој вид на национално ниво. Затоа проценката на реализираните активности и главните цели на овие документи како и националните политики и легислативни овозможуваат да се дојде до определби кои взаемно треба да се спроведуваат. Со оглед на тоа дека туризмот во Општина Охрид е дел од одржливиот, економски развој и руралниот развој тој се усогласува во ваквите стратегиски заложни. Посебно е важно да се сочува и унапреди заштитата во рамките на УНЕСКО, аналитичко планирање на овој план.

Стратегските развојни компоненти во идниот период се темелат на тековните состојби, што подразбира аналитички приод на карактеристиките на туризмот на глобален план и во рамките на регионално и национално ниво. Преку анализата на понудата и побарувачката се определува карактерот на туризмот како пазарна категорија, од чија реализација произлегуваат економските импакти и развојните економски трендови. Во овој контекст посебно место заземаат факторите кои се идентификувани низ призма на дестинациска поврзаност и достапност, ДМО, расположливоста на финансиски средства, односно буџет и негова структура, рецептивните капацитети, поддршката, туристичките развојни зони, демографските и човечните ресурси и планските документи. Состојбите се заокружуваат со СВОТ анализа, што дава добра основа да се пристапи кон утврдување на стратегиската развојна проекција.

Успешниот развој на туризмот во наредниот петгодишен период подразбира втемелена визија, со утврдени главни столбови за идниот развој како најуспешна туристичка дестинација во РСМ. Исто така, тој подразбира дефинирани стратегиски цели, диференцирани селективни видови туризам и проектирани придобивки во овие временски рамки.

Развојот на туризмот подразбира оперативен пристап. Тој се обезбедува со донесувањето на акциониот план за реализација базиран на целите, мерките и активностите и претпоставениот буџет во утврдените временски рамки

## **1. Проценка на националните стратегии за развој на туризмот**

Проценката на националните стратегии за развој на туризмот произлегува од значењето на општината Охрид што го има во рамките на РСМ. Поради тоа, таа е во насока на стратегиската појдовна основа кој е во функција и на усогласување со современите тенденции во креирањето на туристичките политики на локално, со оние на регионални и државно ниво. Изработката, усвојувањето и реализацијата на овој документ подразбира уважување на заложбите кои се опфатени во развојните насоки на државата, туризмот да се третира како една од приоритетните дејности. Поради тоа проценката е една од појдовните основи во планирањето и воспоставувањето на издржани развојни проекции кои коинцидираат со оние на различните нивоа по вертикална основа и соработка на учесниците на опкружувањето. Таа подразбира определување на оправданоста, на воспоставените цели во оперативна смисла, врз основа на кои се темелат конкретните мерки и активности, како оптимални решенија во определената временска рамка во рамките на националните стратегии за развој на туризмот. Преку стратегиските анализи се доаѓа до идентификација на појавите и односите кои се дел од развојните претпоставки на државно ниво, а треба да се искористат во развојот на туризмот на општината Охрид. Донесувањето на овој документ на локалната самоуправа и овозможува да ги користи можностите кои и стојат на располагање од страна на државата, така што проценката на националните стратегии е и вој контекст на финансиската поддршка која произлегува од заложбите на државата за развој на туризмот. Проценката на националните стратегии се базира на аналитичкиот приод што кој што се однесува на реализираните активности и постигнувањето на главните цели.

### **1.1 Анализа на реализираноста на активностите од националните стратегии за развој на туризмот**

Анализата на реализираните активности од националните стратегии за развој на туризмот ги опфаќа оние кои биле зацртани во тие периоди. Таа опфаќа активности кои директно го засегаат развојот на туризмот во Општината Охрид или имаат општ карактер, а по таа основа се одразуваат на оваа туристичка дестинација. Овие активности се содржани во Националната стратегија за развој на туризмот во Р.М. од 2009 до 2013 год. и Националната стратегија за туризам на РМ од 2016 до 2021 год.



### 1.1.1 Реализација на активностите во Националната стратегија за развој на туризмот (2009 - 2013 год.)

Според Националната стратегија за туризам во Р.М. (Кол & Партнер ДОО Скопје) реализацијата на активностите е систематизирана во реализирани, делумно реализирани и нереализирани. Анализата се однесува на вакви согледувања.

Во периодот од 2009 до 2013 година во рамките на реализираните активности охридскиот туризам најде свое место и имаше забележителна улога. Исто така, во поглед на активностите кои се третирани како делумно реализирани и нереализирани треба да се констатира дека во овој период се реализирани и имаат одраз на развојот на туризмот во општината Охрид. Тоа значи дека тие преминуваат во група на реализирани активности.

Табела бр. 1 – Преглед на реализираноста на активностите според Националната стратегија туризам во Р.М. (2009-2013)

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	ДЕЛУМНО РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- се врши регулирање на сместувањето на црниот пазар е перманентен процес кој во општински рамки го води ТЛЕР-от и Општински пазарниот инспекторат</li> <li>- во развивањето на листа и промовирање на туристички активности општината преку делегирањето на членови во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот учествува во донесувањето одлуки</li> <li>- воспоставува вонредно добра соработка со Дирекцијата на Националниот парк Галичица и има активен однос кон подготовка на бизнис планови, изготвувањето и имплементирањето на планови за управувањето со паркот и другите заштитени локалитети и објекти</li> <li>- успешно се залага за воведување на винскиот како дел од руралниот туризам. Оваа е имплементирано преку отвореноста за поддршка и поттикнување на руралното сместување, отворањето на ресторани со вински менија и продавници од типот на винотеки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- активности за развој на производи, маркетинг и создавање на директориум за манастирско сместување</li> <li>- подобрување на планинските домови, објекти за сместување на деца и работници во НП Галичица</li> <li>- можности за подигнување на свеста и за кариера во туризмот постои во наставните планови и програми постои во угостителско туристичките училишта но треба да се унапредуваат</li> <li>- развивање на центри за национални занаети и малопродажни места за производи на традиционални занаети</li> <li>- донесување програми за управување со отпад и подигнување на јавната свест</li> <li>- идентификување на нови локалитети на природно наследство за кои е потребна заштита од страна на локалната самоуправа и НВО</li> <li>- креирање база на податоци за сите туристички производи и услуги</li> <li>- ТЛЕР врши анализа на податоци за искористеноста на сместувачките капацитети и објавување на месечен извештаи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- во општината нема ознаки за пејзажни рути</li> <li>- не се објавува годишен календар на настани</li> <li>- не се преуредени медицински установи за туристички престој</li> <li>- нема програми за обука за вработени од областа на културното наследство</li> <li>- не е изработена маркетинг студија и нема промотивни активности за ловниот туризам во општината</li> <li>- сеопфатен директориум за конференциски објекти нема</li> <li>- не е воведен систем за следење на туристички промет преку туристичка сателитска сметка (ТСС)</li> <li>- неизработена физибилити студија за национален конференциски центар во која општината би требала да го најде своето место</li> <li>- нема лого и начин на користење на ТИЦ</li> </ul>

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	ДЕЛУМНО РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- постои поддршка во развивање на пејзажни патувања, уредување и одржување на пешачки патеки, креирање служба за спасување и водење во планина по главните планинарски патеки</li> <li>- се промовираат и поддржуваат традиционалните занаетите преку културата</li> <li>- учествува во обезбедувањето на поволни услови за ниско-буџетни превозници</li> <li>- успешно се вклучува во заложувањето за подобрување на патиштата во националниот развоен план и донесува годишна програма за подобрување на сообраќајот на локално ниво</li> <li>- врши подобрување на туристичките ознаки преку начини, средства и стандарди за нивна употреба во означувањето на локалитети и објекти и во угостителството според категоризацијата на капацитетите</li> <li>- како погранична општина ја користи дозволата за влез на граѓани на ЕУ со лична карта, тоа посебно се однесува во поглед на отстранување на визниот режим за албански граѓани</li> <li>- има создадено и врши надоградување на база на податоци за културно наследство, а врши и подготовка и спроведување на планови за негова заштита</li> <li>- учествува во донесувањето одлуки околу креирањето на туристичко лого и слоганот за македонскиот туризам</li> <li>- има активен однос во идентификувањето на приоритетни пазари и сегменти за промоција</li> <li>- дава сугестии и забелешки во изработката и спроведувањето на годишниот маркетинг план и проширувањето на туристичкиот портал на национално ниво со свои содржини</li> <li>- има забележително влијание во развивањето на нови и атрактивни промотивни материјали</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организирање собири и трибини, односно водење кампања за јакнење на свеста на владиниот и приватниот сектор за улогата на туризмот во економијата</li> <li>- планирање и организирање на туристички инвестициони форуми</li> <li>- развивање на пештерски локации како туристички атракции (Самотска Дупка треба да се реактивира)</li> </ul>	

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	ДЕЛУМНО РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- самостојно и во организација на Агенцијата за промоција учествува на меѓународни саеми</li> <li>- учествува во промотивните активности на национално ниво по медиумите и соработката со странски туроператори</li> <li>- се залага да се овозможи туризмот да стане шест економски сектор со доделување на приоритетен статус од страна на владата и општината</li> <li>- ја поддржува програмата „Инвестирајте во Македонија“</li> <li>- го поддржува процесот на развој на катастарот</li> <li>- кадровски го екипира ТЛЕР-от со компетитивни вработувања како во Секторот за туризам и угостителство во рамки на Министерството за економија</li> <li>- ја поддржува краткотрајна техничка помош на Секторот за туризам и угостителство, во рамки на Министерството за економија, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, како и на општинските сектори</li> <li>- ги спроведува усогласените критериуми за категоризација на сместување со европските стандарди</li> <li>- во Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот која делува и регионално во струшко- охридскиот простор функционира служба за човечки ресурси</li> <li>- спроведува кампањи за подигнување на свеста на јавност за туризам и гостопримство на посетителите</li> <li>- се креираат тури, не само со проширување на регионалниот опфат, туку и со меѓународно значење, познати како „Балкански тури“, кои се реализираат и во општина Охрид</li> <li>- постојано се врши ревизија на критериумите за категоризација на сместувањето и воведување на субјективни елементи, зголемувајќи го бројот на објекти кои го подобруваат квалитетот на услугите и почитувањето на стандардите за квалитет</li> </ul>		

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	ДЕЛУМНО РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- спроведувањето на анкета за работната сила во туризмот во Општина Охрид ја врши ДЗС според стандардни процедури и временска рамка со анкетари од ова подрачје</li> <li>- се збогатува понудата на повеќе активности во Националниот парк Галичица, какви што се пешачењето, еко-турите и адреналинските активности</li> <li>- се вложуваат заеднички напори на општината и државата за развивање на руралниот туризам во оваа туристичка дестинација, како еден од успешните примери треба да се наведе село Куратица</li> <li>- поврзувањето на тур-операторите со организаторите на културни настани е перманентен процес. Таков е примерот со Охридско лето или со Семинарот за македонски јазик, литература и култура</li> <li>- се креираат пакети за културни настани и фестивали со вклучување содржини со други атрактивности</li> <li>- општината ги подржува и учествува во построги контроли на незаконското ловење, а во рамките на своите надлежности учествува во зголемувањето на обем на ловен дивеч преку основање репродуктивните центри и логистичка поддршка на ловечките друштва, со што го поттикнува развојот на ловниот туризам</li> <li>- подобрена е опрема за обука во туристичка едукација како во средното, така во високото образование (софистицирана опрема добија Факултетот за туризам и угостителство и училиштето „Ванчо Питошески“)</li> <li>- зголемен е процентот на часови на практична обука во туристичката едукација во согласност со законските обврски</li> <li>- оперативни насоки за Туристички Информативни Центри (ТИЦ) добива од ТЛЕР-от</li> <li>- редовна обука на персоналот на ТИЦ се остваруваат преку учество на семинари и трибини</li> </ul>		

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	ДЕЛУМНО РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- развиени се на програми за обука на туристички водичи, придружници и менаџери за туристички агенции како неформално образование, а организирани се и обуки на туристички работници како дел од перманентно образование</li> <li>- во општината е перманентен процес е поставувањето на канти за ѓубре и чувањето на хигиената</li> <li>- ТЛЕР-от има воспоставено советодавни услуги за мали бизниси за инвеститори во туристичкиот сектор</li> <li>- определени се места за скара во природни услови како во НП Галичица така во излетиштето Скребатно</li> <li>- во НП Галичица се определени објекти за прием и информативни точки со соодветни знаци за движење и престој во местата со природно наследство</li> </ul>		

Извор: Национална стратегија за туризам на Р.М.

Анализата на проценката на нереализираните активности од националните стратегии покажува дека некои од нив не се поставени на соодветен начин и не можат да се реализираат. Така службите за пасошка контрола не вршат евидентирање на целта на странските посетители и по таа основа не можат да објавуваат месечни извештаи, а исто така не е можно да се воведува годишна такса за категоризирано сместување за финансирање на процесот на категоризација, затоа што тоа го врши Општинска комисија на барање на деловните субјекти.

#### 1.1.2 Реализација на активностите во Националната стратегија за туризам од 2016 до 2021 год.

Во Националната стратегија од 2016 до 2021 год. во рамките на акциониот план како главни дејствија определени се 7 активности. Покрај нив определени се и 26 придружни активности. Според анализата до 2020 година и овие активности треба да се класификуваат во реализирани, делумно реализирани и нереализирани.

Табела бр. 2 – Преглед на реализираноста на активностите во Националната стратегија за туризам (2016-2021)

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	ДЕЛУМНО РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<p>- развивањето на нови водечки проекти за македонскиот туризам во кои охридскиот туризам наоѓа свое место. Се изработуваат развојни стратегии по општини во кои влегува и стратегијата што се подготвува, а охридската општина реализира и проект кој се однесува на економските влијанија на туризмот во оваа туристичка дестинација</p> <p>- усогласен е процесот на евалуација за класификација на хотели според европски стандарди</p> <p>- продолжено е со финансиска поддршка на поставување на туристички патни знаци и туристички ознаки на туристички локалитети и објекти не само на државно ниво туку и во општината Охрид</p> <p>- проценка на Програмата за субвенционирање на туроператорите</p> <p>- обезбедени се евтини директни летови до Скопје и Охрид</p> <p>- во Секторот за туризам формирана е служба за координирање на активностите за планирање на туризмот, а на општинско ниво тоа се врши во рамките на ТЛЕР-от</p> <p>- проценка на средното образование за туризам и подобрување на поддршката на туризмот</p> <p>- организирана е на специјална годишна Летна туристичка академија (во соработка со Универзитетите (Хотел Дрим - Струга 2019 год)</p> <p>- организирање на церемонија за доделување на македонска туристичка награда за да се прослават достигнувањата во туризмот и да се наградат најдобрите практики во различни категории. Ваква практика нема во Охрид</p> <p>- развивање на модерен центар на НП Галичица</p>	<p>- зголемувањето на износот на достапен буџет за маркетинг на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот иако не го достигнува предвиденото ниво од 3 до 3,5 ЕУР по ноќевање сепак отвора можност за подобар настап на охридската туристичка понуда на туристичкиот пазар</p> <p>- започнато е реорганизирање на организациските структури за туризам на национално ниво пред се во рамките на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во согласност со усвоената стратегијата од овој вид, но не се реализирани регионалните и општинските активности на овој план каде свое место треба да најде и општината Охрид</p> <p>- во рамките на проектот за ЛРЦП во тек е основањето на ДМО која е предвидена и во регионалната целина на која и припаѓа општината Охрид</p> <p>- има незавршено инвестирање во посебна општа инфраструктура како поддршка на развојот на туризмот во РСМ и општината Охрид</p> <p>- постои почетна активност за развој на програма за обука за одговорните луѓе за туризам на локално и регионално ниво</p> <p>- до 2018 год до кога е предвиден ретко се организирани обуки за вработените во Секторот за туризам и АППТ на државно ниво и Локалната самоуправа во Охрид</p> <p>- редовни соопштенија за медиуми и прес конференции за подобрување на туристичката свесност на локалното население се кампањски</p> <p>- започнато е развивање на национални туристички рути и</p> <p>- постојат извесни иницијативни за повторно развивање на Самогска Дупка како туристичка атракција</p>	<p>- не е формиран фонд за развој на туризмот со донаторски средства или од програми на ЕУ кој требаше да биде реализиран до 2018 г., а би финансирал локални туристички проекти во Р.С. Македонија во кои би се вклучиле и проекти од развојот на туризмот во општината Охрид</p> <p>- нема развиена „бренд стратегија“ за Р.С. Македонија, а тоа не е направено и на општинско ниво</p> <p>- не е основан Фонд за развој на хотели кој би имал слични карактеристики како фондот за развој на туризмот</p> <p>- не е воведена сателитска туристичка сметка</p> <p>- нема спроведување на редовни анкети меѓу туристите од страна на АППТ или ТЛЕР-от</p> <p>- нема зачленување во HOTREC – хотелиерска унија, што требаше да се реализира до 2018 г., во овие рамки треба да се најде и хотелиерството во Охрид</p> <p>- не е ревидиран системот на туристичка такса</p> <p>- нема организирање на годишна туристичка конференција за трансфер на знаења</p> <p>- не е развиена и имплементирана семинарска програма „Квалитет во туризмот“</p>

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	ДЕЛУМНО РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
		<p>- нема развивање на нова маркетинг стратегија за македонскиот туризам со надворешни експерти</p> <p>- нема основано на постојана работна група во рамките на Министерството за култура за координирање на туристички теми (на пр. развој на културолошки места како туристички атракции</p> <p>- не се формирани рурални туристички развојни зони</p>

Извор: Национална стратегија за туризам на Р.М.

## 1.2 Проценка на главните цели од Националната стратегија за развој на туризмот

Проценка на главните цели од Националната стратегија за развој на туризмот во изминатиот десетгодишен период е во тесна врска со Анализата на реализираните активности од националните стратегии за развој на туризмот ги опфаќа оние кои биле зацртани во тие периоди. Општината Охрид како водечка туристичка дестинација развојната проекција ја темели не само на своите специфични можности туку и на оние кои имаат општ карактер. Основа за ваква проценка треба да се бара во проектот „Техничка помош за ревизија и имплементација на Националната стратегија за развој на туризмот на Р.М. 2009-2013“, со кој е ажуриран акциониот план, а главните цели се систематизирани во приоритетни рамки. Класификацијата ги опфаќа приоритетите:

1. туристички производи и услуги;
2. пристап и инфраструктура;
3. човечки ресурси,
4. животна средина и културно наследство;
5. туристички маркетинг;
6. економски развој на туризмот;
7. политика на инвестирање;
8. организација и
9. свест за туризмот

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
<b>ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ</b>	Создавање препознатлив производ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Залив на коските</li> <li>Дувало</li> </ul>	<p>- реализирано</p> <p>- имплементација во тек</p>
	Создавање општи туристички производи	<ul style="list-style-type: none"> <li>Патокази на рутите во природата за да се внесе разновидност кај туристите за атракциите во внатрешноста</li> <li>Развој на планови за патувања за да се постигне регионална распространетост</li> <li>Развивање листа и промовирање производи за активности</li> </ul>	<p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p>
	Зголемување на бројот на сместувачките капацитети	<ul style="list-style-type: none"> <li>Квалитетни хотели во стил на пензиски домови – семејно управувани, мали, традиционални приватни, семејни хотели се отворени во Охрид</li> <li>Меѓународно признаени висококвалитетни хотелски меѓународни брендови</li> <li>Сместување во манастири – соработка за маркетинг управување, брошури</li> </ul>	<p>- реализирано</p> <p>- не е реализирано</p> <p>- не е реализирано</p>
	Категоризација на сместувачките капацитети	<ul style="list-style-type: none"> <li>Воведување на годишни давачки за придонес кон трошоците за редовни проценки</li> <li>Ревидирање на критериумите и воведување на субјективни квалитети – храна, декор, услуга, итн.</li> <li>Регулирање на сивиот пазар на сместувачките капацитети</li> </ul>	<p>- не е реализирана</p> <p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p>



Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
	<p><b>Туристичко користење на националните паркови</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Бизнес планови за туризам во НП Галичица</li> <li>• Подобрување на финансиската и на еколошката одржливост на НП Галичица</li> <li>• Поголеми активности во паркот за да се искористат неговите потенцијали изграден центра за презентација на вредностите</li> <li>• Подобрување на планинските колиби, детските и работничките одморалишта</li> </ul>	<p>- реализирано</p> <p>- реализирано</p> <p>- реализирано</p> <p>- не е реализирано</p>
	<p><b>Искористување на винскиот туризам</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Воведување вински туризам во дел од руралниот туризам</li> <li>• Развивање на плановите за патување низ природата, шетање, сместување во руралните области и традиционална кујна</li> <li>• Општината Охрид треба се вклучи во поставување патокази и маркетиншки активности</li> </ul>	<p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p> <p>-не е реализирано</p>
	<p><b>Искористување на руралниот туризам</b>  <b>Поддршка на општината Охрид во проведување на ИПАРД програмата финансирана од ЕУ, бидејќи постои интерес за оваа програма за развој на руралниот туризам</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развој на локации како Куратица, Скребатно, Велестово, Рача</li> <li>• Општината соработува со Министерството за земјоделие и подрачната единица во Охрид</li> </ul>	<p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p>

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
	<b>Искористување на културата и на занаетството како туристички производ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• годишниот календар на настаните постојано се ажурира</li> <li>• тур-операторите организаторите на културните настани добро соработуваат така што има аранжмани со настаните</li> <li>• Охрид е промовиран како центар на „Охридскиот бисер“ и филигранството, длаборезот, иконопроизводството и традиционалното производство на хартија</li> </ul>	<p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p>
	<b>Подобрување на знаењата за туристичките атракции од областа културно наследство</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Развивање на програми за обука и семинари на одговорните лица и на вработените на овие туристички локалитети, објекти и експонати</li> </ul>	- имплементација во тек
	<b>Искористување на ловниот туризам</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Построга контрола на нелегалниот лов</li> <li>• Зголемување на ловниот фонд</li> <li>• Потребен е таргетиран маркетинг и студија на пазарот кога ќе бидат спроведени условите за ловниот фонд и за контролата</li> </ul>	<p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p> <p>- имплементација во тек</p>
	<b>Конференции и состаноци</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Изготвување сеопфатен регистар//брошура за конференциски капацитети</li> <li>• Студија на Комисијата за потенцијален национален конференциски центар</li> </ul>	- не е реализирано

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
	Објавување на сместувачките капацитети во манастирите како посебна карактеристика	<ul style="list-style-type: none"> <li>Изготвување регистар за сместувачките капацитети во манастирите и нивно промовирање пред тур-операторите и јавноста</li> </ul>	- не е реализирано
	Зачувување и промоција на традиционалните занаети	<ul style="list-style-type: none"> <li>Занаетчиски центри како работилници и продавници на мало на традиционалните ракотворби</li> </ul>	- имплементација во тек
	Подигање на свеста за разновидноста на можностите за пешачење	<ul style="list-style-type: none"> <li>Изработка на регистар – печатен и на Интернет – за главните патеки за пешачење и за дневни прошетки, вклучително и сместувачки капацитети и детали за превоз и негово објавување</li> </ul>	- имплементација во тек
	Обезбедување невообичаени атракции на руралните локации	<ul style="list-style-type: none"> <li>формирано излетиште Скребатно,</li> <li>обележано Дувало-Косел</li> <li>афирмиран карневалот во Куратица</li> <li>обезбеден пристап до валавици во Речица</li> </ul>	- реализирано
	Подобрување на ловната понуда	<ul style="list-style-type: none"> <li>Поефикасно спроведување на контролите на ловот</li> <li>Отворање центар за репродукција на дивеч заради обновување на ловниот фонд</li> <li>Поголема промоција на ловот како производ</li> </ul>	- реализирано

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
<b>ПРИСТАП И ИНФРАСТРУКТУРА</b>	<b>Воздушен пристап</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спроведување целосна имплементација на Договорот за либерализација на воздушниот простор за слободите III, IV и V на Европската Заедница</li> <li>• Обезбедување на услови за нискобуџетни авиопревозници</li> </ul>	<p>- реализирано</p> <p>- реализирано</p>
	<b>Патен транспорт</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Вложување напор за имплементирање на подобрувања на патиштата во Националниот план за развој (НПР)</li> <li>• Подобрување на сигнализацијата</li> <li>• Проширена употреба на кафеави патокази</li> <li>• Развој на критериуми за користење на овие знаци</li> </ul>	- имплементација во тек
	<b>Железничка инфраструктура</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подобрување</li> </ul>	- не е реализирано
	<b>Визна и имиграциска контрола</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Овозможување на граѓаните на ЕУ да влегуваат со лични карти</li> <li>• Укинување на визното барање за државјаните на Албанија</li> </ul>	- реализирано

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ	Идентификување на идните кадровски барања на секторот за туризам и на нивните потреби од обука	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Спроведување испитување на работната сила заради идентификување на потребите за вработување и обука</li> <li>• Обука за туристички менаџмент</li> </ul>	- имплементација во тек
	Подобрување на гостопримливоста и на туристичката едукација и обука во училишниот систем	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подобрување на понудата на опремата за обука во образованието</li> <li>• Зголемување на процентот на часовите со практична обука</li> <li>• Развој на програми за обука</li> </ul>	- реализирано
	Подобрување на врската меѓу индустријата и образовниот систем	<ul style="list-style-type: none"> <li>• склучување на договори за соработка и стипендирање</li> </ul>	- не е реализирано

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
<b>ЖИВОТНА СРЕДИНА И КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО</b>	Подобрување на општата физичка животна средина	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Воведување функции за управување со отпад и шеми за јавна свест</li> </ul>	- имплементација во тек
	Подобрување на заштитата на локалитетите со природно наследство	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка и имплементација на планови за управување со НП Галичица национални паркови и за природните резервати, заедно со управувањето со отпад и заштитата од пожари</li> <li>• Поставување канти за отпад и означување на местата за палење оган / скара во природните резервати</li> </ul>	- реализирано
	Идентификување дополнителни локалитети на културно наследство со туристички потенцијал, на кои им треба заштита	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Креирање основна база на податоци за културното наследство</li> </ul>	- реализирано
	Подобрување на заштитата на постојните локалитети со културно наследство	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подготовка и имплементирање на планови за заштита на културното наследство од прекумерна туристичка искористеност</li> </ul>	- реализирано
	Управување со посетите на локалитетите со културно наследство преку добро информирање	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Обезбедување места за пречек и/или информирање</li> <li>• Обезбедување сигнализација со знаци на патеки, паркинг простор, места за пикник и за други видови рекреација</li> </ul>	- имплементација во тек
	Идентификување дополнителни природни региони со туристички потенцијал на кои им треба заштита	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Општината Охрид и НВО ги идентификуваа дополнителните природни локалитети на кои им треба заштита</li> </ul>	- реализирано

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
ТУРИСТИЧКИ МАРКЕТИНГ	Подобрување на прибирање на статистички податоци за бројот на посетителите за да се овозможи подобра процена на туристичкиот обем и вредноста	<ul style="list-style-type: none"> <li>Граничните служби да ги дефинираат посетите на странци барем според целта – транзит, едnodневна посета, престој, и да ги објавуваат информациите еднаш месечно според граничниот премин и начинот на превоз</li> </ul>	- не е реализирано
	Обезбедување на секторот со податоци за месечна зафатеност на сместувачките капацитети	<ul style="list-style-type: none"> <li>Добивање податоци за зафатеност на месечна основа од сите регистрирани сместувачки капацитети и нивно објавување според видот на сместување (број на ѕвезди) и главните региони</li> </ul>	- реализирано
	Развој на туристички бренд на Охрид	<ul style="list-style-type: none"> <li>Назначување меѓународен консултант за креирање туристичко лого и слоган како препознатливи ознаки во меѓународната комуникација</li> </ul>	- не е реализирано
	Воспоставување динамична база на податоци со туристичките производи и услуги	<ul style="list-style-type: none"> <li>Креирање база на податоци за сите туристички производи и услуги со излезни податоци преку веб-страниците, публикациите, туристичките информативни центри, итн.</li> </ul>	- имплементација во тек
	Преземање на таргетиран маркетинг за Општина Охрид како туристичка дестинација	<ul style="list-style-type: none"> <li>Идентификување на приоритетните пазари и сегменти</li> <li>Собирање и имплементирање на годишни маркетиншки планови</li> </ul>	- имплементација во тек

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
	<b>Проширување на туристичкиот портал и креирање нови веб-страници</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Туристичкото стопанство и ТЛЕР треба да соработуваат за вметнување на сеопфатни и објективни податоци на порталот како и на нови делови за специјалните производи како што се сместувачките капацитети во манастирите, винските патеки, итн.</li> </ul>	- имплементација во тек
	<b>Подобрување на мрежата на туристичките инфо-центри</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Изготвување на оперативни насоки за ТИЦ</li> <li>Обезбедување редовна обука на персоналот на ТИЦ</li> <li>Регулирање на употребата на името и логото на ТИЦ</li> </ul>	- не е реализирано
	<b>Изготвување на силна и координирана серија промотивни материјали за туристичките центри</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Изготвување нови и атрактивни промотивни материјали</li> </ul>	- реализирано
	<b>Меѓународно продавање на охридските дестинации и атракции</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Учество на меѓународни саеми, промовирање во медиумите и соработка со странски тур-оператори</li> </ul>	- реализирано



Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
<b>ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ</b>	Обезбедување предуслови за системот на Туристички сателитски сметки (ТСС)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Се воведува систем за следење на обртот преку ТСС</li> </ul>	- не е реализирано
	Подобрено разбирање на економската корист од туризмот	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зајакнување на свесноста на Владата и на приватниот сектор за улогата на туризмот во стопанството преку семинари</li> </ul>	- имплементација во тек
<b>ПОЛИТИКА НА ИНВЕСТИРАЊЕ</b>	На туризмот му е даден приоритетен статус во стопанството од страна на Локалната самоуправа	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Туризмот има приоритет во Охрид</li> </ul>	- реализирано
	Помагање на развојот на малите и на средните туристички претпријатија	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Воспоставување советодавна служба во општината за соработка со мали претпријатија за инвестирање во туристичкиот сектор</li> </ul>	- имплементација во тек
	Поттикнување и помош во привлекувањето на домашните и на странските инвеститори во македонскиот туристички сектор	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Планирање, организирање и лансирање на почетните и идните форуми/саеми за инвестирање во туризмот</li> </ul>	- реализирано
	Подобрување на довербата во статусот на имотните листови/ сопственоста врз земјиштето	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Помош на развојот на земјишниот катастар</li> </ul>	- реализирано

Приоритет	Цел	Вклученост на Општина Охрид	Ниво на имплементација
<b>ОРГАНИЗАЦИЈА</b>	Зајакнување на ТЛЕР-от	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ангажирање на краткорочна техничка помош за давање совети за регрутирање и за оперативниот и менаџерскиот систем во ТЛЕР-от со систематизација на работни места</li> </ul>	- реализирано
	Зајакнување на капацитетот на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот во подрачниот дел на Охрид и Струга	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ангажирање на долгорочна техничка помош за обука на извршни директори, директорите за маркетинг, директори за развој и за човечки ресурси и на персонал на новата Агенција за промоција и поддршка на туризмот</li> </ul>	- реализирано
	Обезбедување на учество на ТЛЕР-от во развојот на туризмот и ефикасното јавно-приватно партнерство	<ul style="list-style-type: none"> <li>Конституирање на Советодавен совет во ТЛЕР-от :за следните теми: маркетинг и промоција; развој на производи; развој на човечки ресурси и на услужни стандарди; и улога и функција на ТЛЕР-от</li> </ul>	- не е реализирано
	Пореална и позначајна категоризација на сместувачките капацитети	<ul style="list-style-type: none"> <li>Воведување критериуми за квалитет во барањата</li> <li>Обележување со ѕвезди според западните стандарди</li> </ul>	- реализирано
<b>СВЕСТ ЗА ТУРИЗМОТ</b>	Развој и имплементирање на Програма за свест за туризмот	<ul style="list-style-type: none"> <li>Започнување кампања за јавната свест за туризмот и за гостопримливоста кон посетителите</li> <li>Воведување на туристичката свест/можностите за кариера во наставните програми во средните училишта</li> </ul>	- реализирано

Во Националната стратегија за туризмот во периодот од 2009 до 2013 г. проценката на стратегиските цели е направена преку целите кои се однесуваат на остварениот туристички промет и економските резултати. Основна цел била бројот на пристигнувања во 2013 год. да изнесува 766.000 туристи. Но, ова не е остварено. Тоа произлегува од нереализираниот умерен раст кај домашните туристички посети. Нивниот број бележи значително опаѓање. За разлика од тоа бројката на меѓународни пристигнувања ја надминува предвидената бројка, но кумулативно не е реализиран бројот на посетители. Целта била да се реализираат вкупно 766.000 од кои 422.000 домашни и 344.000 а остварени се, вкупно 702.000 од кои 302.000 домашни и 400.000 ноќевања. Слични резултати се реализирани во врска со целта да се зголеми бројот на реализирани ноќевања. Целта била до 2013 год. 2.779.000 ноќевања, од кои 1.986.000 домашни и 793.000 странски. Но, целта е реализирана само кај странските ноќевања кои изнесуваат 882.000, што е за околу 100.000 повеќе од предвидувањето, а ноќевањата на домашните туристи опаднале на ниво од 1.276.000. Вкупно се реализирани 2.157.000 ноќевања, што е помалку за 622.000.

Ако се направи паралела со реализираниот туристички промет во Општина Охрид ќе се види дека резултатите се слични.

Овие зацртани цели се реализирани во периодот кој е опфатен со Стратегијата за туризам од 2016 до 2021 година. Меѓутоа, пандемијата COVID-19 ги анулира постигнатите резултати, така што во идните петгодишни предвидувања ова влијание ќе има круцијално значење.

Проценката опфаќа околу 50 критериуми за успех во реализацијата на Националната стратегија за туризам. Од нив потполно се имплементирани 10, делумно 11, а останатите не се реализирани (види Националната стратегија за туризам на Р.М. Кол & Партнер ДОО Скопје стр. 12- 15).

Табела бр. 3 – Преглед на имплементацијата на критериумите за успех во Националната стратегија за туризам

<b>ЦЕЛОСНА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КРИТЕРИУМИТЕ ЗА УСПЕХ</b>	<b>ДЕЛУМНА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КРИТЕРИУМИТЕ ЗА УСПЕХ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- постои директориум за планински патеки</li> <li>- постојано се зголемува учеството на саеми достигнувајќи 20 саеми во 2016 година</li> <li>- владата му дава приоритетен статус на туризмот</li> <li>- креирано е национално туристичко лого „Македонија вечна (Macedonia Timeless)</li> <li>- годишните маркетинг планови ги изготвува АППТ, а ги одобрува Владата</li> <li>- направен е нов промотивен материјал</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- идентификувани се потенцијални „иконски“ производи, но сепак не се целосно развиени</li> <li>- отворени се висококвалитетни хотели, но сепак има недостаток на меѓународно брендирано хотели во Р.С. Македонија</li> <li>- специфична „посебна“ винска рута (тематска рута) не е развиена, но постојат неколку точки на интерес</li> <li>- националната туристичка веб - страна презентира неколку рурални туристички села, но тие сепак не се добро развиени</li> </ul>

<b>ЦЕЛОСНА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КРИТЕРИУМИТЕ ЗА УСПЕХ</b>	<b>ДЕЛУМНА ИМПЛЕМЕНТАЦИЈА НА КРИТЕРИУМИТЕ ЗА УСПЕХ</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- катастарските планови континуирано се подобрува, што е во функција на подобрување на процесот на регистрација на сопственоста на земјиштето</li> <li>- основан е советодавен совет за АППТ</li> <li>- критериумите се адаптирани според европските стандарди за категоризација на сместувањето</li> <li>- зголемен е број на студенти кои студираат туризам</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- на националната туристичка веб - страна се дадени настани, односно фестивали - постои и календар, но соодветно не се одржува</li> <li>- постои линк на страната <a href="http://www.exploringmacedonia.com/mice/">www.exploringmacedonia.com/mice/</a> во однос на конференциски објекти во Р.С. Македонија</li> <li>- во врска со директориумот за манастирско сместување објавен е само водич на македонски јазик – не постојат информации на интернет</li> <li>- сеуште не се развиени тематски рути – воведени се и инсталирани кафеави туристички знаци</li> <li>- пристигнувања од земји на ЕУ значително се зголеми (2008 –2014), додека има помал број на албански посетители</li> <li>- вработувањето во туризмот забележа пораст помеѓу 2008 и 2014 година, но уделот на вкупното вработување остана стабилно</li> <li>- сеопфатни информации за туризмот во Р.С. Македонија се достапни на интернет, но веб сајтот не се одржува на соодветно ниво</li> </ul>

*Извор: Национална стратегија за туризам на Р.М.*

## **2. Проценка на Стратегијата за одржлив локален економски развој на општината Охрид (2007 – 2018)**

Проценката на Стратегијата за одржлив локален економски развој на општината Охрид (2007 – 2018) произлегува од фактот дека туризмот е еден од најзначајните фактори на одржливиот развој. Во исто време осигурувањето на одржливиот развој е основа за развој на туризмот. Ова синергично единство упатува на тоа туризмот да биде еден од приоритетите стратешкиот приод во развојот на Општината Охрид. Впрочем, стратегијата за развој на туризмот подразбира интегративност на животната средина, културното наследство, рецептивноста и управувањето со ресурсите кои стојат на располагање. Поради тоа проценката на реализираните резултати во областа на одржливиот развој е во директна врска со проектирањето на начините на користење на потенцијалите без искористување и одржување на стабилноста на животната средина и туризмот. Основен приод во оваа смисла е проценката на главните стратешки цели и анализа на реализираните активности од областа на туризмот во рамките одржливиот економски развој на Општина Охрид. Со оглед на тоа дека одржливиот развој е во тесна врска со руралниот туризам, проценката се однесува и на Подстратегијата за рурален развој на Општина Охрид, за да можат да се согледаат остварувањата во оваа област.

## 2.1. Анализа на реализираните активности во областа на развој на туризмот

Активностите од областа на развојот на туризмот во Стратегијата за одржлив локален економски развој на Општина Охрид се систематизирани според приоритетните цели. Нивната анализа овозможува проценка на нивото на реализација во предвидениот период со овој документ.

Табела бр. 4 – Преглед на реализираноста на активностите во Стратегијата за одржлив локален економски развој на општината Охрид

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	АКТИВНОСТИ ВО ТЕК НА РЕАЛИЗАЦИЈА	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- развој на туристичката инфраструктура и туристичка понуда</li> <li>- организиран пристап во промоцијата на туризмот преку туристичките органи, институции и асоцијации</li> <li>- дефинирање и селекција на туристички производ</li> <li>- медиумски активности за поддршка и развој на туризмот</li> <li>- стандардизација и категоризација на туристичките капацитети</li> <li>- поволни кредитни линии за стимулирање на приватниот туристички сектор</li> <li>- подобрување на транспортни и комуникациски врски и искористување на аеродромот</li> <li>- дефинирање на туристичкиот производ и понуда и нивна промоција и презентација</li> <li>- спроведување на законот за туризам, угостителство и привремен престој на гости</li> <li>- формување на функционални национални и локални структури за туризам</li> <li>- доследно спроведување на законодавството</li> <li>- категоризација на туристичките капацитети од мал обем</li> <li>- либерализација на визниот режим со земјите-членки на ЕУ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- развивање на различни видови на туризам, (езерски, еколошки, ловен, „робинзонски“, рекреативен, селски, здравствен</li> <li>- задржување и унапредување на интересот за туристички посети од земјите од југоисточна Европа</li> <li>- медиумска поддршка за позитивните примери, идеи и иницијативи за развој на туризмот</li> <li>- подобрување на квалитетот на постојната и изградба на нова инфраструктура</li> <li>- зачувување, унапредување и искористување на природно-географските услови и нивно инкорпорирање во развојот на туризмот</li> <li>- зачувување и унапредување на културно-историските обележја и нивно искористување во развојот на туризмот</li> <li>- развивање на туристичка инфраструктура во сите делови на општината</li> <li>- организирано презентирања на туристичките информации (пунктови и сигнализација)</li> <li>- заштита на природната средина и природните ресурси</li> <li>- активна и динамична промоција и презентација пред странскиот туристички пазар</li> <li>- користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови</li> <li>- развој на туризам во рурални области</li> <li>- развивање на алтернативен туризам</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- организирана и координирана маркетинг стратегија</li> <li>- дефинирање на капацитет за апсорпција, издржливост и квалитет на туристичките капацитети и услуги (carrying capacity analyses)</li> <li>- гарантен и кредитен револвинг фонд за подигнување на квалитетот во туризмот</li> <li>- фонд за реновирање на селски капацитети</li> <li>- хидролеталиште за хидроавиони</li> <li>- формирање на спортски авио-клуб</li> <li>- оформување на модел за следење на реалните актуелности во туризмот</li> <li>- формирање на министерство за туризам</li> <li>- донесување на ефективна национална стратегија за одржлив развој на туризмот</li> <li>- брендирање на Охрид</li> </ul>

РЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ	АКТИВНОСТИ ВО ТЕК НА РЕАЛИЗАЦИЈА	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- развој на зимски туризам</li> <li>- зачувување на чистата животна средина</li> <li>- подигање на капацитетот на секторот за ЛЕР и туризам</li> <li>- подготовка и имплементација на стратегија за одржлив развој</li> <li>- искористување на човековите ресурси од областа на туризмот, и нивно усовршување и професионализација во туристичкото работење</li> <li>- организираност и координираност на туристичкиот сектор</li> <li>- доследно и квалитетно спроведување на развојните планови и програми во туризмот</li> <li>- професионализација и профилирање на туристичкиот кадар</li> <li>- зголемена соработка помеѓу мали и средни претпријатија (МСП), ЛС, национални и странски институции, агенции и фирми</li> <li>- зголемување на ингеренциите на ЛС</li> <li>- координирана размена на информации помеѓу јавен, бизнис и граѓански сектор</li> <li>- информативен систем за управување со туризмот</li> <li>- формирање база на податоци и мапирање на туристичкото стопанство</li> <li>- профилирање и професионализација на туристичките работници</li> <li>- искористување на реформите во ЛС и користење на нивните бенефиции за развој на туризмот</li> <li>- воспоставување на меѓуопштинска и регионална соработка во областа на Туризмот</li> <li>- зачувување на статусот на Охрид -град на УНЕСКО</li> <li>- намалување на сивата економија, корупцијата и лошата економска состојба</li> </ul>	

Извор: Стратегијата за одржлив локален економски развој на општината Охрид

## **2.2 Проценка на главните цели на Стратегијата за одржлив локален економски развој на Општина Охрид**

Во Стратегијата за одржлив, локален економски развој „туризмот претставува една од најзначајните развојни индустрии за Општината Охрид“. Основната цел е содржана во планот за конкурентност. Таа подразбира подобрување на различни подрачја на активности и бизнис кои на било кој начин се поврзани со туристичката дејност (или пак би можеле потенцијално да бидат поврзани), а со цел на создавање на соодветни претпоставки како основа за конкурентност и развој на туристички активности, производи и искуства во согласност со Стратегијата за развој на туризмот (Стратегија за одржлив, локален економски развој на Општина Охрид). Во овој документ главните цели се систематизирани во приоритетни рамки. Тие се рангирани како четири приоритети и тоа: дефинирање на туристичкиот производ и понуда и нивна промоција и презентација, подобрување на квалитетот на постојната и изградба на нова инфраструктура, институционално јакнење, развој на човечки ресурси и брендирање на Охрид како туристичка дестинација.

### **2.2.1 Дефинирање на туристичкиот производ и понуда и нивна промоција и презентација**

Целта да се дефинираат туристичките производи, понудата во целина и нивна промоција и презентација подразбира јасна насока кон која Општината Охрид треба да се стреми во поглед на динамизирањето на туристичкиот развој. Во овој поглед Локалната самоуправа покажува високо ниво на посветеност, заедно со другите засегнати страни. Тоа подразбира дека остварувањето на оваа цел е во контекст на соработка и взаемно делување. Содржината на престој на туристите е од круцијална важност во дефинирањето на оваа област. Таа подразбира подобрување на уреденоста и опременоста на просторот, ориентација кон разновидни развојни туристички видови, селективност во креирањето на туристичките производи и понудата, отвореност за посета и презентирање на вредностите, поттикнување на интересот за посета и престој, содржајна и диференцирана промотивна дејност и освојување на туристичкиот пазар. Овој процес може да се процени како континуиран. Тоа значи дека и реализацијата на оваа цел отвора нови можности за нејзино унапредување. Затоа сметаме дека оваа цел е реализирана, но и дека во континуитет се надоградува.

### **2.2.2 Подобрување на квалитетот на постојната и изградба на нова инфраструктура**

Квалитетот на инфраструктурата спаѓа во развојните фактори кои се внесени во туристичкиот простор. Затоа е важно што се води грижа таа да биде чинител кој ќе го подржува одржливиот развој на туризмот, а не обратно. Општината се соочува со потреба од постојано санирање на загрозувањето на животната средина, затоа што атрактивниот простор е мета на искористување, деградација и девастација. Одржувањето на колекторскиот систем, санацијата на отпадните води, загадувањето на воздухот и одржувањето на брегот на Охридското Езеро се само дел од проблемите од инфраструктурен карактер. Но, исто така е важна и супраструктурата што подразбира преземање на различни оперативни интервенции за реализација на оваа цел. Тоа значи дека сатурацијата на просторот има значајно место во

поглед на одржувањето и унапредувањето на квалитетот во организацијата на просторот. Затоа општината се вклучува во санациите, одржувањето и иновирањето на инфраструктурната и супраструктурната уреденост. Тоа подразбира почитување на стандарди, одржливо користење на природните и антропогените туристички вредности, унапредување на пристапноста, сигнализација и визуализација, стимулирање на туристичките капацитети и подобрување на инфраструктура за развој на селективни видови туризам. Оваа приоритетна цел е главно реализирана, но не е извршена целосна реализација, како и некои елементи од целта кои не можат да се реализираат. Тоа ќе се види од анализата на активностите кои се предвидени за реализација на овој приоритет.

### **2.2.3 Институционално јакнење и развој на човечки ресурси**

Институционалното јакнење и консолидација на човечките ресурси има универзално значење како приоритетна цел на туристичкиот развој. Тоа значи дека општината Охрид се наоѓа во овој контекст. Таа има активен однос во развојот на туризмот, не само на локално ниво, туку кадровски и институционално учествува во креирањето на развојната политика на национално ниво. Од друга страна, реализацијата на оваа цел, односно јакнењето на национално ниво се одразува и на туризмот во општината Охрид. Оваа цел се однесува на создавање кадровски и организациски услови за согледување на појавите и односите во општината и надвор од неа. Во овој поглед се бара стратески приод, спроведување на планираните активности и координација на различните организациски структури по хоризонтална и вертикална основа, каде што се вбројува и меѓуопштинската соработка. Ова се однесува, не само на домашно рамниште туку и во меѓународни рамки. Посебно е важно да се истакне неопходноста од професионален однос и постојано унапредување на специјализираните знаења, вештини и техники. Во поглед на реализација на оваа цел важно место има јакнењето на ЛС во однос на националните инженерции. Исто така, е важна соработката на засегнатите страни во рамките на општината Охрид и надвор од неа. Оваа цел подразбира и јакнење во областа на собирање и управување со информациите од областа на туристичката дејност. Во насока на подобрување на квалитетот на туристичките производи и услуги Општината Охрид се наоѓа во функција на примена на стандардизација и категоризација, како современ приод во развојот на туризмот.

### **2.2.4 Брендирање на Охрид како туристичка дестинација**

Брендирање на општината Охрид како туристичка дестинација произлегува од определбата за брендирање на национално ниво. Оваа приоритетна цел во рамките на определувањето на одржливиот развој подразбира дека треба да се создадат брендови на локално ниво. Тоа подразбира дека туристичките дестинации треба да имаат свои брендови. Овој процес е важен затоа што на туристичкиот пазар препознатливоста е основен параметар за прифаќање на туристичките производи. Проценката на оваа цел во рамките на СОЛЕР на Охрид покажува дека таа не го содржи пристапот во овој процес. Тој подразбира истражување на имиџот, креирање на брендот преку анализа на препознатливоста, ангажман на креатори на брендот, негово усвојување, афирмација пред стручната и научната јавност, заштита и користење во дестинациски рамки и на туристичкиот пазар. Остварувањето на оваа цел подразбира



афирмација и лојалност на корисниците, отсуство на ризик, привлекување на нови корисници, зголемен углед на ДМО и гаранција на квалитетот.

### **2.3 Проценка на Потстратегијата за рурален развој на Општина Охрид**

Потстратегијата за рурален развој на Општина Охрид појдовна основа наоѓа во богатството на автентични природни, културни и традиционални ресурси и производи кои го поттикнуваат руралниот развој и туризмот. Така туризмот е во тесна врска со руралниот развој. Во стратегијата се определени основните цели на оваа Потстратегија. Една од основните цели е „Поставување на рамка за поттикнување на руралниот развој, и посебно руралниот туризам како дел од севкупната туристичка понуда на Општина Охрид“ (Подстратегијата за рурален развој 2014-2018 год. на Општина Охрид стр. 4). Во овој контекст е и определбата тематска област „туризам и локален економски развој“ да биде една од шесте области во кои се идентификувани и утврдени стратешките цели и приоритети. Стратегијата ги потенцира можностите за економски и социјален развој ставајќи го алтернативниот туризам како најбрзо растечка дејност во туристичката индустрија во овие рамки. Потенцијалите за развој се презентирани во кратки црти во 27-те селските средини на општината. На овој начин се презентирани некои од природните вредности во општината како фактори за развој на туризмот. Можностите за развој на руралниот туризам се дадени преку презентацијата на полјоделските површини и култури и сточниот фонд, автохтоните производи (охридска цреша, охридски домат-јабучар) и лековити и ароматични растенија (коприва, жалфија, мајчина душица, босилок, ајдучка трева, кантарион, перуника, глуварче и др.). Бидејќи развојот на руралниот туризам се врзува за демографските потенцијали овој документ ги содржи структурите на возраст и родова застапеност по селските средини.

#### **2.3.1 Анализа на туризмот и локалниот економски развој**

Стратегијата содржи SWOT анализа во која се предвидени приоритети и активности со кои ќе се задржат јаките страни, слабите да се претворат во јаки, како да се искористат можностите и како да се надминат заканите. Во овој поглед определени се приоритети како: развој на рурален туризам и алтернативни форми, подигање на капацитетите на локалното население од руралните области за рурален развој и развој на претприемништвото, традиционалното занаетчиството и развојот на МСП.

Табела бр. 5 – Преглед на реализираноста на активностите во Потстратегијата за рурален развој на Општина Охрид

АКТИВНОСТИ ВО ТЕК НА РЕАЛИЗАЦИЈА	НЕРЕАЛИЗИРАНИ АКТИВНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> <li>- решавање на имотно правните односи</li> <li>- искористување на финансиските средства од Националната програма за поддршка на руралниот развој за финансирање на изработка на планска документација</li> <li>- искористување на финансиските средства од европската ИПА и ИПАРД програм за поддршка на руралниот развој</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- внесување на планска и просторна документација за руралните средини</li> <li>- враќање на статусот на правни лица на Месните и урбаните заедници</li> <li>- реставрација на стари автентични објекти</li> <li>- здружување на даватели на услуги во руралниот туризам</li> <li>- развој и промоција на туристички пакети, производи и понуда на туристичкиот пазар</li> <li>- обуки на населението во руралните области за искористување на средствата од ИПА и други фондови</li> <li>- дизајнирање и печатење на промотивен материјал за понудата во руралните области</li> <li>- финансирање на мали проекти за рурален развој од средства на локалната самоуправа</li> <li>- традицијата на обработка на волна, плетени џемпери, чорапи, торби и други реквизити со традиционални бои и шари како туристички производ</li> <li>- планирање на минимум финансиски средства на локалната самоуправа за рурален развој</li> <li>- унапредување на статусот на месните и урбаните заедници</li> </ul>

Извор: Потстратегија за рурален развој на Општина Охрид

### 2.3.2 Анализа на планот за развој на руралната област

Стратешките цели, приоритети и проекти по области населени места се дадени како План за развој на руралните области во општина Охрид. Во него „квалитетно и целосно искористување на туристичките и стопанските потенцијали на руралните области со што би се подобрил квалитетот на живеење на селските средини“, претставува стратешка цел која се однесува на сите селски населени места. Приоритети на оваа цел се:

- **развој на рурален туризам и алтернативни форми на туризам;**
- **подигнување на капацитетите на локалното население од руралните области и**
- **развој на претприемништво, традиционално занаетчиство и развој на МСП.**

Приоритетите, како и стратешката цел не се разликуваат во поглед на локациите. За разлика од тоа, приоритетните проекти се определени во зависност од потребите на секое населено место

посебно. Во проектите преовладуваат потребите кои овозможуваат реализација на активностите.

*Развој на рурален туризам и алтернативни форми* треба да се реализира низ следниве проекти:

- Развој на информативна сигнализација, инфо-пулт и екрани на допир, обнова на информатички табли, промотивни кампањи, уредување на речни корита и заживување на стари воденици, излетнички места, изградба на пешачки патеки, обележување на улици, изградба на жичари, урбанистичко уредување, реставрација на автентични објекти, уредување на селски јавни површини, ски-рекреативна патека и ски лифт, уредување на плажа во Подмоље, обележување и реновирање на патеки на траса с. Завој - Стари Завој и зимски центар на Плаќенска Планина.

*Подигањето на капацитетите на локалното население од руралните области* е определено за реализација преку следниве проекти:

- Обуки за даватели на услуги во руралниот туризам – креација на сувенир, понуда на храна и пијалаци, стандарди во сместување, подигање на свеста и културата на месното население за развој на туризмот и формирање на локално здружение за афирмација на туризмот.

*Развој на претприемништвото и традиционалното занаетчиство на МСП* треба да се реализира преку следниве проекти:

- Работилници и субвенции за занаетчиите, реновирање на постоечки објекти како би се отвориле определени индустриски капацитети и нивно враќање на стопанисување на МЗ, обнова на зграда на Килимара во Куратица и понуда на објекти на МСП.

### **3. Проценка на националните политики и легислатива за управување со заштитени подрачја**

Националните политики и легислативата за управување со заштитените подрачја, како во случајот со Охрид и Охридскиот регион претставуваат цел еден сет на правни акти и стратешки документи кои треба да обезбедат заштита и унапредување на вредностите на заштитените подрачја од една страна, и одржлив развој на просторните целини каде што тие вредности се наоѓаат од друга страна. Охрид и Охридскиот регион се подрачје со впишана исклучителна универзална вредност од страна на УНЕСКО и регионот се наоѓа на листата на светското наследство под ревидиран назив: Природно и културно наследство на Охридскиот Регион (Одлука 30 COM 8B.9, од 2006 година на Комитетот за светско наследство), а во исто време регионот е дел од Прекуграничниот биосферен резерват Охрид-Преспа (Одлука SC-14/CONF.226/8/REV на МАБ Комитетот на УНЕСКО од 2014 година).

### **3.1 Закон за управување со светското природно и културно наследство во Охридскиот регион (Сл. Весник на РМ бр.75/10)**

Ова е матичниот закон кој го нормира управувањето со светското природно и културно наследство во Охрид и Охридскиот Регион. Во него се пропишуваат елементите во функција на управување со наследството како обврски преземени според Конвенцијата за заштита на светското културно и природно наследство на УНЕСКО, и се одредуваат субјектите кои имаат права и обврски во однос на управувањето со светските вредности во регионот како и нивната заштита. Во целите на овој Закон се потенцира потребата од создавање на услови за одржлив развој на државата и на општините кои се во склоп на заштитеното подрачје, Охрид, Струга и Дебрца, преку соодветно користење на светското природно и културно наследство. Но исто така, се потенцира и спречувањето на активности кои негативно влијаат врз неговите исклучителни вредности. Во таа насока во Чл.28 се утврдува користењето на светското природно и културно наследство, а меѓу другото се посочува дека тоа се „користи на начин кој овозможува негово зачувување во изворна состојба, зачувување на интегритетот и се оспособува да служи за задоволување на културните, научните, образовните, естетските, верските, економските, туристичките и други потреби на граѓаните и општеството.“ Препознавајќи ги заканите, во Чл.5 во точка 1, се дефинира дека „Светско природно и културно наследство во опасност е природно и културно наследство на кое му се заканува сериозна и конкретна опасност како што се закана од уништување поради забрзано пропаѓање предизвикано од спроведување на проекти на големи јавни и приватни работи, урбан и туристички развој...“.

### **3.2 Закони кои ја третираат заштитата на културното наследство**

Во продолжение ќе бидат посочени законите кои ги третираат заштитата и управувањето со заштитените подрачја, а со тоа и заштитата на Охрид и Охридскиот регион. Делот на заштитата на културното наследство се регулира со *Законот за заштита на културното наследство* (Сл. весник на РМ бр.20/04, 71/04, 115/07, 18/11, 148/11, 23/13, 137/13, 164/13, 38/14, 44/14, 199/14, 104/15, 154/15, 192/15, 39/16, 11/18, 20/19). Во овој Закон културното наследство на регионот е внесено во категоријата споменик на културата, а во делови на Законот се споменува развојот на културниот туризам во насока на заштитата и презентацијата на културното наследство.

*Законот за прогласување на старото градско јадро на Охрид за културно наследство од особено значење* (Сл. весник на РМ бр.47/11, 154/15) го прогласува старото градско јадро на Охрид за културно наследство од категоријата особено значење, поткатегија - големо значење. Со овој Закон се пропишува изготвување на План за интегрирана заштита, во кој треба да е содржан дел со утврдување на насоки за развој на културниот туризам во согласност на принципот на одржлив развој.

### **3.3 Закони кои ја третираат заштитата и управувањето со природното наследство**

*Законот за заштита на Охридското, Преспанското и Дојранското Езеро* (Сл. весник на РМ бр.45/77, 8/80, 51/88, 10/90, 62/93) ја третира заштитата на езерата, а соодветно и Охридското Езеро се прогласува за споменик на природата и се става под посебна заштита. Заштитата на езерата се води со преземање на превентивни и други мерки кои се утврдени во соодветни програми за заштита.

*Законот за прогласување на дел од планината Галичица за национален парк* (Сл. весник на РМ бр.71/10) каде заради заштита на неговата биолошка и пределска разновидност кои се од исклучително значење за заштита на природата, дефинира заштитено подрачје „Национален парк Галичица“. Во овој Закон, јавната установа која управува со националниот парк, меѓу другото, заштитата ја врши и со создавање на услови за развој на туризмот во согласност со принципот за одржлив развој. Притоа, во зоната на активно управување дозволени се форми на еко-туризам, а во другите зони на помала заштита, дозволени се активности кои се предвидуваат со планот за управување и годишните програми за заштита на природата.

*Законот за заштита на природата* (Сл. весник на РМ бр.67/04, 14/06, 84/07, 35/10, 47/11, 148/11, 59/12, 13/13, 163/13, 41/14, 146/15, 39/16, 63/16, 113/18) ја уредува заштитата на природата преку заштита на биолошката и пределската разновидност и заштита на природното наследство, во заштитени подрачја и надвор од заштитени подрачја. Во овој Закон во категориите национален парк и повеќенаменско подрачје предвидено е создавање на услови за развој на туризмот во согласност со принципот на одржлив развој. Ваквите активности се дозволуваат во зоните за активно управување.

### **3.4 Стратешки документи за управување со заштитеното подрачје на Охридскиот Регион**

Важен дел на националните политики во однос на третманот на заштитените подрачја се стратешките документи. Туку со нив се обезбедуваат стратешките цели, мерки и активности неопходни за еден активен и одржлив третман на вредностите во заштитените подрачја. Во таа насока, најважниот документ кој треба да го обезбеди балансот помеѓу заштитата и развојот е *Планот за управување со природното и културното наследство на Охридскиот Регион* (Сл. весник на РСМ бр.45/20). Така во него се нагласува дека овој план е: *првиот чекор кон дефинирање на обмислена политика за управување со природното и културното наследство и соодветно промовирање на светското значење на Охридскиот Регион*. Природно е тоа што туризмот има важно место во деловите на планот и тоа во позитивен и негативен контекст. Така, уште на почетокот на документот, како една од главните закани кон интегритетот на доброто е неговиот неконтролиран, некоординиран урбан развој и притисоците од туризмот, додека на крајот, во делот на други вредности кои ги има Регионот, се споменува туризмот, како можност за развој со почитување на заштитниот третман на природното и културното наследство, за да се заклучи дека недостасува јасно дефинирана визија на туристичкиот производ на локално ниво и стратешки не се одредени целите за одржлив развој на Регионот.

Туризмот има свое место и во визијата на Планот за управување, каде се потенцира дека Регионот ќе претставува атрактивна дестинација за сите. Препознатливите обележја ќе се афирмираат како брендови на Регионот, притоа, природното и културното наследство ќе се афирмира со развојот на еко-туризмот и другите форми на алтернативен туризам. Како одговор на идентификуваните закани, во Планот за управување се воспоставуваат цели и мерки кои треба да се преземат. Во делот на утврдената закана – Неодржлив туризам, поставена е цел – Развивање на одржлив туризам, со следните мерки:

- Контрола на крајбрежна трансформација за целите на масовен туризам;
- Контрола врз уредувањето на постојните плажи;
- Ограничување и контрола на водни спортови;
- Воспоставување на одржлив транспорт во текот на туристичката сезона;
- Воспоставување на одржлив културен и алтернативен туризам;
- Контрола врз концентрирањето и влијанијата од туристичките посети.

Вториот важен стратешки документ кој разработува активен пристап во третманот на заштитеното подрачје е *Планот за управување со Националниот парк Галичица 2010-2020*. Во еден сепарат издвоена е *Стратегијата за развој на одржлив туризам во Националниот парк Галичица 2009-2013*. Главните поенти на оваа Стратегија се темелат на принципите на Европската повелба за одржлив туризам во заштитени подрачја и истите се дополнети со следните начела:

*Финансиска одржливост*: при инвестирањето во туризмот, посебно треба да се внимава на тоа инвестициите да обезбедуваат сигурен приход и да не го оптоварат буџетот на ЈУНПГ;

*Еколошка одржливост*: квалитетот на природните и културните вредности се препознаваат како главен капитал на подрачјето. Целта е да се унапредат овие вредности во тие делови кои се најпривлечни за посетителите;

*Ефикасно користење на ограничените финансиски средства*: треба да се избегне непотребно преклопување и администрација со цел финансиските средства да се искористат што е можно поефективно во смисла на управување со одржливиот туризам во Паркот;

*Подобрување на квалитетот на животот*: место што е привлечно за посета е исто така и привлечно место за живеење и работа. Стратегијата за туризам во голем мерка се посветува на подобрување на квалитетот на живеењето на локалните заедници, но исто така и работните услови и стручната оспособеност на вработените во ЈУНПГ и

*Отчетност*: приходите од влезници, донации и други јавни давачки ќе се користат на транспарентен начин.

Студијата за туризам ги определува следните стратешки цели:

Максимизирање на економските придобивки на начин што ќе биде во согласност со одржливиот развој и ќе обезбеди заштита и унапредување на природните, историските и културните вредности;

До 2013, туризмот ќе игра значително поголема улога во развојот на подрачјето на Паркот, преку подобрување на квалитетот на инфраструктурата, управувањето со туризмот и квалитетот на животот на локалните заедници.

Од стратегиите на национално ниво, ќе споменеме неколку кои во мали делови се осврнуваат на мерки и акции поврзани со туризмот во заштитените подрачја. Така, во *Националната стратегија за биолошка разновидност 2018-2013*, туризмот се става во дејностите кои делуваат неповолно врз биолошката разновидност и се коментираат постојните стратегии и активности со заклучок дека слабо се користи високата биолошка разновидност во Р.С. Македонија за развој на туризмот од една страна, а се планираат туристички развојни зони за масовен туризам во заштитени подрачја од друга страна. Во еко-туризмот се гледаат развојни перспективи со оглед на високата разновидност на флората, фауната и екосистемите во определени региони. Како една од акциите во насока на воведување на позитивно користење на стимулациите за одржливо користење на биолошката разновидност, е преиспитувањето на ефектите од субвенциите за масовен туризам и стимулирање на субвенционирањето на алтернативни видови на туризам.

Во *Националната стратегија за развој на културата во Република Македонија 2018-2022* (Сл. весник на РМ 81/18), се определуваат основните принципи и насоки за идниот стратешки развој и назначува различни приоритети во дејностите од културата. Во делот кој ја разработува културата и развојот, како еден од приоритетите е: *поставување на културата во самото средиште на извршната политика во однос на важни прашања, како што се зголемување на социјалната кохезија, поттикнување на продуктивноста, развој на туризмот, како и мапирање, поттикнување и субвенционирање на потенцијални креативни индустрии во функција на туристичкиот развој и одржливост.*

Друг значаен стратешки документ на национално ниво претставува *Просторниот план на Република Македонија* (2006) каде поопширно се опфатени развојот и заштитата на природните и културните ресурси, како и туризмот. Значајна основна цел претставува рамномерниот развој што значи намалување на регионалните диспропорции во сите сфери на развој. Во таа смисла, изработката на овој стратешки документ е во согласност со европските мисии на ESDP (Перспективи на просторниот развој на Европа), односно регионалната иницијатива INTERREG II C, со која се поддржува транснационалната соработка во просторното планирање. Природните ресурси (земјоделството, шумските површини, минералните и водните ресурси) и културните ресурси (посебни недвижното културно наследство) се опфатени во рамките на просторниот план од аспект на нивната идна заштита, одржливо користење и намалување на тенденциите за прекумерно користење на истите.

Посебен дел во рамките на просторниот план е одвоен на *заштитата и унапредување на животната средина, природното и културното наследство и развој на туризмот* во кој се поврзуваат природните и културните ресурси и туризмот. Животната средина се третира во

смисла на регистрирање на основните загрозувачи и загадувачи, како и изнаоѓањето на начини за нивното отстранување. Се нагласува улогата на приоритетните акции во рамките на *Националниот акционен план* кои се однесуваат на санацијата, ревитализацијата и превенцијата преку имплементацијата на посебни програми и планови за заштита на водите, воздухот, почвата, шумите, биодиверзитетот, заштита од бучава, техничко-технолошки незгоди, управување со цврстиот отпад. Во истиот дел е опфатено и природното наследство. Природните вредности се заштитени во рамките на просторниот план преку нивно одредување во заштитни групи со соодветен режим на заштита: општи природни резервати - национални паркови, строги природни резервати, научно-истражувачки природни резервати, предели со посебни природни карактеристики, карактеристични пејзажи, посебни природни резервати, одделни растителни и животински видови надвор од природните резервати и споменици на природата. Во просторниот план се регистрира расчекор во потребите за заштитата и нејзиното практично остварување што резултира со наручување на природните еко - процеси, загрозување на заштитени подрачја и објекти.

Културното наследство (посебно недвижното културно наследство) во истиот дел во рамките на просторниот план се третира како значајна материја и неизоставен елемент кој треба да се земе во предвид при планирањето на економскиот, социјалниот и просторниот развој на одделни подрачја и земјата во целина, а во тие рамки и во просторното и урбанистичкото планирање. Со тоа недвижното наследство треба да се интегрира во просторното и организационото ткиво на градовите и населените места или пошироките подрачја. Во таа насока при конципирањето на просторни и урбанистички планови треба да се определат зони на заштита на споменички целини и поединечни споменици со диференциран режим на заштита, контактни зони, предлози за ревитализација и вклопување во просторната организација, резервирани зони за идни археолошки истражувања. Треба да се истакне ревитализацијата и одржливото користење на културните ресурси во кои туризмот може да игра посебно значајна улога.

Туризмот е исто така третиран во рамките на овој дел на Просторниот план. Во основните цели на развојот на туризмот се нагласува: *„заштитата и ревалоризацијата на просторите погодни за развој на туризмот, нивно туристичко - урбанистичко обликување и вклопување на објектите во природниот или историскиот амбиент, целосно применувајќи ги критериумите и стандардите за заштита на животната средина, природното и културното наследство“*. Во Просторниот план на РМ се дава и регионализација на туристичките простори до 2020 година. Треба да се спомне дека според оваа регионализација, Општина Охрид спаѓа во Охридско - преспанскиот регион, односно Охридската зона и зоната Галичица.

Значаен стратешко - развоен документ од регионално значење претставува *Просторниот план на Охридско-Преспанскиот регион (2005-2020)*. Слично како и во Просторниот план на РМ, во овој документ се третираат природните и културните ресурси, како и туристичкиот развој. И во овој документ се нагласува одржливото користење и заштитата на сите расположливи природни и културни ресурси. Во делот каде е опфатен туризмот, се нагласува дека: *„Појдовна основа на концептот за развој на туризмот и организација на туристичките простори претставува значењето на природното и антропогеното*



*наследство.*“ Во таа смисла туризмот се препознава како значаен фактор за унапредување и витализацијата на просторните ресурси. Се нагласува дека е потребно унапредување на маркетиншките преземања на туризмот за зголемување на побарувачката, како и оптималното користење на природните и антропогените ресурси со креирање на посебни видови туризам во диференцираните просторни целини. Се дава детален преглед на зоните и локалитетите во рамките на Охридско - преспанскиот туристички регион со нивното значење (меѓународно, национално и регионално) и можностите за одвивање на различните видови туризам во нив.

Може да се заклучи дека Просторниот план на РМ третира елементи кои се значајни за туристичкиот развој на Општина Охрид. Имено, во заштитените природни подрачја треба да се спомене дека општината располага со голем дел од територијата на Националниот Парк Галичица кој има посебен режим на заштита. Потоа, општината се грижи и за користење на Охридското Езеро кое претставува еден од најзначајните водни ресурси во глобални рамки. Неизоставен дел на туристичкиот развој на општината претставува и урбаното јадро на градот Охрид со огромниот број на културни вредности. Одржливите форми на туризам се преферираат со овој стратешки документ со кои природните и културните вредности и животната средина во целост би се користеле на одржлив начин без прекумерно искористување. Овие просторни целини кои спаѓаат на територијата на Општина Охрид се подетално разработени во рамките на Просторниот план на Охридско-Преспанскиот регион со точно дефинирани локалитети и можности за развој на селективни видови туризам. И во овој документ се нагласува големото значење што одржливиот туризам може да го има во севкупниот туристички развој на просторот.

#### **4. Проценка и анализа на препораките на УНЕСКО и акционите планови**

Во делот што следи ќе бидат анализирани неколку документи со препораки на Центарот за светско наследство на УНЕСКО (WHC) и нивните импликации врз туризмот во регионот. Во неколку од нив се нотира притисокот од туризмот кој се манифестира низ различните форми преку зголемената урбанизација, сообраќајната преоптеретеност, менаџирањето со бројот на посетители во одредени ударни периоди итн. Во Одлуката WHC/38COM 7B.58 од 2014 година во Доха, а врз основа на советодавната мисија на ИКОМОС/УНЕСКО од 2013 година, се изразува загриженост за проектите поврзани со туристичките развојни зони Љубаништа 1-2, развојна зона Струга, како и за планирањето на ски-центар на Галичица. Во заклучоците и Одлуката WHC/40COM 7B.68 од 2016 година во Истанбул, покрај забелешките за туристичките развојни проекти во Љубаништа и Галичица се потенцира потребата од следење на наодите во Стратешките оценки врз влијанието на животната средина (СОЖС) за Галичица и неколкуте инфраструктурни проекти. Притоа, се препорачува Комитетот да спроведе реактивна мониторинг мисија на ИКОМОС/ИУЦН за да се обезбеди статусот на доброто и да се обезбедат технички совети. Во зависност од Извештајот и во случај на утврдена или потенцијална загрозеност на исклучителната универзална вредност (ИУВ), да се разгледа можноста за запишување на доброто во Листата на загрозено светско наследство.

Оваа препорака беше основата врз која што се реализираше реактивната мониторинг Мисија на УНЕСКО во април 2017 година. И од таму произлезе екстензивен документ со констатации, заклучоци и препораки. Основната констатација е дека состојбата на доброто е под закана на бројни фактори кои можат да ја загрозат неговата ИУВ. Притоа во Извештајот се даваат заклучоци и препораки (19) кои треба да се спроведат со цел да се подобри заштитата на мешовитото светско културно наследство, за да тоа не се запише во Листата на светско наследство во опасност. Во препораките две директно се однесуваат и на туризмот, а тоа се:

Да се откажат плановите за изградба на ски-центар на Галичица, да се задржи постојното зонирање во Националниот парк и да се земат можностите за развивање на еко-туризам што нема негативно да влијае на доброто,

Да се изготви стратегија за развој на туризмот што се заснова на ИУВ, да се донесе регулатива за туристички активности (како на пример мобилна опрема и други комерцијални дејности на плажите).

Како резултат на Мисијата на УНЕСКО, Владата на РСМ беше задолжена да ги примени препораките и таа на крајот на 2018 година, усвои Извештај за напредокот во спроведувањето на препораките, каде се констатира стопирањето на постапките за измени во зоните на Националниот парк Галичица, со што се стопира постапката за изградба на ски-центарот како и инфраструктурните проекти кои требаше да поминат на неговата територија. Во Извештајот стои дека: *подготовката на Нацрт стратегијата за развој на туризмот во Охрид, исто така значаен стратешки документ кој треба да придонесе за контролиран туристички развој на регионот, беше запрена од причини што изготвениот нацрт документ не се темелеше на ИУВ на регионот и не беше во насока на препораките од Мисијата. Затоа се оцени дека е потребно да се изработи нова Стратегија за развој на туризмот која ќе ги задоволи бараните критериуми.*

Следува Одлуката на Комитетот (WHC/43COM 7B.36) усвоена во Баку во 2019 година, каде се поздравува запирањето на претходно споменатите проекти во туризмот (ски-центарот и туристичките развојни зони), но се нотираат и неисполнетите обврски од другите точки наведени во документот на Мисијата од 2017 година.

Токму поради двојната природа на туризмот во заштитените простори, од една страна да обезбедува активирање на природниот и културниот капитал во функција на економскиот развој на подрачјата, но и со неконтролираниот раст да ги загрозува основните атрибути на тие вредности од друга страна, во документите што ја трасираат заштитата, се дава особен акцент на развојот на туризмот. Така, во Планот за управување со светското природно и културно наследство во Охридскиот Регион, во акцискиот план се разработува развивањето на одржлив туризам. Тоа треба да се обезбеди со изработката на Стратегијата за одржлив туризам за Охридскиот Регион која треба да има и прекуграничен контекст со оглед на фактот што Охридското Езеро од неодамна целосно е впишано во регистарот на УНЕСКО. Една од основните мерки што се предвидуваат е контролираната урбана трансформација за целите на одржливиот туризам и тоа со активностите за донесување на урбанистичките планови за првата заштитна зона, како и донесената урбанистичка документација за плажи и контролата врз нивното уредување.

Во склоп на активностите зацртани во функција на мерката за воспоставување на одржлив културен и алтернативен туризам се:

Поттикнување и поддршка за развој на брендирано производи од креативните индустрии засновани на културното наследство,

Означување на културното наследство во Регионот со национален и меѓународен знак за заштита и други соодветни ознаки,

Развој на традиционални занаети/формирање на Центар за занаети и афирмирање на нематеријалното наследство на Охридскиот Регион.

Успехот на зацртаната мерка за контрола врз концентрирањето и влијанијата од туристичките посети ќе зависи од активностите како:

Изработка на Анализа на влијанието и последиците од неконтролиран развој на туризмот и проценка на капацитетот на издржливост (Carrying Capacity),

Изработка и спроведување на сообраќајни планови за Охрид и Струга.

Во Планот за Охридскиот Регион се препорачува и изработка на План за управување со посетители според упатствата на УНЕСКО.

Во еден ваков преглед треба да се споменат и некои планови и студии кои треба во скоро време да добијат своја финална верзија, а делумно се однесуваат на развојот на туризмот во заштитеното подрачје Охридски Регион, тоа се:

- Планот за управување со сливот на Охридското Езеро;
- Локален акциски план за животна средина за Општина Охрид (ЛЕАП);
- Студија за валоризација на Студенчишко Блато;
- Елаборат за валоризација/ревалоризација на културното наследство во Охридскиот Регион;
- Оценка за влијанијата врз животната средина (ОВЖС);
- Оценка за влијанијата врз културното наследство (ОВКН).

## **5. Анализа на тековната ситуација**

Следниот чекор во изготвувањето на оваа Стратегија претставува анализа на тековната ситуација. Тоа е потребно за да може сестрано и екстензивно да се согледаат моменталните состојби во различните сфери и во таа смисла да се определат приоритетите и целите на стратегијата за туризам во наредните пет години. Поради тоа во анализа на тековната ситуација се опфатени глобалните текови на туризмот, анализа на туристичката понуда и побарувачка (на општинско, регионално и национално ниво), анализа на економската важност на туризмот, основните туристички трендови, главните дестинации и атракции, како и рамковните услови кои постојат на просторот на Општина Охрид и кои го определуваат моменталното ниво на развојот на туризмот, но проекција на идниот развој.

## 5.1 Глобален туризам

Од 1950-тите, меѓународните пристигнувања на туристи драстично се зголемија, од 25 милиони на глобално ниво, на 527 милиони во 1995 година и 1,2 милијарди во 2016 година. Затоа, развојот на одржливиот туризам стана дел од глобалната агенда, поврзан со Целите за Одржлив Развој, т.н. ЦОР. Околу 80 проценти од сите меѓународни патувања се за одмор и рекреација, а 20 проценти се деловни патувања. Туризмот е нееднакво распределен низ целиот свет, а 97 проценти од светското население никогаш нема да лета. Ова значи дека само многу мал дел од човештвото е всушност дел од статистиката, а честопати, истите луѓе патуваат одново и одново. Според Светската туристичка организација, 50% од сите меѓународни пристигнувања се во Европа. За споредба, во Африка пристигнуваат само пет проценти од сите меѓународни туристички пристигнувања. Друг важен регион е Југоисточна Азија, со 25 проценти, Америка со 16 проценти од меѓународните пристигнувања. Најважните текови на туризмот се помеѓу индустријализираните земји, вклучително и Северна Америка, Европа, Јапонија и Австралија. Во Европа, повеќето туристи се насочени кон Медитеранот, а има големи текови од Северна Америка кон Карибите. Зголемениот број на луѓе кои патуваат со авион секоја година придонесуваат за светската економија, но исто така претставува и поголемо влијание и предизвик за животната средина, вклучително и оние поврзани со емисиите на стакленички гасови. Според Обединетите нации, Меѓувладиниот панел за климатски промени - МПКП, авијацијата произведува околу два проценти од светските емисии на јаглерод диоксид, број што е еквивалентен на вкупните емисии на Германија, која има население од приближно 83 милиони. Само во Европската унија, емисиите на стакленички гасови од авијацијата се зголемија за 87 проценти во периодот меѓу 1990 и 2006 година. Додека авијацијата честопати се поврзува со растечките емисии на стакленички гасови, особено затоа што бројот на патници се зголемува и луѓето патуваат на подолги растојанија, помалку беше ставено внимание на масовното производство на отпад. Гледајќи ги бројките од Меѓународното здружение за воздушен сообраќај, за 2016 година патниците за време на авиотранспортот создале 5,2 милиони тони отпад, бројка што се очекува да се удвои до 2030 година. Каде одат сите отпадоци? Најчесто на депонии или согорување. Како што се зголемува бројот на туристи во земјите со ниски приходи, се повеќе и повеќе од овој отпад завршува во неконтролирани депонии, бидејќи капацитетот за управување со отпадот таму е недоволен. Примери за такви дестинации се малите островски држави како Сејшелите, Маурициус, Аруба, Малдиви и Занзибар. Во еден случај, туристичките пристигнувања се зголемија за пет пати за само 20 години. Популарните туристички дестинации ќе имаат корист од позитивните исходи на туризмот, но исто така ризикуваат да бидат погодени од негативните несакани ефекти на секторот, вклучително и оштетување на здравјето на животната средина. Затоа, има потреба од силни партнерства и одлучувачко дејствување од сите заинтересирани субјекти во согласност со Агендата за одржлив развој во 2030 година<sup>1</sup>.

Во табелата во продолжение дадени се вредностите на пристигнати странски туристи по региони во Светот за периодот 2011-2018 година, период на најголема експанзија на туризмот на глобално ниво.

---

<sup>1</sup> *Global trends in tourism, University in Copenhagen, <https://www.coursera.org/lecture/sustainable-tourism/global-trends-in-tourism-ZBoXY>*

Табела бр. 6 - Број на пристигнати странски туристи по региони во Светот (во милиони)

	Африка	Блиски Исток	Америка	Азија и Пацифик	Европа	Вкупно
2015	54	58	194	285	611	1202
	4%	5%	16%	24%	51%	100%
2016	58	55	201	307	622	1243
	5%	4%	16%	25%	50%	100%
2017	63	58	211	324	677	1333
	5%	4%	16%	24%	51%	100%
2018	69	60	216	348	716	1409
	5%	4%	15%	25%	51%	100%
2019	73	61	220	361	745	1460
	5%	4%	15%	25%	51%	100%

Извор: Светска туристичка организација - UNWTO

Од вредностите дадени во претходната табела може да се заклучи следното:

Најголем процент од пристигнатите странски туристи доаѓаат во Европа (просечно 51% во анализираниот период). Просечниот пораст на странски туристи во Европа е 4.4% на годишно ниво;

Бројот на странски туристи континуирано се зголемува, а просечниот пораст е 4% на годишно ниво;

Најголем пораст на глобално ниво има во регионот Азија-Пацифик. Во овој регион за анализираните пет години порастот е 27%, или просечно 5,3% на годишно ниво;

Во анализираниот период пад на учеството во глобалниот туризам има кај регионите Среден исток (за 1%) и Америка (за 1%).

## 5.2 Анализа на понудата и побарувачката

Податоците за **туристичката понуда** не се исто третирани во Заводот за статистика на Р.С. Македонија. Последните релевантни податоци кои се искористени и во овој документ се податоците од Пописот на капацитети во угостителството во Р.М., 2016. Врз основа на овој попис бројот на соби за издавање во Општина Охрид е 4.239, а бројот на легла е 11.177. Од Државниот завод за статистика за потребите на оваа стратегија побаравме нови податоци за сместувачките капацитети во Охрид кои ни беа доставени. Податоците за сместувачките капацитети по години во Охрид се дадени во Табела 39. Тие податоци ги користиме и за анализите направени во следната табела 7.

Табела бр. 7 - Анализа на покриеност на капацитетите за сметување по месеци – Општина Охрид

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вкупно
<b>2015</b>	6238	5625	7776	20521	56020	62040	254026	289338	60047	27447	13343	15754	818175
Распределба на ноќевања по месеци	0,80%	0,70%	1,00%	2,50%	6,80%	7,60%	31,00%	35,40%	7,30%	3,40%	1,60%	1,90%	100,00%
денови во месецот	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
% покриеност на капацитетите	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>6%</b>	<b>15%</b>	<b>17%</b>	<b>67%</b>	<b>76%</b>	<b>16%</b>	<b>7%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	
<b>2016</b>	9936	8676	11578	24251	55056	59509	255262	266732	67244	42216	15279	14594	830333
Распределба на ноќевања по месеци	1,20%	1,00%	1,40%	2,90%	6,60%	7,20%	30,70%	32,10%	8,10%	5,10%	1,80%	1,80%	100,00%
денови во месецот	31	29	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
% покриеност на капацитетите	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>6%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>66%</b>	<b>69%</b>	<b>18%</b>	<b>11%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	
<b>2017</b>	11815	7047	12693	32637	63864	69126	268903	306007	87522	41839	17205	18383	937041
Распределба на ноќевања по месеци	1,30%	0,80%	1,40%	3,50%	6,80%	7,40%	28,70%	32,70%	9,30%	4,50%	1,80%	2,00%	100,00%
денови во месецот	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
% покриеност на капацитетите	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>9%</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>69%</b>	<b>78%</b>	<b>23%</b>	<b>11%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	
<b>2018</b>	13175	8238	17168	36482	59987	89635	298130	335425	95171	44456	16789	20202	1034858
Распределба на ноќевања по месеци	1,30%	0,80%	1,70%	3,50%	5,80%	8,70%	28,80%	32,40%	9,20%	4,30%	1,60%	2,00%	100,00%
денови во месецот	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
% покриеност на капацитетите	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>	<b>9%</b>	<b>15%</b>	<b>23%</b>	<b>73%</b>	<b>83%</b>	<b>24%</b>	<b>11%</b>	<b>4%</b>	<b>5%</b>	
<b>2019</b>	9952	7201	12955	39712	68060	93437	314554	355011	104559	54503	21012	20607	1101563
Распределба на ноќевања по месеци	0,90%	0,70%	1,20%	3,60%	6,20%	8,50%	28,60%	32,20%	9,50%	4,90%	1,90%	1,90%	100,00%
денови во месецот	31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31	
% покриеност на капацитетите	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>10%</b>	<b>17%</b>	<b>24%</b>	<b>77%</b>	<b>86%</b>	<b>26%</b>	<b>13%</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>	

Извор: Државен завод за статистика

Од анализата се гледа дека иако капацитетот на леглата во Општина Охрид континуирано се зголемува (во 2015 капацитетот е 12.207, а во 2019 е 13.241 легло), исполнетоста на капацитетите е сè поголема во текот на месеците. Во месец август 2019, покриеноста на капацитетите според официјалните податоци е 86% и е најголема во однос на сите претходни години. Истото важи и за месец јули 2019 година кога исполнетоста е 77% и е најголема во однос на сите претходни години.

Повторно при анализа на резултатите од покриеноста се наметнува проблемот на лошата распределба на ноќевањата во текот на годината. Во месеците јули и август се остварени 60,8% од вкупниот број ноќевања за цела 2019 година. Во претходните години тој процент е уште поголем. Општина Охрид, но и другите институции кои работат во делот на обезбедување услови за развој на туризмот треба да се потрудат да се промени оваа распределба, односно да се искористат порамномерно капацитетите за сместување во Општина Охрид. Притисокот на капацитетите, но и на Општина Охрид е голем во текот на месеците јули и август, посебно во периодот околу празникот Илинден кога во Охрид се организираат голем број на настани од областа на културата. Општината во соработка со институциите на национално ниво мора да преземе активности да го намали овој притисок. Распоредот на настани треба да се направи да е во согласност со оптовареноста на капацитетите. Ако настаните се причина за привлекување на туристите, тие да се организираат надвор од овие два месеци кога оптовареноста е неколкукратно поголема во однос на другите месеци.

Друга објективна причина е периодот на годишни одмори во овие два месеци. Иако во тој дел не може да се направат драстични промени, со соодветна соработка со институциите, но и со соодветна понуда на цени и настани надвор од месеците јули и август може да се подобри распределбата на искористеност на капацитетите за сместување.

**Туристичката побарувачката** се изразува преку бројот на реализирани пристигнувања и ноќевања на туристи во Општина Охрид, но и во Југозападниот плански регион и во Р.С. Македонија. Во продолжение е дадена детална анализа на побарувачката.

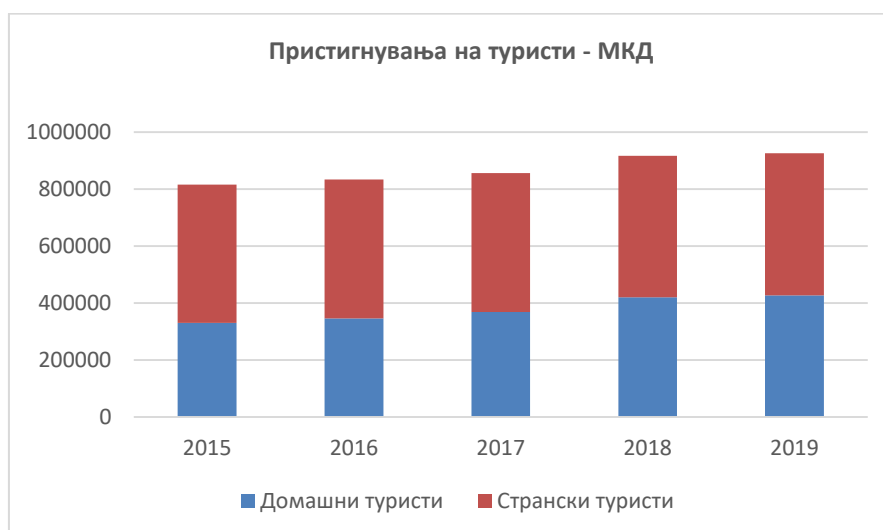
Во следната табела прикажан е бројот на пристигнати домашни и странски туристи на национално ниво за последните пет години.

Табела бр. 8 - Број на пристигнати домашни и странски туристи на национално ниво

	2015	2016	2017	2018	2019	СГСП <sup>2</sup>
<b>Домашни туристи</b>	330537	346359	368247	419590	427370	6%
<b>Ноќевања домашни</b>	1357822	1407143	1480460	1685273	1684627	5%
<b>Странски туристи</b>	485530	486892	487661	497228	498228	1%
<b>Ноќевања странски</b>	1036383	1054017	1294692	1491535	1577771	10%
<b>Просечно ноќевања домашни</b>	4,11	4,06	4,02	4,02	3,94	-1%
<b>Просечно ноќевања странски</b>	2,13	2,16	2,65	3,00	3,17	10%
<b>Вкупно туристи</b>	816067	833251	855908	916818	925598	3%
<b>Вкупно ноќевања</b>	2394205	2461160	2775152	3176808	3262398	7%
<b>Просечно ноќевања</b>	2,93	2,95	3,24	3,47	3,52	4%

Извор: Државен завод за статистика

Од податоците во табелата може да се види дека во анализираниот петгодишен период поголема е просечната годишна стапка на раст кај бројот на пристигнати домашни во однос на странските туристи. Тоа не е случај во претходниот пет годишен период, што може да се види во анализата на Националната стратегија за развој на туризмот. Во однос на ноќевањата, значително е поголем средниот годишен раст на бројот на ноќевања на странските туристи во однос на домашните (10% во однос на 1%), а порастот на просечниот број на ноќевања кај домашните туристи е негативен, додека кај странските има среден годишен раст од 10%.



Графикон бр. 1 - Број на пристигнати домашни и странски туристи 2015-2019

<sup>2</sup> СГСП – средна годишна стапка на раст

Во однос на апсолутните бројки, бројот на домашни туристи се зголемил за 96.833 туристи, а бројот на странски туристи се зголемил за 109.531 во анализираниот пет годишен период. Во целиот анализиран период има континуиран пораст на бројот на туристи, иако динамиката е различна.

Во следната табела е дадени преглед на пристигнати домашни и странски туристи по региони, како и учеството на регионите во однос на вкупниот број туристи на национално ниво.

Табела бр. 9 - Пристигнати туристи на годишно ниво по плански региони 2015-2019

	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
<b>Вардарски</b>	24308	3.0%	26064	3.0%	26145	2.6%	26385	2.3%	25136	2.1%↓
<b>Источен</b>	25907	3.2%	30568	3.6%	31775	3.2%	34354	3.0%	32077	2.7%↓
<b>Југозападен</b>	298057	36.5%	322334	37.6%	368924	36.9%	419717	37.2%	445846	37.6%↑
<b>Југоисточен</b>	133328	16.3%	135092	15.8%	142888	14.3%	160173	14.2%	167451	14.1%↓
<b>Пелагониски</b>	62019	7.6%	58355	6.8%	63549	6.4%	70798	6.3%	72833	6.1%↓
<b>Полошки</b>	30200	3.7%	27318	3.2%	30124	3.0%	37091	3.3%	41994	3.5%↓
<b>Североисточен</b>	8125	1.0%	9774	1.1%	11290	1.1%	10820	1.0%	10444	0.9%↓
<b>Скопски</b>	234123	28.7%	247338	28.9%	324146	32.5%	367597	32.6%	389182	32.8%↑
<b>Вкупно</b>	<b>816067</b>	<b>100%</b>	<b>856843</b>	<b>100%</b>	<b>998841</b>	<b>100%</b>	<b>1126935</b>	<b>100%</b>	<b>1184963</b>	<b>100%</b>

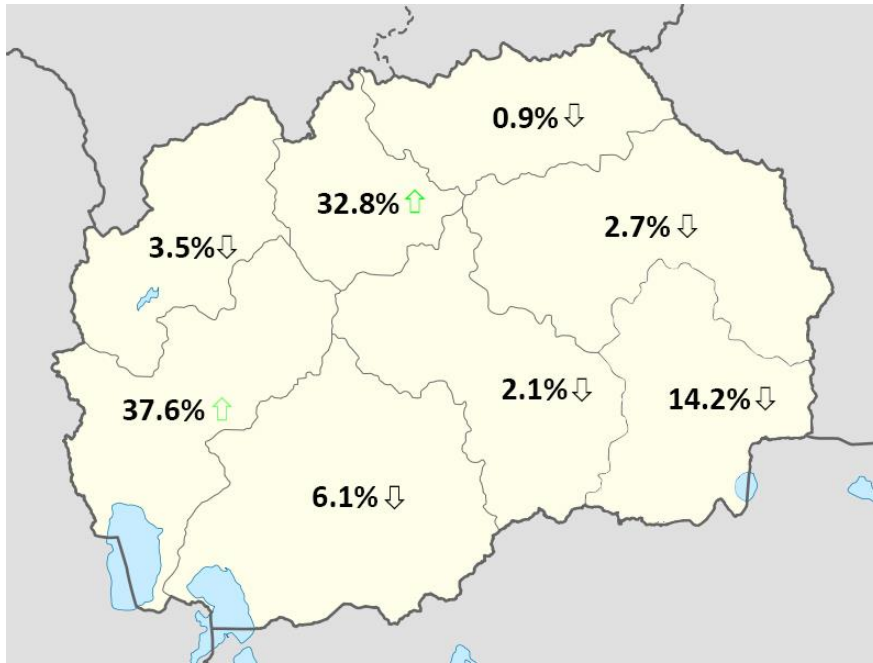
Извор: Државен завод за статистика

Од податоците дадени во претходната табела – може да се заклучи следното:

- Регион со најголемо учество во бројот на пристигнати туристи во целиот анализиран период е Југозападниот плански регион со учество од 37.6% во вкупниот број на пристигнати туристи за 2019 година;
- Најмало учество во вкупниот број на туристи има Североисточниот плански регион со вкупно учество од 1%;
- Најголем процентуален пораст бележи Скопскиот плански регион со 4.1 индексни поени пораст, а најголем пад бележи Југоисточниот плански регион со 2.2 индексни поени;
- Југозападниот плански регион бележи пораст во последните пет години од 1.1 индексен поен.

На следната слика прикажани се планските региони со процентуалното учество во бројот на регистрирани туристи во 2019 година.





Слика бр. 1 - Учество на планските региони во процентуалното учество во бројот на регистрирани туристи во 2019 година

Покрај анализата на пристигнати туристи по региони, значајна е и распределбата на остварени ноќевања по региони. Во следната табела дадена е распределбата на ноќевања по плански региони за последните пет години.

Табела бр. 10 - Остварени ноќевања на годишно ниво по плански региони 2015-2019

	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
Вардарски	39636	1,7%	41643	1,7%	47189	1,7%	48649	1,5%	48590	1,5% ↓
Источен	53357	2,2%	66515	2,7%	62957	2,3%	69419	2,2%	62878	1,9% ↓
Југозападен	1201927	50,2%	1228617	49,9%	1365684	49,2%	1539219	48,5%	1618312	49,6% ↓
Југоисточен	412804	17,2%	437607	17,8%	457162	16,5%	571670	18,0%	562422	17,2% ↔
Пелагониски	157766	6,6%	141153	5,7%	161751	5,8%	203620	6,4%	183520	5,6% ↓
Полошки	60574	2,5%	52590	2,1%	60249	2,2%	71929	2,3%	84138	2,6% ↑
Североисточен	15229	0,6%	13751	0,6%	17207	0,6%	14185	0,4%	14214	0,4% ↓
Скопски	452912	18,9%	479284	19,5%	602953	21,7%	658117	20,7%	688324	21,1% ↑
<b>Вкупно</b>	<b>2394205</b>	<b>100%</b>	<b>2461160</b>	<b>100%</b>	<b>2775152</b>	<b>100%</b>	<b>3176808</b>	<b>100%</b>	<b>3262398</b>	<b>100%</b>

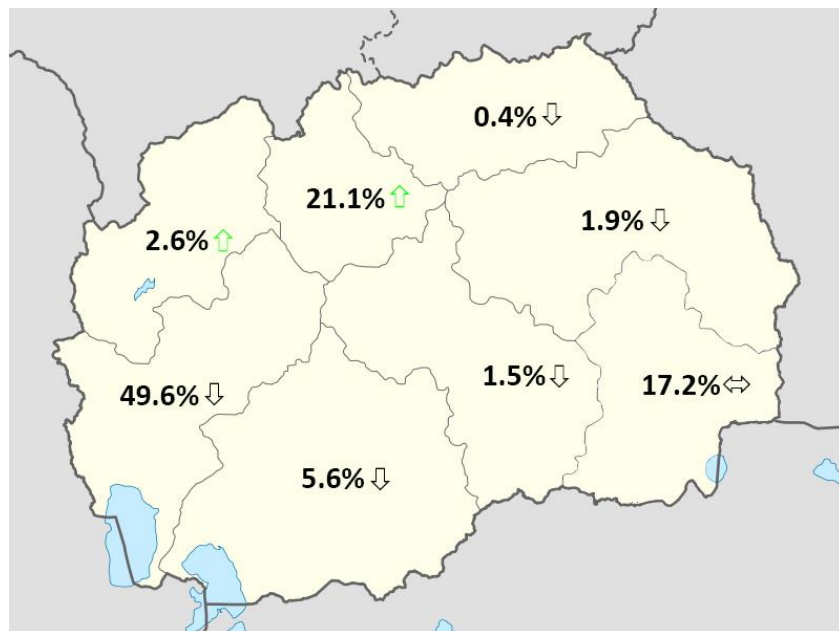
Извор: Државен завод за статистика

Од податоците дадени во претходната табела може да се заклучи следното:

- Најголем пораст во учеството на остварени ноќевања во анализираниот период има Скопскиот плански регион со 2,2 индексни единици;
- Најголем пад има Пелагонискиот плански регион со 1 индексен поен;

- Најголемо учество во распределбата на остварени ноќевања има Југозападниот плански регион со остварени блиску 50% од вкупниот број на реализирани ноќевања;
- Најмало учество има Североисточниот плански регион со минимални 0,4% учество во вкупниот број на реализирани ноќевања;
- Кај пристигнатите туристи, разликата помеѓу Скопскиот и Југозападниот плански регион е само 5 индексни поени, додека кај бројот на остварени ноќевања таа разлика 28,5 индексни поени што укажува на фактот дека во Југозападниот плански регион, просечниот број на остварени ноќевања е значително поголем во однос на Скопскиот, односно ако се пресмета, Југозападниот плански регион просечно остварува 3,63 ноќевања по пристигнат турист, додека во Скопскиот регион се остваруваат 1,77 ноќевања по пристигнат турист.

На следната слика се прикажани планските региони со процентуалното учество според бројот на остварени ноќевања во 2019 година.



Слика бр. 2 - Учество на планските региони во процентуалното учество во бројот на остварени ноќевања во 2019

Во следната табела дадени се податоците за учество на општините од Југозападниот плански регион во бројот на пристигнати туристи.

Табела бр. 11 - Учество на Општините од Југозападниот плански регион во бројот на пристигнати туристи за периодот 2015-2019

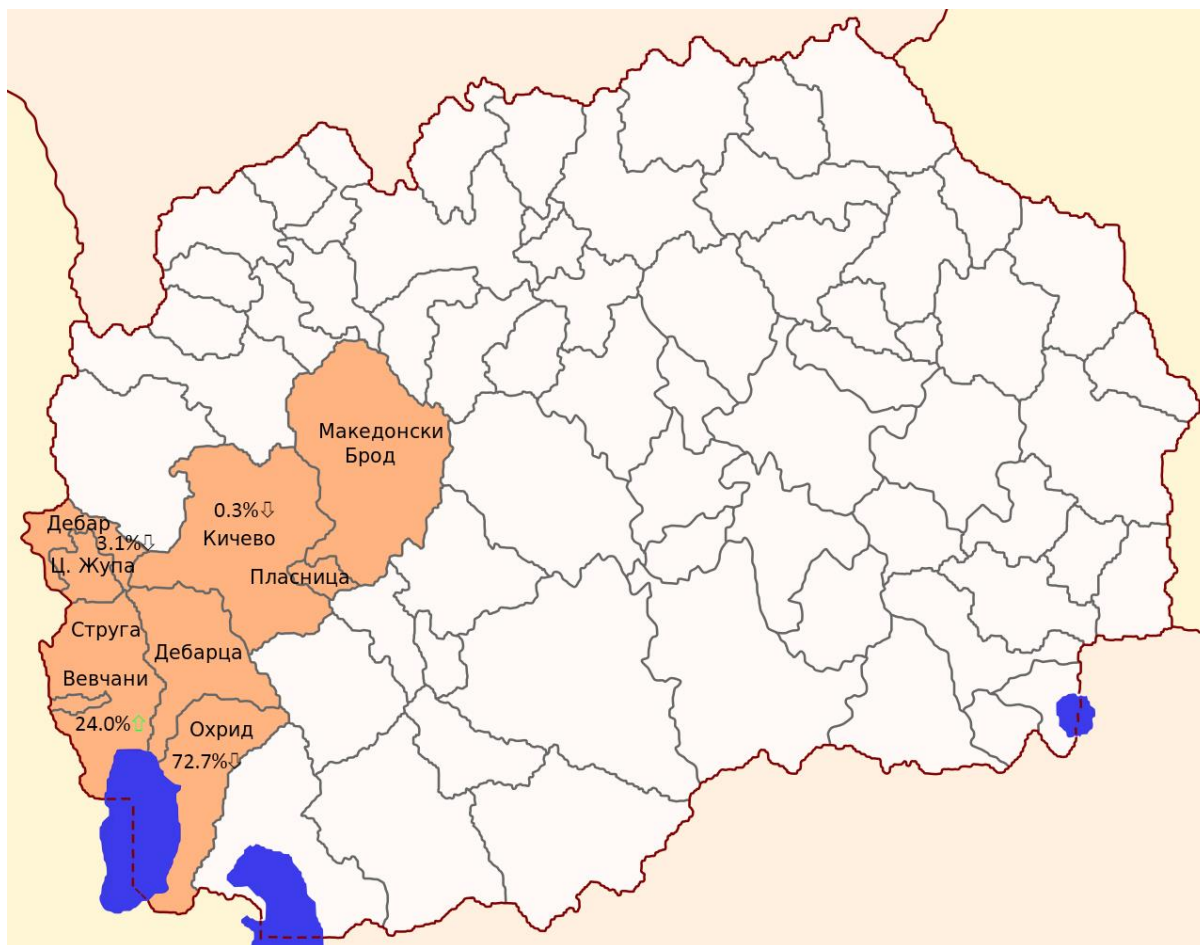
	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
<b>Дебар</b>	10189	3,4%	10201	3,2%	12368	3,4%	13747	3,3%	13681	3,1%↓
<b>Кичево</b>	2060	0,7%	1054	0,3%	1141	0,3%	1151	0,3%	1175	0,3%↓
<b>Охрид</b>	219944	74,2%	234361	73,2%	275613	75,2%	296046	70,9%	322573	72,7%↓
<b>Струга</b>	64094	21,6%	74415	23,3%	77238	21,1%	106541	25,5%	106406	24,0%↑
<b>Вкупно</b>	<b>296287</b>	100%	<b>320031</b>	100%	<b>366360</b>	100%	<b>417485</b>	100%	<b>443835</b>	100%

Извор: Државен завод за статистика

Општините од Југозападниот плански региони кои не се дадени во табелата (Центар Жупа, Македонски Брод, Пласница, Вевчани и Дебрца) немаат регистрирано ниту еден пристигнат турист во анализираниот период.

Од податоците дадени во претходната табела може да се заклучи следното:

- Најголемо учество во бројот на пристигнати туристи во ЈЗПР има Општина Охрид, со учество од 72,7%;
- Најмало учество во бројот на пристигнати туристи во ЈЗПР има Општина Кичево, со учество од 0,3%;
- Пораст во бројот на пристигнати туристи во анализираниот период бележи само Општина Струга за 3,9 индексни поени;
- Општините Охрид и Струга имаат учество од 96,7% од вкупниот број на пристигнати туристи во Југозападниот плански регион.



Слика бр. 3 - Процентуално учество на општините од Југозападниот плански регион според бројот на пристигнати туристи во 2019 година

Во следната табела дадени се вредностите на остварени ноќевања и процентуално учество на општините од Југозападниот плански регион.

Табела бр. 12 - Остварени ноќевања и процентуално учество на општините од Југозападниот плански регион

	2015	%	2016	%	2017	%	2018	%	2019	%
<b>Дебар</b>	70598	5,9%	72416	6,0%	84500	6,2%	89151	5,8%	86424	5,4%↓
<b>Кичево</b>	5819	0,5%	2474	0,2%	2642	0,2%	2453	0,2%	2879	0,2%↓
<b>Охрид</b>	818175	68,4%	830333	68,2%	937041	69,2%	1034858	67,6%	1101563	68,3%↓
<b>Струга</b>	300791	25,2%	311624	25,6%	330489	24,4%	404755	26,4%	421894	26,2%↑
<b>Вкупно</b>	<b>1195383</b>		<b>1216847</b>		<b>1354672</b>		<b>1531217</b>		<b>1612760</b>	

Извор: Државен завод за статистика

Од податоците дадени во претходната табела може да се заклучи дека:

- Најголемо учество во бројот на остварени ноќевања во ЈЗПР има Општина Охрид, со учество од 68,3%;
- Најмало учество во бројот на остварени ноќевања во ЈЗПР има Општина Кичево, со учество од 0,2%;
- Пораст во учеството во вкупниот обем на остварени ноќевања во анализираниот период бележи само Општина Струга за 1 индексен поен;
- Општините Охрид и Струга имаат учество од 94,5% од вкупниот број на пристигнати туристи во Југозападниот плански регион;
- Во однос на претходната табела евидентно е дека Општина Дебар и Општина Кичево имаат поголем просечен број на остварено ноќевања по турист во однос на Општина Охрид, и затоа нивното процентуално учество во вкупниот обем на остварени ноќевања е поголем во однос на вкупниот обем на пристигнати туристи;
- Со исклучок на Општина Кичево, сите останати општини имаа континуиран пораст на бројот на остварени ноќевања во целиот анализиран период.

#### Распределба на ноќевања по месеци

Сезонската компонента и распределбата на ноќевања по месеци во годината е еден од најважните аспекти во развојот на туризмот. Рамномерната распределба на остварените ноќевања е цел која ја поставуваат пред себе сите туристички дестинации со цел оптимално да се искористат туристичките капацитети. Во следната табела се прикажани податоците на остварени ноќевања на месечно ниво за Општина Охрид.

Табела бр. 13 - Податоци на остварени ноќевања на месечно ниво за Општина Охрид

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вкупно
<b>2015</b>	6238	5625	7776	20521	56020	62040	254026	289338	60047	27447	13343	15754	<b>818175</b>
%	0,8%	0,7%	1,0%	2,5%	6,8%	7,6%	31,0%	35,4%	7,3%	3,4%	1,6%	1,9%	100,0%
<b>2016</b>	9936	8676	11578	24251	55056	59509	255262	266732	67244	42216	15279	14594	<b>830333</b>
%	1,2%	1,0%	1,4%	2,9%	6,6%	7,2%	30,7%	32,1%	8,1%	5,1%	1,8%	1,8%	100,0%
<b>2017</b>	11815	7047	12693	32637	63864	69126	268903	306007	87522	41839	17205	18383	<b>937041</b>
%	1,3%	0,8%	1,4%	3,5%	6,8%	7,4%	28,7%	32,7%	9,3%	4,5%	1,8%	2,0%	100,0%
<b>2018</b>	13175	8238	17168	36482	59987	89635	298130	335425	95171	44456	16789	20202	<b>1034858</b>
%	1,3%	0,8%	1,7%	3,5%	5,8%	8,7%	28,8%	32,4%	9,2%	4,3%	1,6%	2,0%	100,0%
<b>2019</b>	9952	7201	12955	39712	68060	93437	314554	355011	104559	54503	21012	20607	<b>1101563</b>
%	0,9%	0,7%	1,2%	3,6%	6,2%	8,5%	28,6%	32,2%	9,5%	4,9%	1,9%	1,9%	100,0%

Извор: Државен завод за статистика

Од податоците дадени во претходната табела евидентно е дека:

- Постои нагласена сезонска компонента кај бројот на остварени ноќевања во Општина Охрид;
- Во месеците јули и август остварени се 60,8% од вкупниот број на остварени ноќевања во 2019 година;
- Сепак, може да се заклучи дека кривата на сезоналност е намалена во однос на 2015 година. Во 2015 година во месеците јули и август се остварени 66,4% од вкупниот број на остварени ноќевања.



Графикон бр. 2 - Распределба на ноќевања во Општина Охрид по месеци

Во претходниот текст направена е анализа на учеството на Југозападниот плански регион и Охрид во рамки на Југозападниот плански регион според бројот на пристигнати туристи и бројот на остварени ноќевања. Покрај тоа, за да се погледне комплетната слика на структурата на пристигнати туристи и остварени ноќевања, потребно е да се види колку домашни и колку странски туристи пристигнале во Охрид и колку ноќевања оствариле домашните и странските туристи.

Табела бр. 14 - Број на пристигнати домашни и странски туристи по месеци 2015-2019

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вкупно
Домашни туристи	2015	1228	925	1634	3165	8133	6138	24945 (26,4%)	28498 (30,16%)	5021	5638	4666	4485	<b>94476</b>
	<b>2016</b>	2556	1999	2955	4900	9614	7845	27814	27820	6957	7620	4089	3182	<b>107351</b>
	2017	2889	1587	3005	5956	12343	8040	28023	30103	8467	7219	4063	3330	<b>115025</b>
	<b>2018</b>	3184	1697	3469	5537	10430	8029	28217	31550	8581	8381	4620	4039	<b>117734</b>
	2019	2639	1927	2790	7854	11182	10499	30207 (23,12)	34500 (26,41)	9660	10020	5254	4111	<b>130643</b>
Странски туристи	2015	2593	1470	2982	9282	19136	15634	18144 (14,46%)	22498 (17,93%)	18508	9399	2265	3557	<b>125468</b>
	<b>2016</b>	2890	1525	3730	9275	18456	13805	19486 (14,46%)	17899 (17,93%)	18680	12468	3558	5238	<b>127010</b>
	2017	3162	1678	4295	12529	19704	17207	26599	27567	23197	14388	4327	5935	<b>160588</b>
	<b>2018</b>	3749	1911	5873	15853	20157	22337	29466	31340	24295	13675	4171	5485	<b>178312</b>
	2019	3122	1309	4767	15899	21078	25160	30324 (15,80%)	31185 (16,25%)	28673	17491	6429	6493	<b>191930</b>

Извор: Државен завод за статистика

Врз основа на податоците дадени во претходната табела направен е график за број на пристигнати домашни и странски туристи за 2015 и 2019 година.



Графикон бр. 3 - Број на пристигнати домашни туристи по месеци за 2015 и 2019 г.

Кај серијата на странски туристи порастот и падот е порамномерен во однос на серијата на домашни туристи. Во месеците јули и август процентот на пристигнати странски туристи во 2015 година е 32,39%, а во 2019 процентот за тие два месеци е 32,05%. Тоа укажува дека не е значајно намален бројот на пристигнати туристи во тие два месеци во однос на серијата од 2015 година, но целата серија е порамномерно распределена што укажува на помала сезоналност и поорганизиран пристап во пристигнувањето на туристите.

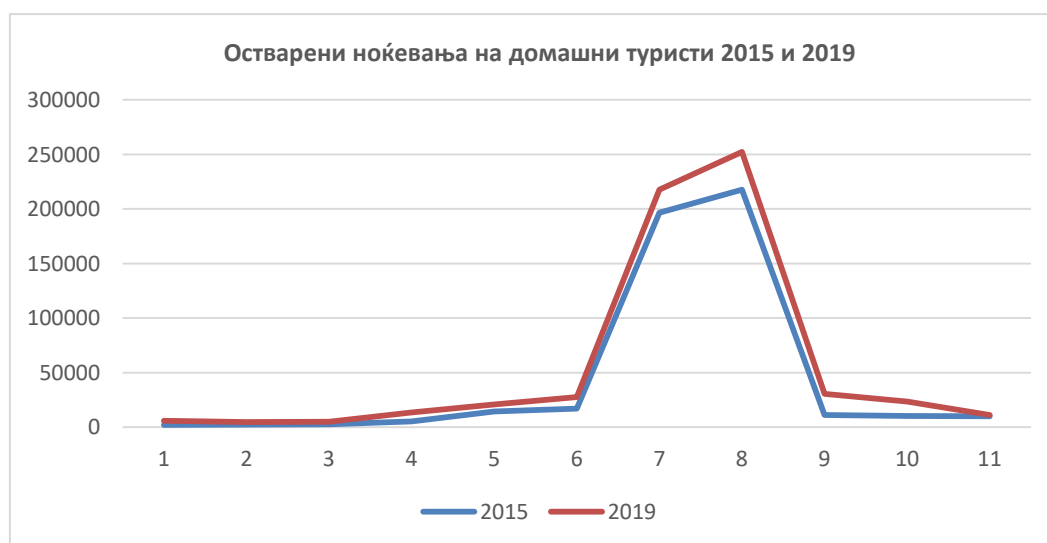
Во продолжение е направена истата анализа за бројот на остварени ноќевања за последните пет години.

Табела бр. 15 - Број на остварени ноќевања на домашни и странски туристи по месеци 2015-2019

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Вкупно
Ноќевања домашни	2015	1929	2219	2567	5215	14401	16899	196663 (39,4%)	217789 (43,7%)	11148	10219	9959	9509	498517
	2016	5374	4593	5624	8775	19422	20793	200662	212306	19026	20432	10129	6029	533165
	2017	6483	3312	6225	11824	24759	22690	193441	222037	31544	17626	10089	7539	557569
	2018	7647	4357	6762	11628	20671	23421	204731	234411	30461	20929	10302	9731	585051
	2019	5826	4608	5016	13524	20955	27525	217552 (35,0%)	252242 (40,6%)	30444	23599	11120	8979	621390
Ноќевања странски	2015	4309	3406	5209	15306	41619	45141	57363 (17,9%)	71549 (22,4%)	48899	17228	3384	6245	319658
	2016	4562	4083	5954	15476	35634	38716	54600	54426	48218	21784	5150	8565	297168
	2017	5332	3735	6468	20813	39105	46436	75462	83970	55978	24213	7116	10844	379472
	2018	5528	3881	10406	24854	39316	66214	93399	101014	64710	23527	6487	10471	449807
	2019	4126	2593	7939	26188	47105	65912	97002 (20,2%)	102769 (21,4%)	74115	30904	9892	11628	480173

Извор: Државен завод за статистика

За претходната табела креирани се графикони за остварени ноќевања за домашни и странски туристи. За серијата на остварени ноќевања може да се забележи дека во високата сезона (јули и август) 2015 година остварените ноќевања од домашни туристи се 83,1% од вкупниот број на остварени ноќевања од домашните туристи што укажува на многу високо изразена сезоналност на оваа серија. Во 2019 година во истите месеци остварени се 75,6% од вкупниот обем на ноќевања на домашните туристи, што е исто така многу висок процент, но е нешто помал во однос на 2015 година.



Графикон бр. 4 - Остварени ноќевања на домашни туристи по месеци за 2015 и 2019 г.



Кај сериите на остварени ноќевања за странски туристи повторно има подобра распределба на остварените ноќевања. Во висока сезона, јули и август 2015 година процентот на остварени ноќевања од странските туристи е 40,3%, што е повеќе од двојно помалку во однос на серијата на остварени ноќевања за домашни туристи, а во 2019 година тој процент е 41,6%, што е нешто полош резултат во однос на 2015 година, но сеуште многу подобро во однос на серијата на остварени ноќевања за домашни туристи.



Графикон бр. 5 - Остварени ноќевања на странски туристи по месеци за 2015 и 2019 г.

### 5.3 Економска важност на туризмот

Врз основа на претходно направените анализи може да се пресмета приходот во Општина Охрид од развојот на туризмот. Во следната табела се дадени приходите од туризмот на национално ниво, но и просечната вредност на трошок по остварено ноќевање.

Табела бр. 16 - Приходи остварени од туризам и просечен дневен трошок по ноќевање

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Р.С. Македонија (приходи мил. US\$)	242	237	270	298	268	283	331	387	408
Остварени ноќевања – МКД	2173034	2151692	2157175	2195883	2394205	2461160	2775152	3176808	3262398
Дневен трошок по ноќевање (US\$)	111	110	125	136	112	115	119	122	125

Државен завод за статистика на РСМ, сопствени пресметки

Податоците за 2019 година во претходната табела не се дадени во базата на светската банка, па направена е екстраполација на вредностите на просечниот дневен трошок по ноќевање врз основа на податоците од последните пет години и добиена е очекуваната вредност за приходите на национално ниво од туризмот за 2019 година. Просечната вредност за целиот анализиран период на дневниот трошок по ноќевање е 119\$.

Во следната табела се дадени остварените ноќевања во Општина Охрид по години и приходите кои се остварени од овие ноќевања.

Табела бр. 17 - Приходи во Општина Охрид од туризам по години и учество во вкупниот приход

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Охрид (приходи мил US\$)	90	91	100	103	92	95	116	126	138
Остварени ноќевања – Охрид	810795	823666	796048	754048	818175	830333	937041	1034858	1101563
Дневен трошок по ноќевање (US\$)	111	110	125	136	112	115	119	122	125
Процент од националните приходи за туризам	37,2	38,2	36,9	34,4	34,3	33,6	35,0	32,6	33,8

*Државен завод за статистика на РСМ, сопствени пресметки*

Врз основа на податоците од претходната табела може да се види дека приходите од туризам во Општина Охрид се движат од 90 до 138 милиони американски долари во последните десет години. Учеството на Општина Охрид во вкупниот приход на национално ниво е повеќе од една третина од вкупните приходи, со исклучок на 2018 година кога тој процент е нешто помал, односно изнесува 32,6%.

Според методологијата на пресметка на резултатите за податоците за приходи дадени од Светската банка се однесуваат на директните и индиректните трошоци, не се пресметани само индуцираните трошоците<sup>3</sup>.

Врз основа на анализата направена за потребите на студијата: „Економска анализа за поединечни економски гранки на Општина Охрид и деловните можности за развој“<sup>4</sup> за потребите на Општина Охрид учеството на стопанските дејности во БДП оди по следниот редослед: Трговија на големо и трговија на мало, поправка на моторни возила и мотоцикли со 30,83% (7.880,94 мил. денари), Преработувачка индустрија 23,58% (6.028,59 мил. денари), Транспорт и складирање 9,02% (2.306,16 мил денари) и Градежништво 8,06% (2.059,64 мил. денари). Оваа анализа е направена за 2016 година. Во истата година приходите од туризам се 92 милиони US\$ или 5.225 милиони денари.

<sup>3</sup> <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.ARVL&country=#>

<sup>4</sup> [https://ohrid.gov.mk/wp-content/uploads/2017/08/Ekonomska\\_analiza\\_poedinecni\\_ekonomski\\_granki\\_delovni\\_moznosti\\_Opstina\\_Ohrid.pdf](https://ohrid.gov.mk/wp-content/uploads/2017/08/Ekonomska_analiza_poedinecni_ekonomski_granki_delovni_moznosti_Opstina_Ohrid.pdf)

## 5.4 Анализа на трендовите

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 Охрид. Друг тренд е влијанието на туризмот во стопанството на земјите. Регионот на земји во кои спаѓа Р.С. Македонија е различно опфатен 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 - ЈИЕ. 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.<sup>5</sup>

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<sup>6</sup>)

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

---

<sup>5</sup> ЕБОР - Tourism in south-eastern Europe – driving the recovery – 2015, <https://www.ebrd.com/documents/comms-and-bis/see-tourism.pdf>

<sup>6</sup> <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.ARVL&country=#>

Табела бр. 18 - Селектирани податоци на пристигнати туристи по години – Југоисточна Европа

Држава	Код	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% пораст
Албанија	ALB	2469000	3156000	2857000	3341000	3784000	4070000	4643000	5340000	216%
Босна и Херцеговина	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%
Р.С. 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, Р.С. 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 следната табела се дадени приходите од туризам по држави изразени во милиони УС долари.

Табела бр. 19 - Приходи од туризам по држави изразени во милиони УС долари

Држава	Код	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	% пораст
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%
Р.С. 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 претходната табела 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 Р.С. Македонија порастот е 60% и е втора според порастот во табелата. Според метаподатоците дадени со вредностите од Светска Банка, во вредностите дадени во табелата 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“<sup>7</sup> мултипликативниот фактор за нашата држава е 2. Во истото истражување е направена проценка на приходите од туристи во Р.С. Македонија и добиените резултати се блиски со резултатите дадени од Светска Банка. Приходите од туризам во Р.С. Македонија се најмали во однос на сите останати држави вклучени во анализата.

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

Табела бр. 20 - 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
Р.С. 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 следната табела е дадено учеството на туризмот во бруто домашниот производ за анализираните држави пресметано за 2018 година.

Табела бр. 21 - 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%
Р.С. Македонија	MKD	3,05%
Србија	SRB	3,00%

Извор: База на податоци на Светска Банка и сопствени пресметки

<sup>7</sup> <https://ohrid.gov.mk/wp-content/uploads/2017/08/Економски-ефекти-од-развојот-на-туризмот-во-Општина-Охрид-ФТУ.pdf>

Од табелата се гледа дека туризмот најголемо учество во БДП има во Црна Гора и неговото учество е поголемо од 22%. Р.С. 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, Р.С. 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 Р.С. Македонија расте континуирано во периодот 2014-2018 година. Тоа е евидентирано и за претходните пет години врз основа на извештајот од ЕБОР<sup>8</sup>.

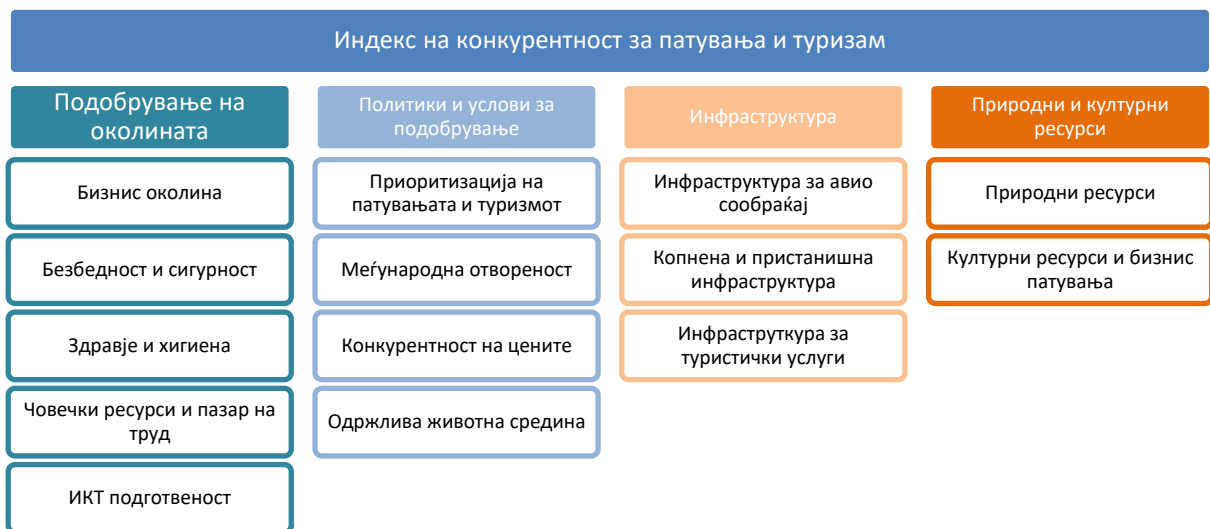
Врз основа на податоците дадени во горната табела може да се види дека извозот на Црна Гора доминантно е од туризмот, односно учествува со процент поголем од 50%. Во Албанија тој процент е блиску до 50%. Р.С. Македонија во оваа табела е на последно место и учеството на туризмот во извозот е нешто повеќе од 5%. Најголемо учество на туризмот во извозот се забележува во 2013 година при што тоа учество изнесува 5,76%. Од табелата 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.

#### *Р.С. Македонија според индексот на конкурентност за патувања и туризам*

Овој индекс е креиран во 2007 година, а мери „сет од фактори кои овозможуваат одржлив развој на патувањата и туризмот, кој придонесува за конкурентноста на земјата“. Индексот опфаќа четири категории на подиндекси, 14 столбови и 90 индивидуални индикатори. На следната слика е прикажана рамката на индексот за конкурентност за патувања и туризам.

---

<sup>8</sup> ЕБОР - Tourism in south-eastern Europe – driving the recovery – 2015, <https://www.ebrd.com/documents/comms-and-bis/see-tourism.pdf>



Слика бр. 4 - Рамка на индексот за конкурентност за патувања и туризам

Во следната табела се прикажани дел од земјите рангирани според индексот за конкурентност на патувања и туризам. Вкупниот број на рангирани земји е 140.

Табела бр. 22 - Индекс за конкурентност на патувања и туризам – 2019 година

Ранг	Земја	Оцена	Ранг 2017	Оцена 2017	Во однос на просекот%	Ранг	Земја	Оцена	Ранг 2017	Оцена 2017	Во однос на просекот%
1	Шпанија	5,4	0	0,3	41,4	25	Грција	4,5	-1	0,9	18,1
2	Франција	5,4	0	1,5	40,4	27	Хрватска	4,5	5	2,4	17,6
3	Германија	5,4	0	2,0	40,0	36	Словенија	4,3	5	3,9	13,0
4	Јапонија	5,4	0	2,1	39,6	45	Бугарија	4,2	0	1,8	9,5
5	САД	5,3	1	2,6	36,6	67	Црна Гора	3,9	2	4,7	0,7
6	Обединето кралство	5,2	-1	-0,2	34,9	83	Србија	3,6	12	7,2	-5,7
7	Австралија	5,1	0	0,8	33,6	86	Албанија	3,6	12	6,9	-6,8
8	Италија	5,1	0	1,9	32,2	101	Р.С. Македонија	3,4	-12	-3,8	-12,7
9	Канада	5,1	0	1,6	31,3	105	Босна и Херцеговина	3,3	3	3,1	-14,6
10	Швајцарија	5,0	0	1,5	30,4	140	Јемен	2,4	-4	-0,9	-37,2

Извор: Светски економски форум, *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*

Од најдобро рангираните десет земји, шест се од Европа. За жал нашата држава е рангирана на 101 место. Само пет години порано, Р.С. Македонија била на 82 место со резултат од 3,5, а во 2017 година била на 89 место, а оцената била 3,5. Во однос на просечната оцена, нашата држава е послаба за 12,5%. Зад нас од државите во Европа е само Босна и Херцеговина. Од регионот најконкурентна држава е Грција со оцена од 4,5, рангирана на 25 место, а има оцена за 18,1% подобра од просекот.

Во следната табела се дадени оцените според 14-те столбови за оценување дадени од Светскиот економски форум.

Табела бр. 23 - Оцени според 14-те столбови за оценување дадени од Светскиот економски форум

Ранг	Земја	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	Деловна средина	6	Приоритизација на П&Т	11	Копнена и пристанишна инфраструктура	2	Безбедност и сигурност	7	Меѓународна отвореност	12	Инфраструктура на туристички сервис	3	Здравје и хигиена	8	Конкурентност на цени	13	Природни ресурси
4	ЧР и пазар на труд	9	Одржливост на средината	14	Културни ресурси и деловни патувања	5	ИКТ спремност	10	Инфраструктура на авио превоз								
25	Грција	3.9	5.6	6.5	4.7	5.2	5.6	4.1	4.9	4.5	4.8	3.8	5.8	3.5	3.3		
27	Хрватска	3.8	5.9	6.3	4.1	5.2	4.9	4.2	5.0	5.1	3.6	3.9	6.5	4.4	2.8		
36	Словенија	4.3	6.1	6.2	4.9	5.5	5.1	3.7	5.1	5.4	2.6	4.8	5.4	4.1	1.7		
45	Бугарија	4.4	5.2	6.7	4.6	5.2	4.7	3.9	5.7	4.8	2.7	3.2	6.0	3.7	2.1		
67	Црна Гора	4.6	5.6	5.8	4.8	5.2	5.0	2.4	5.6	4.7	3.2	3.3	5.5	2.7	1.1		
83	Србија	4.4	5.5	6.3	4.7	5.1	3.9	3.2	5.5	4.5	2.6	3.0	3.9	2.1	1.7		
86	Албанија	4.0	5.8	5.3	5.1	4.7	5.0	2.4	5.3	4.3	2.1	3.1	4.0	2.9	1.2		
101	Р.С. Македонија	<b>4.3</b>	<b>5.2</b>	<b>6.0</b>	<b>4.1</b>	<b>4.7</b>	<b>3.7</b>	<b>2.3</b>	<b>5.8</b>	<b>3.6</b>	<b>2.4</b>	<b>2.6</b>	<b>3.9</b>	<b>2.2</b>	<b>1.4</b>		
	Место 2015	4.9 34	5.8 45	6.0 42	4.5 73	4.5 55	4.4 81	2.4 104	4.6 79	3.6 107	2.4 85	3.3 81	4.6 59	2.1 121	1.3 110		
	Место 2019	84↓	95↓	42=	108↓	70↓	114↓	119↓	26↑	132↓	89↓	104↓	80↓	122↓	96↑		
105	Босна и Херцеговина	3.4	5.4	5.6	4.1	4.5	4.1	2.4	5.5	4.3	2.0	2.4	3.9	1.9	1.5		

Извор: Светски економски форум

Според рангирањето на земјите по различни столбови, Р.С. Македонија има најдобар резултат (26-то место) за Конкурентност на цени, а најслаб резултат за Одржливост на животната средина за што се наоѓа на 132 место од 140 рангирани држави. Во однос на рангирањето од 2015 година, Р.С. Македонија остварила напредок само според критериумите: Конкурентност на цени и Културни ресурси и деловни патувања, а останала на иста позиција и со ист резултат за критериумот Здравје и хигиена. За сите останати 11 критериуми оценките се послаби во однос на 2015, при што најголем пад од 50 позиции има за првите два критериуми Деловна средина и Безбедност и сигурност. Најголем пораст има за Конкурентност на цени.

Трендовите за развој на туризмот се предмет на интерес на научната и стручната јавност на домашен и на меѓународен план. Трендовите различно се третирали. Од страна на UNWTO дадени се насоките кон кои ќе се движи светскиот туризам во наредниот период до 2030 год. Националната стратегија за туризам на Р.М од 2016 до 2021 год. трендовите ги класификува во 12 можни насоки. Тоа се следниве:

Здравје, помалку време за забава, зголемување на патувачко искуство, информатички технологии, демографија, климатски промени, макроекономски трендови, политички фактори, сигурност и безбедност, животен стил, маркетинг и транспорт. За да можат да се



имплементираат современите трендови во туризмот во Општина Охрид потребно е тие да се групираат во пет препознатливи глобални трендови. Тоа се следниве:

- Здравје;
- Кратки посети, искуства и животен стил;
- Информатичка технологија и комуникации;
- Економски, демографски и маркетинг трендови и
- Политички и безбедносни трендови и природни ризици.

Современите трендови во Општина Охрид се наоѓаат во врска со можностите кои се одразуваат на развојот на туризмот како престижна туристичка дестинација со напредните пет години. Вкрстувањата се дадени табеларно.

#### 5.4.1 Здравје

Здравјето како глобален тренд подразбира како современи така традиционални посебни трендови. Тоа ги опфаќа трендовите: туризмот во услови на пандемија, посети поради рекреација и превенција и лекувалишни посети.

Табела бр. 24 - Здравствени современи трендови

Трендови Можности на Охрид	Туризам во услови на пандемија	Посети поради рекреација и превенција	Лекувалишни посети
<b>Атрактивност</b>	- Охрид-најпривлечна туристичка дестинација во РСМ можност за дисперзирана посета	- оптимални природни услови - заштитено езеро - планинска свежина	- просторен капацитет на охридското крајбрежје - поволни локациски услови - Охрид - „воздушна бања“
<b>Рецептивност</b>	- стационарно сместување - пренамена на хотелско во болничко сместување - човечки ресурси	- спортско-рекреативен центар Билјанини Извори - уредени планински пешачки и велосипедски патеки на Галичица, Плаќе и Петрино - хетерогена понуда на сместување - излетишта (Скрбатно, Куратица, Велестово, Речица) - опрема за спортови на вода, земја и воздух - активен одмор	- комуникациска поврзаност - специјализирани болници - центар за јавно здравје на ЈЗПР - здравствен дом - ПЗУ од општа, семејна и соматолошка медицина - ПЗУ од специјалности на мед. и стоматологија - сместувачки капацитети од различен вид
<b>Услуги</b>	- ланч пакети - избегнување шведска маса - лимитира на сообраќајна динамика	- велнес услуги, масажи, фитнес, салони за забавување, - изнајмување опрема (велосипеди, педалинки) - превентивни прегледи - хетерогена угостителска понуда - органска храна	- медицински третман од врвен квалитет (сложени медицински зафати) - дијагностика - хетерогена и диетална угостителска понуда - високо ниво на популарност и одговорност

<b>Побарувачка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- учество на државата</li> <li>- ваучер ски систем</li> <li>- организирани посети</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- училишта и универзитети, спортски клубови, друштва, сојузи и здруженија за рекреативни активности (планинари, спелеолози, параглајдери)</li> <li>- здруженија на лица со нарушено здравје и инвалидитет</li> <li>- здравствени центри во и надвор од државата</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- клиенти со нарушено здравје</li> <li>- членови на семејството во придружба</li> <li>- службена медицинска придружба</li> <li>- посети на роднини и пријатели</li> </ul>
<b>Проблеми</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- масовна посета</li> <li>- ценовни шокови</li> <li>- загрозување на животната средина</li> <li>- излив на пороци</li> <li>- криминал</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- слаба промоција</li> <li>- појави на деградирање и девастација на уредени површини</li> <li>- управување со отпад и уредување</li> <li>- уредени платоа за презентации</li> <li>- уредени објекти, локалитети и патеки за активен туризам</li> <li>- сигнализација</li> <li>- бучава</li> <li>- организација на плажи</li> <li>- дивоградби</li> <li>- уредени водотеци</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- слаба соработка на ЗУ со угостителски сектор</li> <li>- слаба соработка со патничките агенции</li> <li>- сместување непосредно до ЗУ или во нивна близина</li> </ul>
<b>Перспективи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- пораст на домашната и балансирана посета</li> <li>- поддршка на засегнатите страни</li> <li>- регулирање на сообраќајот, паркинг простори</li> <li>- примена на протоколи</li> <li>- избегнување безбедносни ризици</li> <li>- организација на солидарност</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- имиџ на Охрид како балкански превентивен и рекреативен центар</li> <li>- заштита на животната средина како парадигма на рекреација и превенција</li> <li>- промоција на здравствената безбедност</li> <li>- подобрена пристапност на лица со нарушено здравје и инвалидитет</li> <li>- центар за ученички и студентски првенства</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изградба на ЗУ кои не се застапени</li> <li>- промоција на медицински и стоматолошки туризам</li> <li>- изградба на солариум</li> </ul>

#### 5.4.2 Кратки посети, искуства и животен стил

Во групата на кратки посети, искуства и животен стил како глобален тренд опфаќаат посебни трендови. Во неа се вбројуваат трендовите: културни доживувања, кратки забави, патувачко искуство и животен стил.

Табела бр. 25 - Глобални трендови на културни доживувања, кратки посети, искуства и животен стил

Трендови Можности на Охрид	Културни доживувања	Кратки забави	Патувачко искуство	Животен стил
<b>Атрактивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- културни настани и манифестации</li> <li>- културни комплекси</li> <li>- етнографија</li> <li>- градски амбиент</li> <li>- трговија</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- кратки забави и прослави (настапи на забавувачи во угостителски објекти)</li> <li>- забавни вечери</li> <li>- јавни забави (новогодишни прослави, денови на црешата, виното, сирењето, гомлезе)</li> <li>- свечености</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- хетерогени атракции</li> <li>- дисперзија и можност да се посетат повеќе локалитети и објекти</li> <li>- синергија на природа и култура</li> <li>- прифатлива понуда (најстаро езеро во Европа, активна вулканска форма, клима, национален парк)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- постојно се откриваат нови атракции</li> <li>- можност за развој на специфични дестинации</li> <li>- духовните привлечности со кои Охрид изобилува се во прв план</li> <li>- креирање нови туристички производи</li> </ul>

<b>Рецептивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- хотелска понуда</li> <li>- стандардно угостителство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- домашно сместување</li> <li>- хостели</li> <li>- повеќекреветно сместување во хотели</li> <li>- кампување</li> <li>- логорувања</li> <li>- излети</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поврзаност и пристапност</li> <li>- социјална прифатливост на туристите</li> <li>- гостопримство</li> <li>- сместувачки капацитети од различен вид</li> <li>- атмосфера во угостителските објекти</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сместувањето како нормален дел од животот</li> <li>- подобрен квалитет во туристичката понуда</li> </ul>
<b>Услуги</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- анимации</li> <li>- рецитали</li> <li>- фолклор</li> <li>- свечени вечери</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- услуги со ниски цени</li> <li>- купување во маркети</li> <li>- fast food (брза храна)</li> <li>- ланч пакети</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- јавање</li> <li>- организирани презентации</li> <li>- дегустации</li> <li>- учество на туристите во услугите</li> <li>- послужување во рурални средини</li> <li>- специјалитети</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- современа услуга</li> <li>- третман како туристот да е домаќин</li> <li>- поврзани услуги</li> <li>- временска и просторна синхронизација</li> </ul>
<b>Побарувачка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сериозна публика со високо образовно и културно ниво</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- студенти и млади</li> <li>- невработени</li> <li>- вработени со ниски примања</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- динамични туристи</li> <li>- клубови и здруженија за активни форми</li> <li>- љубители на природата и културата</li> <li>- екскурзијанти</li> <li>- склоност кон самостојно креирање на аранжмани</li> <li>- критички однос кон извештачена понудата и услугите</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- со стилот на живот опсегот и сегментите туристи за Охрид се поголеми</li> <li>- туристичкиот пазар се проширува</li> <li>- барањата се пософистицирани</li> <li>- слобода да се патува</li> <li>- нови групи заедници кои имаат заеднички интереси</li> <li>- нарушена сезоналност</li> </ul>
<b>Проблеми</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- временска синхронизација на настаните</li> <li>- календар на културни настани</li> <li>- паркинг простори</li> <li>- сообраќајни проблеми за време на настаните</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- појави на деградирање и девастација на уредени површини</li> <li>- загадување</li> <li>- бучава</li> <li>- криминогени појави и нарушување на безбедноста</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сигнализација и визуализација</li> <li>- недоволна промоција</li> <li>- загрозувана животна средина</li> <li>- бесправни градби</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- крутоот на понудата</li> <li>- дополнително ангажирање на работна сила</li> <li>- брендирани производи</li> </ul>
<b>Перспективи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- намалување на сезоналноста</li> <li>- регулирање на сообраќајот, паркинг простори</li> <li>- збогатување на атрактивноста</li> <li>- зголемување на бројот на настани и посети и</li> <li>- подобрување на квалитетот на туристичките производи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- кампањи за почит кон ваква клиентела</li> <li>- апели за заштита на животната средина</li> <li>- промоција на забави</li> <li>- организација на забавите</li> <li>- санитарно опремување</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- откривање на нови атракции</li> <li>- уредување и опремување на постојните</li> <li>- заштита и презентација на ретките вредности на животната средина</li> <li>- креирање на туристички производи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поголема продуктивност</li> <li>- растечка индустрија</li> <li>- вонпансионска понуда</li> <li>- вишок слободно време за туризам</li> </ul>

#### 5.4.3 Информатичка технологија и комуникации

Информатичката технологија и комуникациите се универзален тренд во сите домени на општеството. Тој во туризмот има посебно значење. Во него се опфатени посебните трендови како: интернет поврзување, дигитализација и визуализација, поврзување и сообраќајни комуникации.

Табела бр. 26 - Тренд на информатичка технологија и комуникации

Трендови Можности на Охрид	Интернет поврзување	Дигитализација и визуализација	Поврзување и сообраќајни комуникации
<b>Атрактивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- атрактивностите на Општина Охрид на едно место</li> <li>- виртуелна реалност</li> <li>- промоција на атрактивностите</li> <li>- изворна оценка на атрактивностите</li> <li>- лично доживување</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ориентација во просторот</li> <li>- дигитално сателитско наведување до атрактивностите</li> <li>- дигитален катастар на атрактивности</li> <li>- ГИС</li> <li>- визуелни и аудитивни анимации на атрактивностите (светлосни и звучни)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- основа за транзитни активности</li> <li>- пристапност</li> <li>- разгледување на атрактивности со панорамски превоз</li> </ul>
<b>Рецептивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- вмрежување на давателите на услуги со корисниците</li> <li>- пристап до информации за содржината на престој</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- дигитална резервација</li> <li>- самостоен итинерер</li> <li>- дигитализирани хотели и ресторани</li> <li>- визуализација на сместувачките објекти</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- внатрешна поврзаност</li> <li>- олеснета пристапност</li> <li>- трансфери</li> <li>- хотелско сместување и превоз</li> </ul>
<b>Услуги</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- точност и навременост на пласман на услугите</li> <li>- презентација на услугите на туристичкиот пазар</li> <li>- цени</li> <li>- помош и безбедност</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- забавни дигитални игри за време на престојот</li> <li>- анимации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изнајмување на превозни средства</li> <li>- изнајмување на сообраќајни средства за забава</li> </ul>
<b>Побарувачка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- клиентела активна на интернет и општествени мрежи</li> <li>- студенти и високообразован кадар</li> <li>- можност за меѓусебна комуникација на туристите</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контрола од страна на потрошувачите</li> <li>- визуелни сознанија и информации</li> <li>- клиентела со високо културно и образовно ниво</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туристи љубители на возење</li> <li>- трагачи по возбуди во сообраќајот</li> </ul>
<b>Проблеми</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туристичко и информатичко образование</li> <li>- ниско ниво на вмреженост</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- електронски измами</li> <li>- слаба опременост</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стар возен парк</li> <li>- слаба достапност до можни нови атракции</li> <li>- загадување на езерото од гориво на глисери и други пловила</li> <li>- бучава од пловилата</li> <li>- немање на катни гаражи</li> </ul>
<b>Перспективи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- олеснета достапност на информации</li> <li>- зголемен интерес за посета на Охрид</li> <li>- споделување на доживувањата</li> <li>- олеснета меѓусебна комуникација</li> <li>- успешни бизнис активности</li> <li>- подобрена содржина на престој</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- олеснето споредување туристички производи и услуги</li> <li>- контрола на квантитативни и квалитативни промени</li> <li>- електронски плаќања и трансфер на пари</li> <li>- подобрена конкурентност</li> <li>- е-бизнис маркетинг</li> <li>- е-дестинациски маркетинг</li> <li>- смарт туристички презентации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- осовременување на превозот</li> <li>- користење обновливи извори на енергија</li> <li>- подобрување на асортиманот на средства за сообраќајна забава</li> <li>- железничко поврзување со брзи возови</li> <li>- паркирање и гаражирање</li> <li>- нискобуџетни и чартер летови</li> <li>- нови авио линии</li> <li>- marina</li> </ul>

#### 5.4.4 Економски, демографски и маркетинг трендови

Економските, демографските и маркетинг трендови се однесуваат меѓусебната поврзаност како современа насока во развојот на туризмот. Вкрстувањата на трендовите со можностите на Општина Охрид како туристичка дестинација се дадени во следната табела.

Табела бр. 27 - Економски, демографски и маркетинг трендови

Трендови Можности на Охрид	Макроекономски	Демографски	Маркетиншки
<b>Атрактивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- постојните атракции ќе добијат во значење</li> <li>- нови атрактивности и дестинации</li> <li>- атрактивно-конкурентни туристички производи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- природни атрактивности за подобрување на кондицијата на постара популација</li> <li>- културни атракции за посетители од други култури (Кина, Малезија, Кореа, Турција, Индија)</li> <li>- збогатување на содржината на престој за избегнување на досада во слободно време</li> <li>- активен одмор за помлада популација</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- афирмација на атрактивноста преку интернет комуникација</li> <li>- атрактивноста како препорака од турист на турист</li> <li>- сознанија за специфичностите на атракцијата</li> <li>- маркетиншките пораки треба да се пофокусирани кон атрактивноста низ искуства и чувства</li> <li>- промоција на автохтони природни и културни содржини</li> </ul>
<b>Рецептивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- економично сместување</li> <li>- проверка на квалитет</li> <li>- достапност на информации за угостителските субјекти</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментирана понуда</li> <li>- стационарно сместување</li> <li>- стандардни рецептивни улови</li> <li>- младински хотели, хостели и кампови</li> <li>- луксузно сместување за население со високи примања</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- инвестиции во интернет комуникации</li> <li>- нови техники на истражување на пазарот</li> <li>- јавното-приватно партнерство во креирањето на понудата</li> <li>- користење на рецептивните капацитети како дел од туристичкиот маркетинг</li> <li>- канали на дистрибуција</li> </ul>
<b>Услуги</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- навремени</li> <li>- стандардизирани со географско потекло</li> <li>- почит кон диети</li> <li>- примена на ХАСАП и ХАЛАЛ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сегментирани според афинитетите на демографска припадност</li> <li>- услуги надвор од сместувачките единици</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- интернет понуда на персонализирани производи</li> <li>- имиџ на гостопримство</li> <li>- брендирано производи и услуги</li> <li>- услуги сврзани со промоција на настани</li> <li>- промотивни активности на услуги и производи</li> <li>- интернет продажба на услуги</li> </ul>
<b>Побарувачка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- порастот на економиите во најбројните и најголемите земји</li> <li>- отворена економија без бариери</li> <li>- услугите во туризмот во прв план во економијата на Охрид</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зголемен број на жители во Светот</li> <li>- посети на туристи надвор од ЕУ (Кина, Индија и Русија)</li> <li>- подолготраен животен век</li> <li>- сениори со подолготраен престој</li> <li>- младинскиот сегмент (16-35 години) е важна целна група</li> <li>- слободното време се зголемува</li> <li>- пад на побарувачката на аранжмани</li> <li>- советување при патувањето за политички проблеми</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- сознанија за мотивите и интересите на потрошувачите</li> <li>- сегментирањето и позиционирањето станува сè поважно</li> <li>- пренос на добри искуства</li> </ul>
<b>Проблеми</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- економска криза</li> <li>- стопанска рецесија</li> <li>- нестабилност на цените</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- депопулација во рурални средини</li> <li>- работна сила</li> <li>- сезоналност</li> <li>- миграции и бегалска криза</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- расцепканост на промоцијата</li> <li>- нелојална конкуренција</li> <li>- лош имиџ во начинот на пласман на капацитетите (пречекување на туристи на автобуска станица, на улици)</li> </ul>
<b>Перспективи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- нови пазари</li> <li>- унапредена и нова понуда</li> <li>- туристички производи со нови содржини</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- насоченост на понудата кон земји со висок обем и густина на население</li> <li>- следење на демографски сегменти</li> <li>- следење на демографски движења</li> <li>- вклучување во популационата политика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- донесување маркетинг стратегија</li> <li>- зголемување на маркетинг буџетите</li> <li>- промоција и букинг преку интернет</li> <li>- промоција од општ, посебен, бизнис и поединечен производ</li> <li>- заеднички настап на учесниците во туризмот на туристичкиот пазар</li> </ul>

### 5.4.5 Политички и безбедносни трендови и природни ризици

Политичките и безбедносните трендови и природни ризици се трендови кои можат да имаат забележително влијание на развојот на туризмот во општина Охрид. Тие се дадени табеларно во продолжение.

Табела бр. 28 - Политички и безбедносни трендови и природни ризици

Трендови Можности на Охрид	Политички	Безбедносни	Климатски промени и нарушувања на животна средина
<b>Атрактивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- политичка поддршка во унапредувањето на атрактивните содржини</li> <li>- политика на уредување и опремување на туристичките атракции</li> <li>- програми за пласман на туристички производи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- имици на атрактивност како безбедна дестинација</li> <li>- безбедност во капење</li> <li>- безбедност во планина</li> <li>- туристичко водење до атрактивностите</li> <li>- спелеолошка сигурност</li> <li>- атрактивна безбедност во екстремни спортови</li> <li>- обезбедување на атрактивностите од уништување и деградација</li> <li>- обезбедување и осигурување на културни вредности од кражби и уништувања</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- природни катастрофи се фактор на уништување или намалување на атрактивноста</li> <li>- појави на суша и повлекување на нивото на езерото</li> <li>- покачување на температурата во вонсезонскиот период ја продолжува сезоната на користење на атракциите</li> <li>- високиот степен на ултравиолетово зрачење има последици по здравјето на експонентите</li> <li>- вегетацијата е во опасност и ја намалува атрактивноста</li> <li>- присуството на алохтоните тропски растенија се позастапено</li> <li>- опасност од сушење на автохтони растенија</li> <li>- појави на пожари</li> <li>- сеизмичката активност во Општина Охрид и земјотресите фактор на одвраќање на туристите</li> <li>- интензивните врнежи и поплави ја намалуваат атрактивноста</li> </ul>
<b>Рецептивност</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- политика на туристички развој на Охрид - локалитети и објекти</li> <li>- субвенции на селски домаќинства даватели на туристички услуги</li> <li>- поддршка на угостителството</li> <li>- политика на вработување во туризмот</li> <li>- поддршка на отворање на туристички бизниси</li> <li>- формирање кластери</li> <li>- политика на стандардизација и категоризација во туризмот и угостителството</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- безбедни сместувачки објекти</li> <li>- спасување на беспомошни туристи</li> <li>- санитарни услови за сместување</li> <li>- стандарди за квалитет</li> <li>- категоризација</li> <li>- промоција на бренд дестинација</li> <li>- пристап на ранливи и хендикепирани лица</li> <li>- населението во помош на туристите</li> <li>- здравствена безбедност</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- преземање превентивни мерки</li> <li>- обезбедување на сместувачките капацитети од последици на климатските промени и катастрофи</li> <li>- користење на одржливи извори на енергија</li> <li>- пренамена на сместувачките капацитети во услови на катастрофи</li> <li>- одржување на зелени површини и насади</li> <li>- користење на еко-стандарди во и надвор од објектите</li> <li>- кампинг</li> <li>- зелени хотели</li> <li>- дисперзирани капацитети</li> </ul>
<b>Услуги</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- определување на работно време за давање услуги</li> <li>- воведување мерки на одговорност од услуги</li> <li>- санитарни и хигиенски услови</li> <li>- одговорност од спроведување на аранжмани</li> <li>- одговорност од туристичко водење</li> <li>- ценовна политика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- служење безбедна храна и пијалаци</li> <li>- баждарени садови</li> <li>- санитарно- хигиенски садови</li> <li>- помош во избор</li> <li>- помош на клиентите на сите нивоа, во и надвор од објектите без предрасуди</li> <li>- срдечност во функција на сигурност и пријателство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- стандардизирани услуги во хотелиерството и ресторанското работење</li> <li>- услуги на отворено</li> <li>- служење на автохтони специјалитети и производи</li> <li>- срдечноста не познава услови</li> </ul>

<b>Побарувачка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- поддршка на странска туристичка посета</li> <li>- ваучери за социјално ранливи категории во дом. туризам</li> <li>- туристички посети за пензионери</li> <li>- туристички посети од хуманитарен карактер (Црвен Крст)</li> <li>- планирани посети од образовен и научен карактер (екскурзии)</li> <li>- инвестициски политики</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- безбедност во емитивните средини</li> <li>- пребирливи туристи во поглед на информираност и безбедност</li> <li>- туристи со претпазлив карактер</li> <li>- контрола на патувањата</li> <li>- страв од закани</li> <li>- финансиска сигурност</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- еколошките инциденти доведуваат до чувство на несигурност</li> <li>- медиумите можат да ги намалат закани од катастрофи</li> <li>- климатските промени делуваат на инертноста на туристите од поладните предел</li> <li>- катастрофите имаат продолжено дејство на патувањата (најмалку три месеци)</li> <li>- туристите се безнадежни затоа што не можат да делуваат на климатските промени</li> <li>- луѓето ќе патуваат повеќе вон летната сезона</li> <li>- летните дестинации ќе стануваат популарни и во вонсезонскиот период</li> <li>- побарувачка за еко-туризам и одмори во природа е во пораст</li> <li>- хигиенски исправната храна одржливоста во прв план</li> </ul>
<b>Проблеми</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- тешкотии во спроведувањето на политиките</li> <li>- искривување на правилата</li> <li>- парцијален опфат во развојните политики</li> <li>- недоволна промоција на политиките</li> <li>- политики на брендирање</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- терористички напади</li> <li>- бегалска криза</li> <li>- криминогени однесувања</li> <li>- непочитување на препораки</li> <li>- чувство на несигурност</li> <li>- предрасуди</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- непредвидливоста на инцидентите</li> <li>- намалување на мобилноста на туристите</li> <li>- климатските промени се светски предизвик</li> <li>- штетите тешко се осмислуваат</li> <li>- трошоците за одржување на основните „природни“ ресурси, како што се плажите, езерата, планинските патеки ќе се зголемат</li> <li>- одржувањето на сообраќајот е отежнато</li> </ul>
<b>Перспективи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- туризмот како приоритет</li> <li>- се позначајно место во развојните политики</li> <li>- политика на еквидистанца кон емитивните средини</li> <li>- маркетиншка политика и промоција</li> <li>- туристичка политика без предрасуди (верски, етнички, социјална еднаквост, солидарност и отсуство на дискриминација)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- охридска безбедносна препознатливост</li> <li>- потребно е менаџирање во случаи на загрозуена безбедност</li> <li>- флексибилно планирање на инциденти</li> <li>- превентивно делување</li> <li>- организација на безбедносни служби</li> <li>- соработка на безбедносните служби со давателите на услуги и туристите</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- флексибилно планирање на можните природни катастрофи</li> <li>- добро испланирани информации и план за спасување</li> <li>- потребно е менаџирање во случаи на природни катастрофи, со добро испланирани услуги од храна, згрижување и сместување</li> <li>- информации и план за спасување и услуги во насока на санација на потребите на туристите</li> <li>- промоција на мерки и активности за намалена подложност на последици од климатски промени и природни катастрофи</li> <li>- свеста на туристите и давателите на услуги за значењето на одржлива животната средина во подем</li> </ul>

## 5.5 Главни дестинации и атракции

Туристичките дестинации етимолошки се определени како просторни целини и објекти кон кои се стремат туристите за посета и престој. Тие можат да бидат носители на процесот на задоволување на потребите на туристите и да го подржуваат овој процес. По тој критериум е определена и нивната важност и хиерархиско место. Затоа треба да се прифати општината Охрид како основна дестинација во која има повеќе главни или препознатливи и споредни или комплементарни дестинации. Според WTO дестинацијата содржи атракции и други компоненти (сместувачките капацитети, сообраќајните системи и другите видови услуги и соодветната инфраструктура).

Определувањето на главните туристички дестинации во Општината Охрид се врши според атракциите и нивното контрактивно дејство. Тоа значи дека главните туристички дестинации се поврзани со појавите и односите кои ги привлекуваат посетителите и претставуваат основен фактор на задоволување на туристичките потреби. Природните и културните туристички вредности на општината Охрид го определуваат овој простор како најатрактивен во РСМ и препознатлив во меѓународни рамки, поради што претставува дел од светското наследство на UNESCO.

Издвојувањето на главните туристички дестинации се врши според функционалните карактеристики и атрактивните својства. Главните туристички дестинации и атрактивности се дадени во следнава табела.

Табела бр. 29 - Главни туристички дестинации

Туристичка дестинација	Атракции	Можни активности на користење	Состојби со уреденост, опременост и заштита
<i>Подмоље</i>	Викенд-населба, видик и езерска панорама Мрестилиште на крапот	Еко-тури, едукативни активности, пливање	Појави на палење на трската, отсуство на обележани простори за презентација на трската и мрестењето на крапот, уреден пристап кон езерската шир
<i>Андон Дуков</i>	Плажа, плиток литорал, шумски насади и сенки	Капење, сончање, спортови на вода, пикници и кампување, учење пливачки вештини за почетници и деца	Недоволна уреденост и опременост на плажата и кампот, отсуство на издржана хортикултура, потребна опрема за едукација, забавни, спорт и рекреација
<i>Коснозглобна болница</i>	Плажа, здравствен комплекс, партерна уреденост	Медицински услуги, капење и сончање, пешачење	Нема капацитети за сместување на лица за посета на болните, потреба од унапредување на парковите
<i>Св. Еразмо-Чехоштина - Орман - Лакочереј</i>	Пештерни цркви и археолошки локалитет, карпести отсеци за искачување  Викенд зона и лозарска традиција Агро-комплекс	Религиски и културен туризам, адреналински активности  Излети и пикници дегустација на вино од автохтони сорти Обележување на вински рути и винарски капацитети  Учество во земјоделски активности	Нема обележување на патеките за искачување и археолошките локалитети, опремување на простор за искачување  Не се обновени лозовите насади, нема опремени локации за излети и пикници, не е обележан вински пат и винарскиот комплекс во непосредна близина  Поттикнување на агро-секторот
<i>Даљан -Градска плажа</i>	Плажа, спортско-рекреативен локалитет, извиднички центар, кеј на река	Капење, сончање, излети, пикници, логорување, пешачење, спортски активности	Потребно обновување на градската плажа, уредување на локалитети за логорување, обновување на спортските терени, обележување на шеталиштето



<b>Туристичка дестинација</b>	<b>Атракции</b>	<b>Можни активности на користење</b>	<b>Состојби со уреденост, опременост и заштита</b>
<b>Стар град</b>	Комплекс на културни локалитети, чаршија и стара чаршија, пазар, богата угостителска понуда и плажа Јоно, Потпеш, клиф Канео, шеталиште, манифестации	Културни рути, шопинг, капење, сончање, гастрономски туризам, прошетки, едукативни активности	Потреба од обележување на рутите, опремување на плажата обележување на ориентална понуда
<b>Пристаниште и плоштад</b>	Уреден кеј, заврзување на пловила, монументални скулптури, широк простор за собири угостителска понуда, шеталиште	Прошетки, пловење и спортови на вода, културни рути, манифестации	Сигнализација и визуализација
<b>Билјанини Извори – Студенчишко блато</b>	Извори, спортски комплекс шеталиште, мрестилиште, мочуриште, плажа, marina	Комбинирани рути, одмор, прошетки и спортски активности, едукативни активности, капење и сончање, приврзување на пловила, риболовни активности	Обележување на рути, опремување на локации за одмор и општествени игри, опремување на риболовни точки, уредување на блатото за посета, сигнализација и визуализација на атрактивностите
<b>Комплекс Парк-Горица</b>	Плажа, шеталиште, уреден партерен простор, угостителски комплекс, спортско-рекреативни терени	Капење, сончање, прошетки, забава, спорт и рекреација	Одржување на комплексот
<b>Св. Стефан - Синдикални</b>	Манастирски комплекс, плажа, шеталиште угостителски комплекс здравствен комплекс, спортски терени	Религиски активности манастирско сместување капење, сончање, прошетки, забава, медицински услуги, угостителски услуги, спорт и рекреација	Опремување за општествени игри, санитарни јазли и рекреација, партерно уредување
<b>Долно Коњско</b>	Викенд населба, шеталиште, угостителски комплекс	Угостителски услуги, прошетки	Обележување на патеки
<b>Лагадин</b>	Плажа, викенд населба, угостителски објекти	Капење, сончање, пикници	Одржување на плажите и местата за пикници
<b>Пештани и Градиште-Залив на коските</b>	Традиционално рибарско село, угостителска понуда, елитен хотелски комплекс, плажа, камп, неолитска населба, нуркачки центар Миќов Град	Риболов, нуркање и обуки, угостителски услуги, капење, сончање, гастрономски специјалитети, културна рута, логорување, пикници	Утврдување локации за риболов и натпревари, опремување на плажите, брендирање на специјалитетите, определување на локација за натпревари во нуркање
<b>Трпејца</b>	Плажа, рибарска традиција, селски амбиент, карпа за искачување	Капење и сончање, риболов, селски активности, адреналински спортови	Утврдување локации за риболов и натпревари, опремување на плажите, определување локации за искачување по карпи и отсеци
<b>Љубаништа</b>	Плажа, рибарска традиција, селски амбиент, традиционални манифестации	Капење и сончање, риболов, селски активности, културни активности	Утврдување локации за риболов и натпревари, опремување на плажите, календар на манифестации

Туристичка дестинација	Атракции	Можни активности на користење	Состојби со уреденост, опременост и заштита
<b>Комплекс Св. Наум</b>	Манастирски комплекс, верски манифестации, плажа, езерце утока, извори шеталиште уреден партерен простор, угостителски комплекс, пристаниште	Религиски активности манастирско сместување капење, сончање, прошетки и пешачење угостителски услуги, спорт и рекреација, едукативни активности, спортови на вода, приврзување пловила	Одржување на комплексот, обележување на вегетативни примероци, презентација на сублакустриски извори,
<b>НП Галичица</b>	Заштитен простор од највисока категорија, појави на отсеци, сипари, пештери, снежна покривка, уредени патеки, богат биодиверзитет, лов на дивеч, видиковци	Еко-туризам, адреналински спортови, едукативни активности, зимски спортови и рекреација на снег, пешачење, планински велосипедизам, хербални активности, лов со камера и панорамски разгледувања	Уредување на платоа за презентација на еколошки вредности, уредување на карпи и други вредности за искачување, опрема за адреналински спортови и рекреација, уредување на терени за зимски активности, одржување и унапредување на патеки, обележување на ретки примероци на вегетација, собирање на хербални примероци дозволени со режимот во паркот, опремување на видиковците
<b>Елшани и Елешец</b>	Селска средина, викенд населба, видиковец, Плажа, кампинг	Селски туризам, викенд посети, панорамско разгледување  Капење сончање, логорување риболов	Уредување на селски улици, опремување на видиковците  Уредување на простор за логорување, одржување на кампингот и унапредување на понудата, определување места за риболов
<b>Рача-Велестово</b>	Селски амбиент, манифестации, видиковци, речно корито на Рача	Јавање магариња и коњи како традиција, пикници и излети, логорување, културни активности, пешачење и планински велосипедизам	Зголемување на сточниот фонд Уредување на локации за пикници, излети и логорување, Определување календар на настани, уредување и проширување на патеките
<b>Рамне</b>	Извори, селски амбиент, излети и пикници, патеки	Излети и логорувања, пешачење и планински велосипедизам	Уредување на локации за излети и логорувања, сигнализација и визуализација на патеките
<b>Велгошти</b>	Манастирски комплекс, цркви, Видиковец, уредено излетиште, гео-комплекс, манифестации	Религиски свечености, културни активности, панорамско разгледување, едукативни активности	Анимации-светло и звуци, проширување и уредување и опремување на платоа за културни активности, панорамско разгледување, едукативни активности

Туристичка дестинација	Атракции	Можни активности на користење	Состојби со уреденост, опременост и заштита
<p><b>ЦЕНТРАЛНО-ГАЛИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА (Лескоец-Скребатно Косел-Дувало Ливоишта Опеница Завој)</b></p>	<p>Традиционално варничарство, земјоделе, уреден простор за пикници, излети и логорување, црква (Лескоец-Скребатно) Единствена активна вулканска форма на Балканот (Косел), Лозови насади (Ливоишта) Еко-центар, река, црква Традиционална селска архитектура, чиста природа, сместувачки капацитети, не пресечени патишта</p>	<p>Едукативни и културни активности, религиски свечености, берба на цреши и јагоди, пикници, излети и логорување</p> <p>Едукативни активности Лозарски и вински активности Еко-престој, гастрономски специјалитети, религиски настани</p> <p>Културна тура, излети и логорувања, пешачење</p>	<p>Уредување на варничарскиот простор за презентација, одржување и проширување на комплексот Скребатно, поттикнување на агро-секторот</p> <p>Формирање гео-парк и визитор центар на вулканологијата Вклучување во вински пат Сигнализација, илуминација</p> <p>Приспособување куќи за издавање, уредување локации за излети и логорувања, обележување на патеки за пешачење</p>
<p><b>Планински предел на Мазатар и Плаќенска Планина Речица Куратица, Плаќе</b></p>	<p>Зона на претежно рурално-селски средини во кои туризмот е во почетокот на развој. Традиција на Мали сточарски био-фарми (кози, овци, крави, прасиња...), мали селски био-градини (зеленчук и овошје), локално произведена храна и гастрономија, шумски плодови (сливи, јаболка, печурки, дрен, диви цреши, шумски јагоди, чаеви и други билки...), регистрирани даватели на туристички и угостителски услуги во рурален туризам, столетни букови и дабови шуми, планински потоци и извори, шумски патеки и патишта Валавици, потоци и река, традиционална селска архитектура, чиста природа, маскенбал, зимско-спортски погодности, коњи и магариња</p>	<p>Културни активности, рекреација, прошетки, манифестациски активности, јавање, излети, пикници и логорувања</p> <p>Се јавува во вид на излети и прослави (Скребатно), верски свечености, карневал (Куратица), дневни посети (Дувало Косел), еко-туризам, Опеница и Завој. Етно-туристичкиот потенцијал не е искористен</p>	<p>Уредување на пристапноста и просторот до валавиците, обележување на традиционалната селска архитектура, обележување на патеки за пешачење</p>

## 5.6 Рамковни услови

Рамковните услови го сочинуваат различните фактори кои влијаат врз развојот на туризмот во Општина Охрид од инфраструктурна, финансиска, просторна, демографска и правна гледна точка. Во таа смисла во продолжение анализирани се: патната мрежа и инфраструктура; аеродромот; инволвираните чинители во туризмот; расположливите финансиски средства и буџет; сместувачките капацитети, таксите, даноците и давачките; субвенциите; развојните зони; демографската и образовната структура на населението; планската документација, процедурите, дозволите и концесиите; СВОТ анализата.

### 5.6.1 Патна мрежа и инфраструктура

Патната мрежа и инфраструктура претставува еден од најважните видови на превоз и транспорт за развој на туризмот. Патниот сообраќај во голема мерка ја определува транзитноста како примарна функционална карактеристика на туристичко – географската положба на охридскиот туристички простор. Имено, за да може да се валоризираат туристичките атрактивно – мотивациски фактори, потребно е да се обезбеди лесно и брзо пристигнување на туристите и посетителите. Со тоа туристичките вредности на просторот стануваат достапни на туристите.

Туристичкиот простор на Општина Охрид се карактеризира со релативно добри транзитни функционални карактеристики. Имено, низ просторот на општината и нејзиното поблиско окружување поминуваат значајни патни правци. Транзитните правци кои пројавуваат најголемо влијание врз туристичко – географската положба и туристичкиот развој претставуваат правците на југозападната туристичка магистрала и правецот кој се протега од исток кон запад. Овој транзитен правен на југозападната туристичка магистрала овозможува отвореност на регионот кон главниот сообраќаен јазол во републиката – главниот град Скопје, како и надоврзување кон јадранското приморје и Италија. Треба да се напомене дека југозападната туристичка магистрала се карактеризира со изразени флукуации во неговиот квалитет. Така, сеуште трае доградбата на автопатот Охрид – Кичево, поради што неговиот квалитет засега сеуште е на релативно ниско ниво. Меѓутоа, со доградбата на автопатот значително ќе се унапреди комуникативноста и транзитноста на општината.

Друг потенцијален транзитен правец претставува правецот Исток – Запад кој води преку просторот на Пелагонија и овозможува поврзување со источноевропските земји и земјите на азискиот континент, со јадранското приморје, а понатаму, преку Италија и со Југозападна Европа. Улогата на овој транзитен правец за туризмот во значителна мерка зависи од степенот на развој на просторните целини што се наоѓаат на него. Посебно значаен е проектот за изградба на Пан-европските комуникации – **Коридор VIII** и **Коридор X**. Тие ќе претставуваат мултимодални комуникациски оски што ќе го поврзе централниот дел на Балканот со централна и западна Европа. Со комплетирањето на овие две комуникации ќе се поедностави движењето на странските туристи до охридскиот простор.

Во продолжение е даден статистички преглед на видот на патиштата на државно, регионално и локално ниво (*Транспорт и други услуги, Државен завод за статистика, 2015*).

Во Југозападниот плански регион постојат вкупно 1.343 км локални патишта, што претставува 13,8 % од вкупната должина на оваа мрежа во државата. Локалната патна мрежа на ниво на Југозападниот плански регион е дадена подетално по вид во следниот табеларен преглед.

Табела бр. 30 - Должина на видот на локалните патишта во Југозападниот плански регион (во километри)

	Вкупно	Асфалт и коцка	Макадам	Земјени	Непросечени
Должина во км	1.343	768	154	287	134
Процентуално учество	100%	57,2%	11,5%	21,4%	9,9%

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

Како што може да се забележи од статистичкиот приказ, најголемиот дел од патиштата во ЈЗПР се со релативно висок квалитет, односно се состојат од асфалт и коцка. Дури 57,2 % од вкупно 1.343 км се вакви патишта. Со макадам се прекриени 154 км, односно 11,5 %. Скоро двојно повеќе се земјените патишта чија должина изнесува 287 км, односно 21,4 %, додека најмала должина имаат непросечените со 134 км или 9,9 %.

Во Општина Охрид вкупната должина на локалните патишта изнесува 163 км, што претставува 12,1 % од вкупната должина на оваа патна мрежа во регионот. Деталниот преглед на видот на овие патишта е даден во продолжение.

Табела бр. 31 – Должина на видот на локалните патишта во Општина Охрид (во километри)

	Вкупно	Асфалт и коцка	Макадам	Земјени	Непросечени
Должина во км	163	106	32	7	18
Процентуално учество	100%	65%	19,6%	4,3%	11%

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

Од статистичкиот приказ може да се забележи дека најголемиот дел од патиштата во Општина Охрид отпаѓа на асфалт и коцка – односно 106 км што претставува процентуално учество од 65 %. Тоа зборува за релативно високиот квалитет на локалната патна мрежа во општината. Исто така, релативно високо процентуално учество имаат патиштата кои се прекриени со макадам (19,6 % или вкупно 32 км). Додека пак, најмало учество имаат земјените со должина од 7 км (4,3 %) и нешто повеќе од нив се непросечените со вкупна должина од 18 км (11 %).

Доколку се направи компаративна анализа на структурата на локалната патна мрежа во Југозападниот плански регион и во Општина Охрид, тогаш може да се забележи дека општината располага со нешто подобра структура отколку во регионот. Меѓутоа, вкупната должина на локалната патна мрежа во општината е релативно ниска, во споредба со вкупната должина на регионот. Тоа зборува за потребата за унапредување на ваквата состојба во

наредниот период, посебно во доменот на изградба на нови локални патишта, по можност асфалтирани, како и подобрување на веќе постоечките. Тоа ќе биде во функција на унапредување на туристичките состојби и ниво на развиеност во општината.

Значаен фактор на патната инфраструктура кој влијае врз нивото на транзитност на охридскиот простор се и двата гранични премини: „Св. Наум“, кој се наоѓа во рамките на општината, како и граничниот премин „Кафасан“, западно од Општина Охрид. Овие гранични премини овозможуваат релативно лесен пристап кон овој простор од страна на странските туристи, како и висок проток на туристи кои доаѓаат во овој простор или само патуваат низ него.

## 5.6.2 Аеродром

Функционалноста на туристичко-географската положба на туристичките простори се вреднува преку нивната достапност, односно транзитност. Во оваа насока значајна улога игра не само патниот сообраќај, односно патниот превоз, туку и воздушниот сообраќај. За одвивање на овој сообраќај неопходно е присуство на добро изграден и опремен меѓународен аеродром. Во Општина Охрид, значајна улога во оваа смисла игра меѓународниот аеродром „Св. Апостол Павле“. Еден значајните сегменти кој се појавува како услов за развој на туризмот е добрата патна поврзаност, а посебно поврзаноста и бројот на превезени патници преку аеродромот „Св. Апостол Павле“. Странските тур-оператори ги носат странските туристи со чартер летови преку аеродромот, но постојат и други редовни линии во редот на летање на аеродромот преку кои може да пристигнат странски туристи.

Направена е анализа на бројот на реализирани летови во меѓународниот превоз (редовен и чартер) на аеродромот. Податоците се дадени табеларно во продолжение.

Од табеларниот преглед може да се утврди скоро континуиран раст на меѓународниот воздушен превоз на овој аеродром во периодот од 2015 до 2019 година. Така, вкупниот број на остварени летови во меѓународниот превоз пораснал од 860 летови во 2015 година, дури на 2.308 летови во 2019 година. Поизразен е растот на редовниот меѓународен превоз на аеродромот во наведениот временски интервал. Така, од 307 реализирани вакви летови во 2015 година, овој број пораснал за 5,73 пати, за во 2019 година да се регистрирани 1.759 редовни летови.

Табела бр. 32 – Број на реализирани летови во меѓународниот превоз на аеродромот „Св. Апостол Павле“

	2015	2016	2017	2018	2019
Меѓународен превоз - редовен	307	660	664	811	1.759
Меѓународен превоз - чартер	553	474	542	459	549
<b>Меѓународен превоз - вкупно</b>	<b>860</b>	<b>1.134</b>	<b>1.206</b>	<b>1.270</b>	<b>2.308</b>

Извор: Макстат база на Државниот завод за статистика

Поразлична е состојбата на бројот на реализирани меѓународни чартер летови во наведениот временски период (2015-2019 година). Така, најнизок број на вакви летови биле реализирани

во 2018 година (459 чартер летови), додека највисок број е регистриран во 2015 година (553). Во анализираниот петгодишен период кај чартер летовите може да се забележи наизменично зголемување и намалување.

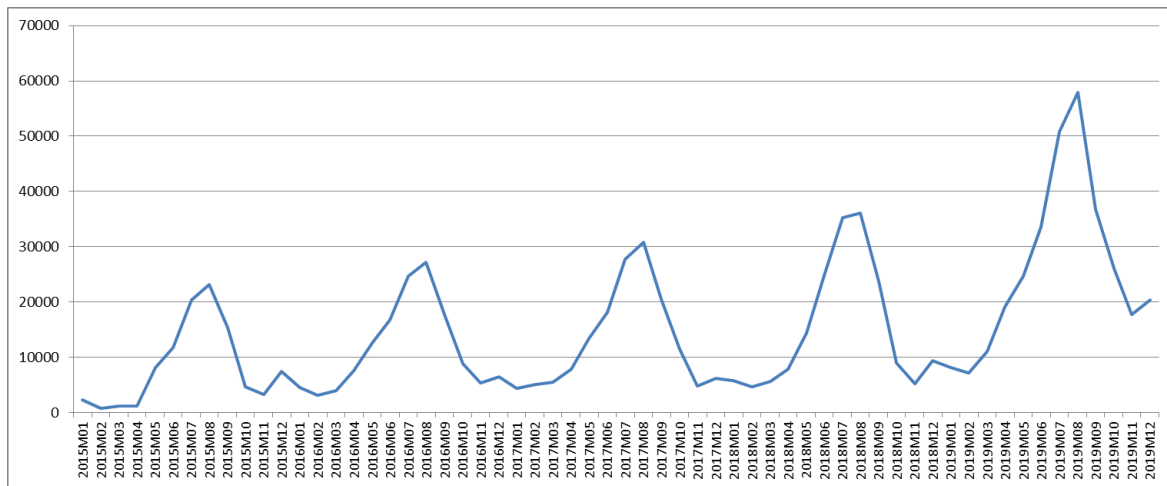
Во оваа насока е направена и анализа на бројот на превезени патници на аеродромот „Св. Апостол Павле“ во наведениот временски интервал од 5 години. Анализирани се патниците од/до земјите на Европската Унија, како и од/до останатите земји кои не припаѓаат на ЕУ. Овие податоци се дадени табеларно во продолжение:

Табела бр. 33 - Број на превезени патници во меѓународниот превоз на аеродромот „Св. Апостол Павле“

	2015	2016	2017	2018	2019
Број на превезени патници - вкупно, Во/од земји на ЕУ	88.357	50.104	107.089	93.444	258.998
Број на превезени патници - вкупно, Во/од други земји	11.407	85.054	48.771	88.368	54.449
Број на превезени патници - вкупно	99.764	138.854	155.860	181.812	313.447

*Извор: Макстат база на Државниот завод за статистика*

Од табеларниот преглед може да се утврди дека вкупниот број на превезени патници на аеродромот „Св. Апостол Павле“ е во континуиран и значителен пораст во анализираниите 5 години (2015 до 2019 година). Така, во 2015 година биле превезени вкупно 99.764 патници преку овој аеродром. Меѓутоа, во наредните години доаѓа до значителен пораст, за во 2019 година да се регистрираат дури 313.447 вкупно превезени патници. Тоа претставува зголемување за дури 3,14 пати во однос на 2015 година. Ако се анализира структурата на патниците според тоа од/до кои земји се превезувале, тогаш може да се забележи поголемо учество на патници од/до земјите членки на ЕУ. Оваа разлика е најизразена во 2015 година кога патници од/до земјите на ЕУ броеле 88.357, наспроти патниците од други земји (11.407 патници). Единствено исечок од ваквиот тренд е регистриран во наредната 2016 година кога бројот на превезени патници од/до други земји бил поголем од патниците од/до земјите членки на ЕУ (85.054 наспроти 50.104). И кај двете групи на патници е регистриран наизменичен пораст и опаѓање на нивниот број во анализираниот период, како што може да се утврди од горенаведената табела. Во продолжение е даден и график за превезениот вкупен број на патници во анализираниот петгодишен период (2015-2019) по месеци на аеродромот „Св. Апостол Павле“.



Графикон бр. 6 - Број на превезени патници по месеци во меѓународниот превоз на аеродромот „Св. Апостол Павле“

Од горенаведениот графикон може да се забележат значителни осцилации во бројот на превезени патници преку аеродромот. Најголема концентрација на патници се регистрира во летните месеци Јули и Август, додека врвот во сите анализирани години се постигнал во месецот Август. Тоа зборува за постоење на значителна сезоналност на бројот на превезени патници преку овој аеродром што директно влијае и врз туристичкиот промет во Општината Охрид.

Поврзаноста помеѓу бројот на патници кои патувале преку овој аеродром и бројот на реализирани доаѓања, односно ноќевања во Општина Охрид, е дадена во продолжение. За оваа цел може да се користат податоци и информации прибрани од истражувањето за потребите на Општина Охрид во 2019 година: *Анализа на економските ефекти на туризмот во Општина Охрид* изработена од страна на Факултетот за туризам и угостителство – Охрид.

Графички може да се прикаже бројот на пристигнати патници на Аеродромот Апостол Павле за периодот јануари 2019 октомври 2019 и бројот на остварени ноќевања од странски туристи во истиот период. Овие две варијабли (пристигнати патници преку аеродромот и остварени ноќевања) се ставени во взаемна корелација.



Графикон бр. 7 - Број на превезени патници на Аеродромот „Св. Апостол Павле“ и број на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид.



Од обликот на сериите може да се забележи сезонскиот карактер на двете серии. Степенот на корелација помеѓу двете серии е 0.933093, што означува висок и позитивен степен на корелација, односно порастот на бројот на патници директно влијае со висок степен на порастот на бројот на остварени ноќевања. Во продолжение направена е и регресиона анализа каде бројот на остварени ноќевања е зависна променлива, а бројот на превезени патници е независна променлива.

Првата регресиона анализа е со земање како независни променливи константа и бројот на превезени патници. Резултатите се дадени во следната табела.

Табела бр. 34 - Регресиона анализа на бројот на остварени ноќевања и број на превезени патници

Dependent Variable: NOKJEVANJA				
Method: Least Squares				
Date: 12/19/19 Time: 23:45				
Sample: 2017M01 2019M10				
Included observations: 34				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1857.431	3413.028	-0.544218	0.5901
PATNICI	2.204150	0.150177	14.67698	0.0000
R-squared	0.870662	Mean dependent var		37880.35
Adjusted R-squared	0.866620	S.D. dependent var		33177.85
S.E. of regression	12116.95	Akaike info criterion		21.69962
Sum squared resid	4.70E+09	Schwarz criterion		21.78941
Log likelihood	-366.8936	Hannan-Quinn criter.		21.73024
F-statistic	215.4137	Durbin-Watson stat		0.384223
Prob(F-statistic)	0.000000			

*Сопствени пресметки*

Од резултатите може да се заклучи дека константата не е валиден параметар во регресионата анализа. Она што е поважно е дека во моделот се јавува и сериска корелација на резидуалите, односно Durbin-Watson-овата статистика има многу мала вредност. Истовремено регресиониот модел ја следи оригиналната серија во степен поголем од 86%. Корелационата анализа на резидуалите е дадена табеларно во продолжение.

Табела бр. 35 - Корелограм на резидуали за моделот

Date: 12/19/19 Time: 23:50  
 Sample: 2017M01 2019M10  
 Included observations: 34

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	0.742	0.742	20.433	0.000
		2	0.608	0.128	34.591	0.000
		3	0.367	-0.276	39.903	0.000
		4	0.174	-0.142	41.137	0.000
		5	-0.027	-0.133	41.169	0.000
		6	-0.117	0.065	41.763	0.000
		7	-0.123	0.174	42.444	0.000
		8	-0.096	0.032	42.877	0.000
		9	-0.036	-0.007	42.939	0.000
		10	-0.004	-0.098	42.940	0.000
		11	0.028	-0.040	42.981	0.000
		12	0.017	-0.012	42.998	0.000

Сопствени пресметки

Од табелата се гледа сериската корелираност на резидуалите од моделот, што значи дека недостига најмалку уште една независна променлива за да се добие добар регресионен модел. Во недостаток на друга/и независна структурна променлива, вклучивме авторегресионен член за елиминирање на сериската корелација. Резултатите се дадени во следната табела.

Табела бр. 36 - Регресиона анализа на бројот на остварени ноќевања и број на превезени патници со дополнителен автокорелационен параметар

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PATNICI	2.308753	0.160159	14.41542	0.0000
AR(1)	0.894786	0.113268	7.899704	0.0000
R-squared	0.951498	Mean dependent var		38866.67
Adjusted R-squared	0.949933	S.D. dependent var		33182.21
S.E. of regression	7424.711	Akaike info criterion		20.72171
Sum squared resid	1.71E+09	Schwarz criterion		20.81240
Log likelihood	-339.9082	Hannan-Quinn criter.		20.75222
Durbin-Watson stat	1.927738			

Сопствени пресметки

Од резултатите може да се забележи дека овој модел опишува повеќе од 94% од моделот, нема сериска корелираност на резидуалите, вредноста на информативните критериуми е пониска во однос на претходниот модел што укажува дека овој модел е подобар од претходниот. Корелограмот на резидуалите е даден во следната табела.

Табела бр. 37 - Корелограм на резидуали за моделот

Date: 12/19/19 Time: 23:54  
Sample: 2017M02 2019M10  
Included observations: 33  
Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term(s)

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	-0.090	-0.090	0.2914	
		2	0.048	0.041	0.3787	0.538
		3	0.068	0.076	0.5563	0.757
		4	0.178	0.191	1.8142	0.612
		5	-0.219	-0.201	3.7909	0.435
		6	-0.242	-0.329	6.2981	0.278
		7	-0.024	-0.107	6.3243	0.388
		8	-0.018	0.023	6.3393	0.501
		9	0.052	0.253	6.4719	0.595
		10	0.029	0.196	6.5153	0.687
		11	0.135	0.047	7.4745	0.680
		12	0.047	-0.156	7.5943	0.749

Сопствени пресметки

Од корелограмот може да се забележи дека сите вредности на каснењата се во рамки на границите на доверба и нема сериска корелираност помеѓу нив. Тоа значи дека самото доаѓање на странски туристи е причина за промовирање на Охрид како туристичка дестинација како од страна на тур-операторите, така и од туристите кои го посетиле Охрид.

Важно да се напомене дека горенаведените анализи за воздушниот превоз се однесуваат за периодот пред избувнувањето на глобалната криза со пандемијата на корона-вирусот (SARS-COV-2) и последователните мерки за заштита и ограничувањата на движење преземени во голем број на земји во Светот. Констатација е дека дојде до скоро целосно парализирање на превозот на патници во сите видови сообраќај, а посебно во воздушниот, на светско ниво. Поради тоа во наредниот период е потребно да се измерат последиците на ваквата неповолна состојба врз воздушниот превоз, а и врз туризмот.

### 5.6.3 Главни инволвирани чинители во туризмот (на национално и на локално ниво)

Основните чинители кои делуваат на **национално ниво**, а директно влијаат врз одвивањето на процесот на локално управување со туристичкиот развој, се дадени во продолжение:

- **Министерство за економија – Сектор за туризам.** Ова тело претставува највисокиот државен орган кој е одговорен за креирање на општата туристичка политика во државата. Основни активности се лиценцирање и категоризирање на давателите на

туристичко-угостителски услуги и на туристичките оператори, спроведување на законодавството, изработка на промотивни материјали за општа промоција на државата како туристичка дестинација на меѓународните пазари, како и организирање на обуки во доменот на маркетингот, менаџментот и јавната свест;

- **Агенција за промоција и поддршка на туризмот (АППТ)**. Ова тело е креирано со посебен закон за негово формирање. Агенцијата презеде бројни задачи поврзани со промоција на државата од Секторот за туризам при Министерството за економија. Таа има клучна улога во активностите за субвенционирање на туризмот кои се преземаат во последните години како поддршка на давателите на туристички услуги на странски туристи. Конкретните надлежности на АППТ се (<http://tourismmacedonia.gov.mk>):

- Активно унапредување и промоција на туризмот, професионално презентирање на сите сегменти и региони од туристичката понуда, како и изготвување на анализа за потенцијалите на домашниот и странскиот туристички пазар;

- Подготвување и реализација на програмата и обезбедување информативен пропаганден материјал за промоција и поддршка на туристичките вредности;

- Формирање и развивање единствен туристичко-информативен систем и негово поврзување со други информативни системи;

- Активно промовирање на вкупниот туристички потенцијал на Р.С. Македонија во земјата и во странство и соработување со светски познати туроператори за привлекување на што поголем број туристи;

- Поттикнува и ги координира сите туристички организации, комори, асоцијации, здруженија и други институции од областа на туризмот и угостителството, со цел за унапредување и промоција на туризмот;

- Иницира и насочува меѓуопштинска, регионална и меѓународна соработка за промоција на туризмот;

- Учествува во привлекувањето инвестиции во туризмот во Р.С. Македонија.

- **Хотелска асоцијација на Македонија (ХОТАМ)**. Претставува репрезентативно тело на хотелскиот сектор, кое обединува 56 хотелски членки, од кои 180 хотели во државата и 26 асоцијативни членки како што се ресторани, туристички агенции, транспортни компании, туристички објекти и слично (PLANETH, 2011). Основните задачи на ова тело се поврзани со штитењето на интересите на хотелскиот сектор во државава, унапредувањето на туристичката дејност, консултативни услуги поврзани со примена на стандарди во хотелиерството, промоцијата и слично.

- **Стопански комори за туризам на Македонија (СКТМ)**. Тие имаат за цел подготовка на терен за подобрување на деловните услови за туристичкиот сектор. Р.С. Македонија во моментот има две туристички комори:

- *Стопанска комора за туризам* чии главни активности се:

- поддршка, промоција и развој на туризмот.

- остварување услови за зголемен раст на бизнисот на стопанствениците - туристички работници, а со тоа и зголемување на работни места во секторот туризам.

- давање професионални советодавни услуги.

- *Туристичка комора на Македонија*, чии активности, главно, се состојат во:

- давање професионални советодавни услуги,

- организирање и спроведување програми и активности поврзани со туризмот.

Треба да се истакне проблемот со недоволната расположливост со финансиски и други средства на наведените државни управувачки органи. Исто така, како еден од најзастапените проблеми што се јавуваат кај сите форми на управување на различните нивоа, претставува отсуството на дијалог и соработка меѓу клучните заинтересирани страни и учесници, како на хоризонтална, така и на вертикална основа.

Како позитивна страна на системот на управување на национално ниво претставува формирањето и функционирањето на Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот. Со нејзиното формирање од 2010 година комплементарноста на надлежностите и дејствувањето се јасно утврдени. Исто така, низ минатите години се минимизираа и преклопувањата во надлежностите и активностите со Секторот на туризам при Министерството за економија. Со тоа оваа агенција ја презеде главната улога во управувањето со туризмот на национално ниво. Притоа, може да се утврди една паралела со активностите и надлежностите со организациите за дестинациски менаџмент во другите држави. Разликата помеѓу ваквите управувачки тела се состои во тоа што организациите за дестинациски менаџмент најчесто функционираат на пониските нивоа (регионално, односно локално), додека АППТ делува на национално ниво.

**Регионалното ниво** на управување сеуште не е доволно развиено кај нас. Општината Охрид територијално спаѓа во Југозападниот плански регион. Поради тоа регионалното ниво на управување се однесува на телата и активностите во овој простор.

Регионалното управување е во најголема мерка претставено преку развојните процеси кои се преземаат на регионално ниво. Треба да се истакне дека досега во државата во сите плански региони се изработени развојни планови кои се однесуваат на различни области, директно или индиректно поврзани со туризмот. Во рамките на секој од тие развојни планови постои релативно добра опфатеност на туристичкиот сектор со приоритетни активности за развој на туризмот.

Треба да се нагласи и дека по подготовката на таквите регионални развојни планови следат пошироки консултативни активности со сите релевантни туристички стејкхолдери во планскиот регион. Тоа им овозможува на инволвираните страни (локалните власти, приватниот сектор и граѓанското општество), да ги сметаат тие планови за мошне репрезентативни за колективната развојна визија.

Во Југозападниот плански регион главните носители на туристичко-развојните процеси се следните:

- **Советот за развој на Југозападниот плански регион.** Ова тело врши повеќе активности: донесува програми за развој на планскиот регион; утврдува годишни акциони планови и предлог - проекти; овозможува координација на активностите помеѓу различните чинители; поддршка на прекуграничната соработка итн.
- **Центарот за развој на Југозападниот плански регион.** Тоа претставува стручно тело со следните активности: дава предлог решенија за изготвување на програмите за развој, акционите планови, проектите; врши координација на активностите во регионот од областа на туристичкиот развој; организира консултативни активности и информирање; обезбедува стручна и техничка помош; промоција на развојните можности и друго.
- **Единиците на локална самоуправа на општините во регионот.** Единиците на локалната самоуправа делуваат и на регионално ниво, но повеќе се релевантни за локалното ниво на управување.
- **Останати релевантни чинители во планскиот регион** (бизнис секторот, комори, асоцијации и граѓански здруженија). Овие стејкхолдери може да делуваат како на регионално, така и на локално ниво.

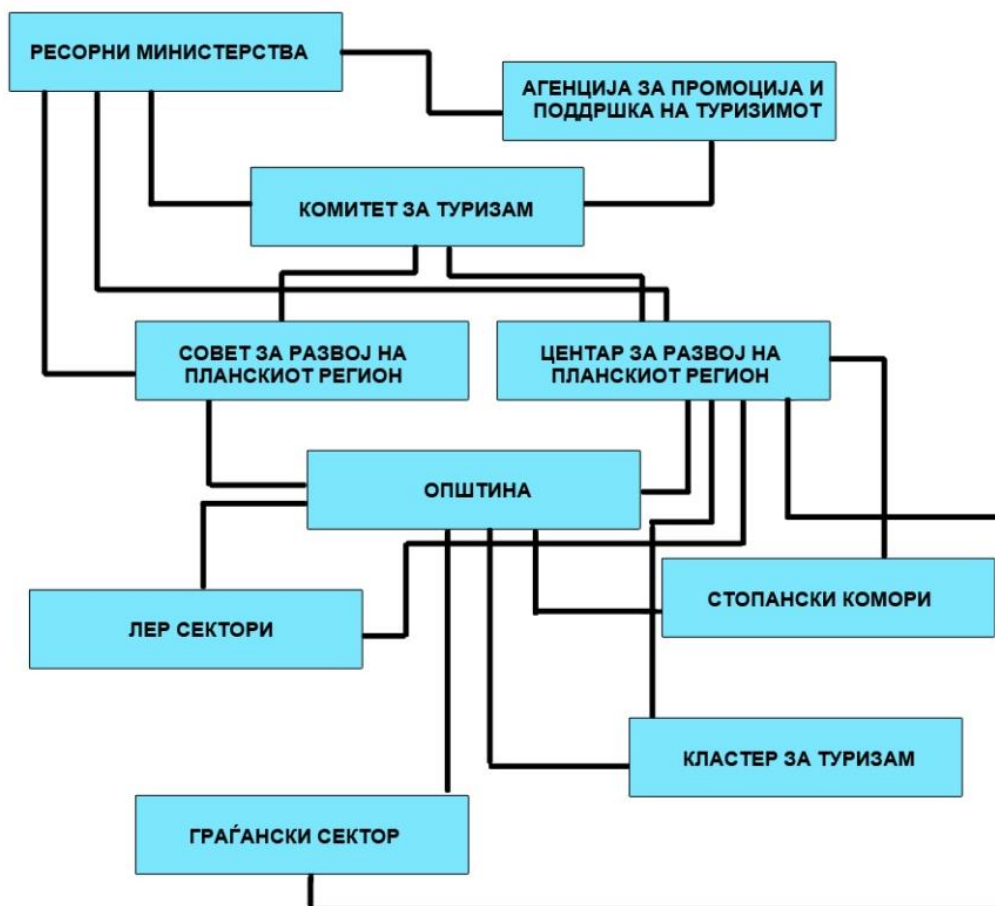
Често пати постои мешање на ингеренциите помеѓу органите на регионалното и на локалното управување. Еден од најголемите проблеми е што не постојат професионални и специјализирани тела од областа на туризмот кои делуваат на регионално ниво и кои би ги координирале различните активности и преземања во туризмот. Имајќи ја предвид интегралната мултисекторска димензија на регионалниот развој неопходна е добра координација меѓу основните носители на политиката на регионалниот развој, како и другите значајни чинители како што е бизнис секторот, разните комори, асоцијации и граѓански здруженија за усогласување на политиките и активностите кои имаат значајно влијание врз регионалниот развој. Притоа, целта е со имплементација на инструментите да се постигнат поголеми резултати во однос на секторскиот (економски развој, инфраструктура, аграрниот сектор и руралниот развој, туризмот и културата и социјалниот развој), на ниво на Југозападниот плански регион.

Во согласност со националната политика за децентрализација, општинските тела имаат поголеми одговорности во доменот на **локалното** туристичко планирање и развој.

Општината Охрид утврдува планови и стратегии за туристички развој на својата територија. Локалната самоуправа е одговорна за контролирање на работењето во туризмот преку инспекциските служби, како и за собирање статистички податоци кои се круцијални во анализата и планирањето на идниот развој. Важно е да се напомене дека секторот за локален економски развој на општината Охрид е специјализиран во полето на туризмот. Во таа смисла, ова тело се нарекува Сектор за туризам и локален економски развој (скр. ТЛЕР). Во него делуваат Одделението за туризам и Одделението за локален економски развој.

Соработката во развојот и во промовирањето на туризмот меѓу централната и локалните власти е на многу ниско ниво. Имено, таа не се фокусира на клучните прашања од заедничко значење и е спорадично попречувана, ако не и целосно неутрализирана. Единиците на локалната самоуправа заеднички со Центарот за развој на Југозападниот плански регион учествуваат во утврдувањето на предложените регионални проекти. Според тоа, локалната самоуправа на Охридскиот туристички простор (Општина Охрид) е одговорна за поднесување на барања за финансирање на проекти за развој на подрачјата со специфични развојни потреби и развој на населбите кои се наоѓаат на нејзина територија. Исто така, локалната самоуправа има значајна улога при реализација на проектите за развој, а посебно на проектите за развој на подрачја со специфични развојни потреби и развој на руралните населби. Со цел максимално да се искористат расположливите финансиски ресурси за регионален развој, единиците на локалната самоуправа на сите општини во регионот треба да остварат висока меѓусебна координација и взаемна соработка при креирањето и реализацијата на различните проекти.

Треба да се определат и врските, односите, меѓузависноста и хиерархиската поставеност на различните чинители на туризмот и угостителството. Поради тоа во продолжение е даден преглед на организациската структура на туристичко – угостителската дејност која може да се следи по вертикална и хоризонтална основа.



Слика бр. 5 – Организациска структура на туризмот во РСМ

#### 5.6.4 Финансиски средства и буџет

За потребите на овој сегмент од истражувањето, податоци побаравме од Секторот за финансии при Општина Охрид. Од секторот ни ги доставија податоците кои се дадени во следните две табели:

Табела бр. 38 - Приходи од различни такси и закуп на простор за туристички цели

Кonto	Опис на konto	Реализација на приходи по години				
		2015	2016	2017	2018	2019
717111	Комунална такса за привремен престој	15.464.224,00	16.476.342,00	18.563.352,00	21.280.107,00	22.079.118,00
717130	Комунална такса за користење на површини во кампови, подигнување шатори и друга слична употреба	771.490,00	484.220,00	594.340,00	576.720,00	348.760,00
717135	Комунална такса за користење на плоштади и друг простор со цел изложување предмети, изложби и забавни приредби	177.240,00	47.684,00	25.242,00	53.697,00	56.378,00
733131	Приходи од долготраен и времен закуп на земјиште	3.143.956,00	2.457.075,00	1.102.968,00	369.677,00	119.491,00
723914	Приходи од закупнина на општински имот	5.262.243,00	5.667.905,00	3.937.353,00	6.336.815,00	6.831.596,00

Извор: Општина Охрид - Сектор за финансии

Комуналната такса е давачка која ја плаќаат корисниците на услуги за сместување, а се уплатува од страна на давателите на услуги на сметка на општината. Во табелата под konto 717111 се дадени вредностите на уплата по години. Дадениот износ е 80% од вкупниот уплатен износ, бидејќи распределбата на средства е 80% од таксата за општината и 20% за буџетот на државата.

Од дадените податоци може да се види нагорниот тренд на податоците, како што се зголемувал бројот на ноќевања во општината. Не може да се направи директна пресметка на пријавени ноќевања според приходите, зошто во различни години беше дозволен различен попуст на цената на туристичката такса, но во понатамошниот текст ќе направиме корелациска анализа на остварените ноќевања и бројот на ноќевањата во општината за да се види колкава е таа поврзаност.

Втората ставка од приходите, konto 717130 се однесува на користење на површини во кампови, подигнување шатори и друга слична употреба. Тој сегмент најмногу се однесува на кампот Елешец. Другите кампови не плаќаат за користење на површините зошто тие не се сопственост на општината. Кај оваа ставка износот по години варира, според искористеноста на капацитетите.



Конто 717135 се однесува на комунална такса за користење на плоштади и друг простор со цел изложување на предмети, изложби и забавни приредби. При изнајмувањето на простор во сопственост на општината за дефинираните намени, корисниците на просторот покрај закуп, плаќаат и ваква комунална такса. Закупот на простор е на конто 723914. Приходите од закуп на простор во сопственост на општината, со исклучок на 2017 година се во континуиран пораст.

Последното анализирано конто е 733.131, а се однесува на закуп на земјиште за плажи. Кај оваа ставка евидентно е намалување на прибраните средства по години, затоа што не беа обновени договорите за закуп на плажите. Во 2017 година закупот на простор за плажи го презеде Министерството за транспорт и врски. И кај оваа ставка распределбата на прибраните средства е 80% за општината и 20% за државниот буџет. Во табелата се дадени износите кои ги добила општината во износ од 80% од вкупната уплата.

Во следната табела се дадени вредностите за наплатена комунална такса за привремен престој и бројот на остварени ноќевања во Општина Охрид за анализираните години 2015-2019.

Табела бр. 39 - Серија за наплатена комунална такса за престој и остварени ноќевања во Општина Охрид (2015-2019)

	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Комунална такса за привремен престој</b>	15.464.224,00	16.476.342,00	18.563.352,00	21.280.107,00	22.079.118,00
<b>Остварени ноќевања - Охрид</b>	818175	830333	937041	1034858	1101563

Извор: Општина Охрид - Сектор за финансии и сопствени пресметки



Графикон бр. 8 - Графички приказ на комуналната такса за привремен престој и остварените ноќевања во Општина Охрид (2015-2019)

Од податоците во табелата, а уште повеќе од графичкиот приказ кој е направен споредбено, на две y-оски за да може подобро да се види обликот на двете серији, евидентен е високиот

степен на поклопување на кривите. За овие две серии пресметан е коефициентот на корелација кој изнесува 0,99. Тоа укажува дека прибраните средства од комунална такса за привремен престој одговара на бројот на остварени ноќевања во текот на анализираниите години.

Во следната табела се дадени податоците за планираниот и реализираниот буџет на Општина – Охрид во периодот 2015-2019.

Табела бр. 40 - Вредности на планираниот и реализираниот буџет на Општина Охрид (2015 - 2019)

Реализација на Буџет за програма Г2		
Година	Буџет	Реализација
2015	11.700.000,00	3.567.527,00
2016	10.140.000,00	9.499.161,00
2017	18.500.000,00	11.321.429,00
2018	12.250.000,00	9.849.717,00
2019	10.018.815,00	9.031.799,00

Извор: Општина Охрид - Сектор за финансии

Во колоната 2 се дадени планираните средства во буџетот за соодветната година, а во последната колона се реализираниите. Во 2015 година процентот од прибраните средства по основа на приходи од туристичка такса реализирани се само 23%, односно од собрани 15.464.224,00, потрошени се само 3.567.527,00. Во наредните години тој процент е поголем од 40%, а највисок износ е потрошен во 2017 година кога се реализирани 61% од средствата собрани за оваа намена.

### 5.6.5 Сместувачки капацитети, обем, структура и динамика

Важен елемент на туристичката понуда на Општина Охрид претставува определувањето на бројот на расположливите сместувачки капацитети и капацитетите кои даваат услуги на храна и пијалаци, како и нивната структура и динамика. Во таа смисла важна е идентификацијата на активните деловни субјекти во Општина Охрид. **Идентификацијата на активните деловни субјекти** во општината е добиена врз основа на Макстат базата на Државниот завод за статистика на Р.С. Македонија. Таа го открива нивниот број во споредба со Југозападниот плански регион и со вкупниот број на државно ниво. Овие податоци се дадени табеларно во продолжение.

Табела бр. 41 - Активни деловни субјекти (хотели и ресторани)

Туристички простор	Хотели и ресторани
РСМ	4957
ЈЗПР	650
Охрид	239

Извор: Активни деловни субјекти по сектори на дејност според Макстат база на ДЗС

Од податоците во табеларниот преглед погоре може да се види дека во однос на бројот на активни деловни субјекти, учеството на Општина Охрид во вкупниот обем е скромно. Таа учествува со само 4,8% во вкупниот број на национално ниво. Тоа зборува дека ова скромно учество 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 ЈЗПР (36,77%) значи дека таа сепак има водечка улога во планскиот регион.

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 Охрид, ЈЗПР и РСМ. Овие податоци се дадени во следната табела.

Табела бр. 42 - Капацитети во угостителството (услуги на храна и пијалаци)

	ВКУПНО во РСМ	Југозападен регион	Охрид учество Во РСМ и ЈЗПР		
Број на угостителски објекти	4.383 (100,00%)	516 (11,77%)	145	3,31%	28,10%
Број на седишта	192.461 (100,00%)	22.961 (11,93%)	9.319	4,84%	40,59%
Површина на објектите (м <sup>2</sup> )	339.289 м <sup>2</sup> (100,00%)	51.137 м <sup>2</sup> (15,07%)	19.386 м <sup>2</sup>	5,71%	37,91%

Извор: Попис на капацитети во угостителството во Р.М., 2016, ДЗС

Од табеларниот преглед може да се констатира дека во општината Охрид бројот на угостителски објекти изнесува 145 што претставува учество од само 3,31%, во вкупниот број од 4.383 објекти во РСМ. Кај Југозападниот плански регион бројот на угостителски објекти од овој вид изнесува 516 тоа е 11,77 %, што значи дека учеството на овој регион е нешто под просекот, според бројот на региони во РСМ. Со оглед на тоа дека во државата има 8 плански региони, кога распределбата на угостителски објекти би била рамномерно распределена, Југозападниот 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 9.319 седишта или само 4,84% од вкупниот број (192.461) во РСМ. Учеството на општината во Југозападниот плански регион по овој основ е значително и изнесува 40,59 %. 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 19.386 м<sup>2</sup>, што исто така претставува учество од 5,71% во РСМ, односно 37,91% во Југозападниот регион. Иако учеството на површината на објектите во Општина Охрид е значителна во однос на површината на планскиот регион, 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.

**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 ЈЗПР. Овие податоци се дадени во табелата подолу.

Табела бр. 43 - Капацитети за сместување по општини според пописот на угостителството

	ВКУПНО во РСМ	Југозападен регион	Охрид		
				Учество во РСМ	Учество во ЈЗПР
<b>Број на угостителски објекти</b>	574 (100,00%)	134 (23,34%)	94	16,38%	70,15%
<b>Број на соби</b>	17.235 (100,00%)	6.407 (37,17%)	4.239	24,60%	66,16%
<b>Број на легла</b>	46.289 (100,00%)	17.575 (37,97%)	11.177	24,15%	63,60%
<b>Површина на објектите (м<sup>2</sup>)</b>	908.345 м <sup>2</sup> (100,00%)	443.237 м <sup>2</sup> (48,80%)	310.516 м <sup>2</sup>	37,49%	76,82%

Извор: Попис на капацитети во угостителството во Р.М., 2016, ДЗС

Параметрите во горенаведената табела 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 Југозападниот плански регион. Бројот на угостителски објекти за сместување изнесува само 12. Тоа е учество, од само 2,09 % во вкупниот број на објекти во Р.С. Македонија кој изнесува 574. Но, учеството во Југозападниот плански регион е 66,67%, што значи дека се работи за доминантно на општината во овој поглед (2/3).

Бројот на соби кои се регистрирани во општината Охрид (според Пописот на капацитети во угостителството во Р.М., 2016 година) изнесува 4.239. Во поглед на учеството во на овие капацитети во вкупниот број на Р.С. Македонија тоа изнесува 24,6%, но ова учество во Југозападниот регион е 66,16%, 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 11.177, што е учество од 24,15% во Р.С. Македонија или учествува од дури 63,6% во Југозападниот регион. Вкупната површина на објектите изнесува 310.516м<sup>2</sup>, односно учество во овој поглед од 37,49% во Р.С. Македонија и 76,82% во Југозападниот плански регион.

Доколку се направи анализа на бројот на расположливите сместувачки капацитети изразени низ бројот на објекти, соби и легла во Општина Охрид во одреден временски интервал, ќе се добие динамиката на движење на овие параметри. Така, според најновите расположливи податоци на Државниот завод за статистика, во продолжение е даден преглед на бројот на соби и легла за сместување во периодот од 2015 до 2019 година.

Од податоците во горната табела може да се согледа движењето, односно динамиката на вкупниот број расположливи сместувачки капацитети во Општина Охрид. Според тоа може да се забележи континуиран раст на бројот на регистрирани објекти, соби и легла. Така, во 2015 година постојат 64 регистрирани сместувачки објекти со вкупно 4.482 расположливи соби и 12.207 легла, за нивниот број да порасне на вкупно 72 објекти со 4.907 расположливи соби и 13.241 легло. Попрегледен постанува табеларниот приказ доколку се анализираат базните индекси. Како базна година е земена првата анализирана година, односно 2015 година. Според тоа, може да се забележи најголем пораст на бројот на објекти во 2019 година, во однос на 2018 година, каде нивниот број пораснал за 8 нови деловни субјекти, односно сместувачки капацитети или пораст од 6,2 базни поени во однос на базната година (2015 година). Кај бројот на соби може да се забележи најголем пораст во 2018 година во однос на 2017 година. Бројот на соби во таа година нараснал за 211 единици, односно 4,7 базни поени. Иста ситуација може да се забележи и кај бројот на расположливи легла. Најизразен пораст има повторно во 2018 година во однос на 2017 година, каде нивниот бројот на легла пораснал за 505, односно 4,1 базни поени.

Табела бр. 44 - Број на објекти, соби и легла во Општина Охрид (2015-2019)

Година	Број на објекти	Базен индекс	Број на соби	Базен индекс	Број на легла	Базен индекс
2015	64	100	4.482	100	12.207	100
2016	65	101,6	4.628	103,3	12.500	102,4
2017	66	103,1	4.643	103,6	12.605	103,3
2018	68	106,3	4.854	108,3	13.110	107,4
2019	72	112,5	4.907	109,5	13.241	108,5

Извор: Државен завод за статистика на РСМ и сопствени пресметки

Врз основа на показателите дадени во табелите погоре може да се утврди дека постои изразен простор за подобрување на состојбите. Релативно високото учество на општината по сите основи во Југозападниот 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 приватното сместување.

Табела бр. 45 – Збирен преглед на категоризирани хотели со расположливи капацитети (соби, легла и апартмани) во Општина Охрид

Категорија (свезди)	Број на објекти	Легла	Соби	Апартмани	Претседателски апартмани
*****	2	544	247	6	2
****	20	3046	1193	111	3
***	16	1754	642	84	/
<b>Вкупно</b>	<b>40</b>	<b>5.344</b>	<b>2.082</b>	<b>201</b>	<b>5</b>

Сопствено истражување

Во претходната табела е дадена збирен преглед на категоризирани хотели во Општина Охрид со три, четири и пет ѕвезди. Оваа табела произлегува од сопствено истражување и покажува несовпаѓање со статистичките податоци од Државниот завод за статистика на РСМ. Делумно тоа може да се одговори со немањето на податоци за објектите кои во времето на спроведување на истражувањето беа затворени, односно не можеа да се најдат податоци. Од податоците дадени во табелата може да се заклучи следното:

- Во Општината има 16 хотели со 3 ѕвезди, 20 хотели со четири ѕвезди и 2 хотели со 5 ѕвезди;
- Вкупниот капацитет на легла во хотелско сместување е 5344 легла. Во табелата не се дадени податоци за хотелските капацитети кои се затворени, како и за хотелите за кои не може да се добијат податоци;
- Вкупниот број на соби (еднокреветни, двокреветни и трокреветни е 2082), вкупниот број на апартмани е 201 и во три хотели се пријавени 5 претседателски апартмани;
- Останатиот капацитет до 13.241 легла се наоѓа во приватно сместување.

Во следната табела е даден бројот на објекти за сместување и сервисни дејности со храна во Општина Охрид.

Табела бр. 46 - Објекти за сместување и сервисни дејности со храна

Објекти за сместување и сервисни дејности со храна									
Охрид	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	288	325	301	293	301	293	283	279	301

Извор: Макстат база на Државен завод за статистика

За претходната табела направен и графикон за да се види динамиката на отворање на нови објекти и затворање на објекти што претходно функционираше.



Графикон бр. 9 - Број на објекти за сместување и сервисни дејности со храна

Врз основа на графиконот може да се забележи дека нема дефиниран тренд во бројот на објекти за сместување и сервисни дејности со храна. Од 2012 до 2018 година, со исклучок на 2015 година, бројот на овие објекти опаѓа, за во 2019 година нивниот број да се зголеми за 22.

#### **5.6.6 Такси, даноци и др. давачки**

Со оглед на тоа дека туризмот претставува регулирана дејност неопходно е да се има предвид дека значаен фактор на регулација претставуваат таксите и даноците, односно давачките кои ги прибира државата и Локалната самоуправа. Голем дел од нив се во непосредна функција на интензивирање на развојот на туризмот. Од овие давачки придобивки има општеството во целина. Но, давачките кои како приходи се остваруваат во Локалната самоуправа припаѓаат на оваа дејност.

Комуналните такси се давачки што се плаќаат од страна на правните и на физичките лица што вршат дејност и од страна на граѓаните за користење определени права, предмети и услуги од јавен карактер. Тие се приход на локалната власт со кој учествува во креирањето на буџетот. Предмет на плаќање на комуналните такси е користењето некое право, предмет или услуга од јавен интерес од локално значење од страна на правни или физичките лица што вршат дејност и од граѓани. Периодот на таксирање се разликува во зависност од времето на користење на правата, предметите и услугите за кои се плаќа такса. Тој може да биде годишен, полугодишен, тримесечен, месечен и дневен.

Обврзници за плаќања комунални такси се сите корисници на услугата (правни и физички лица, освен оние што се ослободени од плаќање), а висината на давачката се определува различно за секоја услуга, во зависност од карактерот на услугата. Во општината Охрид од 2011 година, Секторот за даноци и комунални такси има оформено посебно Одделение за комунални такси, кои се прибираат и се утврдуваат како дел од општинскиот буџет.

Комуналните такси во развојот на туризмот на имаат двонасочна улога. Од една страна туристичките активности се фактор кој учествува во структурата, обемот и динамиката на комуналните такси, а од друга страна од прибраните такси се овозможуваат издвојувања за поттикнување на развојот на туризмот. Висината на локалните такси во рамките утврдени со тарифата, ја утврдува Советот на општина Охрид.

Законот за комунални такси определува комунални такси кои во тесна врска со туризмот од кого зависат и кој го условуваат туристичкиот развој. Во следната табела се дадени таксите по видови, висина на давачката и нивната поврзаност со туризмот.

Табела бр. 47 - Видови такси, висина, остварена наплата и улога во туризмот

Видови такси	Вис. на таксата	Годиш. наплата во МКД	%	Улога во туризмот
Престој во туристички места	40 ден.	22.079.118,00	100	Прикажаниот износ претставува 80% од вкупно наплатените средства, останатите 20% се задржуваат од страна на Министерство за Финансии. Оваа такса овозможува проширување на туристичката понуда надвор од веќе реномираните туристички средини
Користење површини во кампови за подигање шатори и друга слична привремена употреба		348.760,00	69,75	Современа туристичка понуда и „соединување со природата“
Користење музика во јавните локали		306.900,00	93,00	Поддршка на музичкото творештво, анимациите со пријатниот музички амбиент во туристичките објекти
Поставување витрини за изложување стоки надвор од деловните згради		0,00	0,00	Подобрена пристапност до туристите и домашните потрошувачи
Користење на просторот пред деловните простории за вршење дејност		5.265.430,00	131,64	Поврзување на интерната со екстерната понуда
Фирмарина		12.476.394,00	226,84	Препознатливост и брендирање
Користење на плоштадите и друг простор во градовите и другите населени места со цел изложување предмети, приредување изложби и други забавни приредби за вршење дејност		56.378,00	56,38	Унапредување на манифестациска туристичка понуда и производи
Истакнување реклами, објави и огласи на јавни места		46.000,00	46,00	Промотивна активност на туризмот
Користење простор за паркирање патнички моторни возила, товарни моторни возила и нивните приколки и автобуси, кои за таа цел ќе ги определи општината		0,00	0,00	Создавање ред, и подобрување на безбедноста на мото туристите во паркирањето
Користење на улиците со патнички, товарни моторни возила, автобуси, специјални возила и мотоцикли и		5.479.546,00	109,59	Подобрена патна инфраструктура како туристички имиџ на Охрид
Користење и одржување јавно осветлување		66.047.810,00	97.13	Општо добро без кое нема туризам
Други – кои не се опфатени со закон (на пример еко-такса)		0,00	0,00	Подобрување на свеста во користењето на просторот на Охрид како посебна дестинација



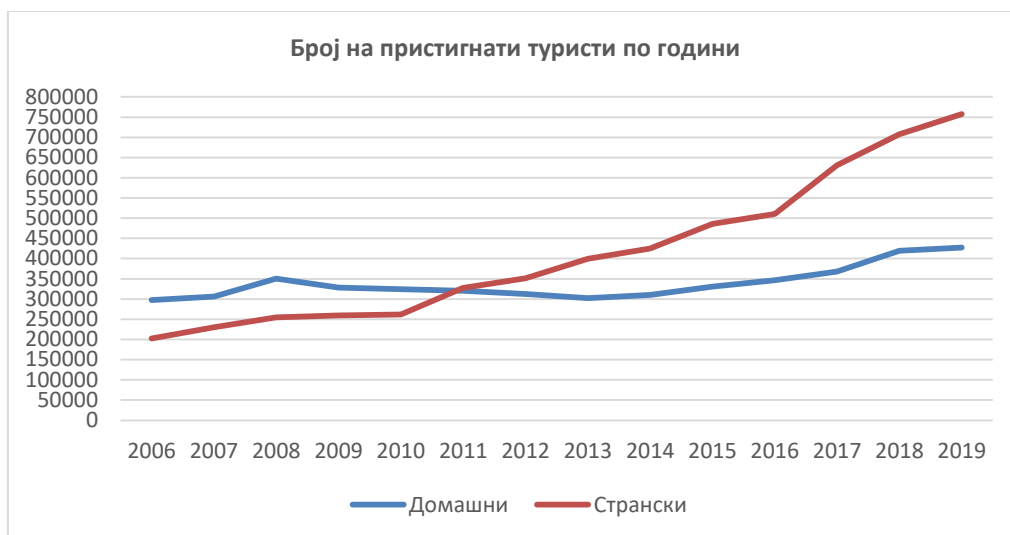
### 5.6.7 Субвенции

Со цел да се развие туризмот во последните десеттина години, Владата на Р.С. Македонија воведува низа мерки, а најпопуларна мерка е субвенционирање на тур-оператори според бројот на донесени странски туристи во државава. Со почеток во 2011 година оваа мерка дава резултати во развојот на туризмот во делот на привлекување на странски туристи. Во продолжение е дадена структурата на пристигнатите туристи и колку овие мерки навистина ја постигнале својата цел и дали тие мерки се применливи за сите држави за кои се наменети овие мерки.

Субвенционирањето на бројот на пристигнати туристи во Р.С. Македонија започнува во 2011 година, со одлука на Владата за субвенционирање на чартер летови од земјите на Бенелукс, преку туроператорите *Корендон* и *ТУИ*. За секој пристигнат турист кој ќе биде сместен во категоризиран објект со престој од најмалку три ноќевања донесен со организиран чартер лет, Владата на РСМ исплаќа по 65 евра субвенција. Таа мерка, заедно со мерката за отворање на комерцијални авионски линии преку нискобуџетната авиокомпанија *VizEr*, беше основата за поттик и развој на туризмот во републиката преку субвенционирање на донесувањето на странски туристи на организиран начин. Овие мерки преку измена на Правилниците за начинот, видот и висината на субвенциите (Службен весник на Република Македонија бр. 53/13, 147/14, 50/15 и 32/16) беа дополнувани во 2013, 2014, 2015 и 2016 година. Евидентно е дека во целиот овој период има пораст на бројот на странски туристи во Р.С. Македонија, но дали овие мерки дале очекуван резултат за привлекување на странските туристи од саканите дестинации или има и некои други параметри кои влијаат на пристигнувањето на странските туристи ќе се обидеме да анализираме во продолжение. За таа цел од веб страната на државниот завод за статистика се преземени податоци за пристигнати странски туристи по земја на потекло по години и направена е анализа за разгледуваниот период 2010-2017 година (според расположливите податоци), а таа анализа е споредена според периодот на објавување на измените во Правилниците за начинот, видот и висината на субвенциите (Службен весник на Република Македонија бр. 53/13, 147/14, 50/15 и 32/16).

За да ја видиме разликата помеѓу развој на туризмот со воведени мерки за развој на туризмот и стихиен развој на туризмот ќе ги анализираме разликите во податоците на пристигнати домашни и странски туристи. За организирано доаѓање на странските туристи, Владата на Р.С. Македонија има преземено мерки, како што е претходно наведено, додека за домашните туристи не се преземени никакви мерки. Според тоа, споредбата на бројот на пристигнати домашни и странски туристи на најдобар начин може да ни ја покаже дали има или нема разлика кога се преземаат мерки за развој на туризмот и дали тие мерки ги даваат посакуваните резултати.

Во следниот графикон се прикажани сериите на годишните вредности на бројот на пристигнати домашни и странски туристи.

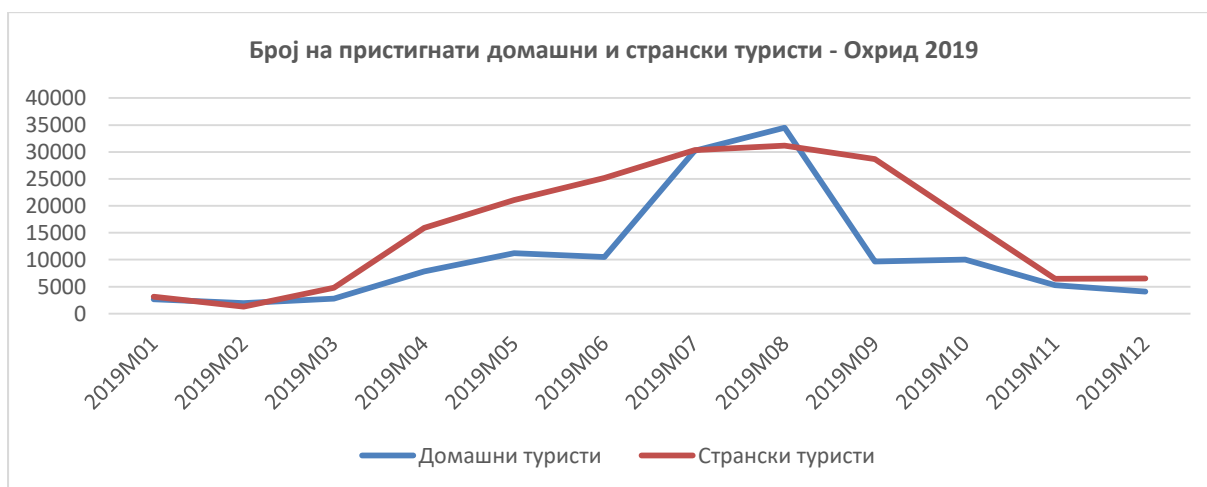


Графикон бр. 10 - Број на домашни и странски туристи во Р.С. Македонија за периодот 2006-2017

Од податоците прикажани во графиконот може да се заклучи следното:

- Во серијата на домашни туристи нема евидентен тренд, туку варијација околу средна вредност за целиот разгледуван период. Во периодот после 2009 година, се до 2014 има намалување на бројот на домашни туристи, поради воведувањето на визната либерализација и можноста полесно да се патува во земјите на Европската Унија.
- Во серијата на странски туристи евидентен е позитивниот тренд, посебно во периодот од 2011-2019 година кога се воведени мерките за развој на туризмот.

За да го согледаме сезонскиот карактер на сериите на пристигнати домашни и странски туристи ќе направиме основна анализа на временските серии на пристигнати туристи на месечно ниво во 2019 година. Во следниот графикон се прикажани сериите на месечни податоци на бројот на пристигнати домашни и странски туристи.



Графикон бр. 11 - Број на домашни и странски туристи во Р.С. Македонија за 2019 г. на месечно ниво

Кај серијата на странски туристи може да се забележи дека сезоналноста не е толку нагласена како што е тоа случај кај серијата на домашни туристи. Порастот и падот на бројот на туристи кај серијата на странски туристи е помал во однос на серијата на домашни туристи каде што е значаен пикот на бројот на пристигнати туристи во месеците јули и август. Самиот визуелен приказ на сериите укажува на намалување на сезоналноста кај серијата на пристигнати странски туристи и евидентна сезоналност без посебни преземени мерки кај серијата на пристигнати домашни туристи.

Во продолжение, се дадени и анализи на мерките што се преземени во периодот 2011-2017 година за привлекување на странски туристи од различни региони во Светот со различни вредности на субвенции, но и различни вредности во различни периоди од преземање на субвенционирањето<sup>9</sup>.

Пред да ја почнеме анализата на субвенциите врз туризмот според земјите опфатени со мерките за субвенционирање, извршена е кратка анализа на серијата на пристигнати странски туристи, со месечни податоци со цел да испитаме дали има структурна промена во самата серија, односно, дали преземените мерки генерално даваат резултат, односно носат структурна промена. За самата серија прикажана во следниот графикон може да кажеме дека има тренд, има сезонска компонента и има хетероскедастичност, односно зголемување на варијансата со текот на годините. Тоа ја прави оваа серија комплексна за анализа. За да ја отфрлиме хетероскедастичноста, ќе направиме логаритамска трансформација на оригиналната серија, а потоа за добивање на стационарна серија ќе направиме диференцирање на веќе трансформираната серија.



<sup>9</sup> Периодот е ограничен до 2017, затоа што после 2016 година нема измена на Правилниците за начинот, видот и висината на субвенциите



Графикон бр. 12 - Број на домашни и странски туристи во Р.С. Македонија за периодот 2010-2017 на месечно ниво

Она што е значајно за нас е евентуалното постоење на структурен прекин во самата серија. За таа цел направена е анализа на структурен прекин на серијата, врз основа на креираниот модел и оригиналните податоци на серијата. Резултатите од овој тест се дадени табеларно во продолжение.

Табела бр. 48 - Модел за трансформираната временска серија на пристигнати странски туристи

Dependent Variable: LOG\_STRANSKI\_D

Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)

Sample: 2010M02 2017M12

Included observations: 95

Convergence achieved after 61 iterations

Coefficient covariance computed using outer product of gradients

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(12)	0.987575	0.010384	95.10707	0.0000
MA(1)	-0.700028	0.059483	-11.76849	0.0000
MA(12)	-0.237048	0.061889	-3.830183	0.0002
SIGMASQ	0.001440	0.000280	5.136457	0.0000
R-squared	0.884456	Mean dependent var		0.004510
Adjusted R-squared	0.880647	S.D. dependent var		0.112233
S.E. of regression	0.038774	Akaike info criterion		-3.20295
Sum squared resid	0.136809	Schwarz criterion		-3.09542
Log likelihood	156.1402	Hannan-Quinn criter.		-3.15950
Durbin-Watson stat	1.761118			

Сопствени пресметки

Табела бр. 49 - Тест на единечни корени за идентификување на структурен прекин во серијата

---

Null Hypothesis: LOG\_STRANSKI\_D has a unit root  
 Trend Specification: Intercept only  
 Break Specification: Intercept only  
 Break Type: Innovational outlier

---

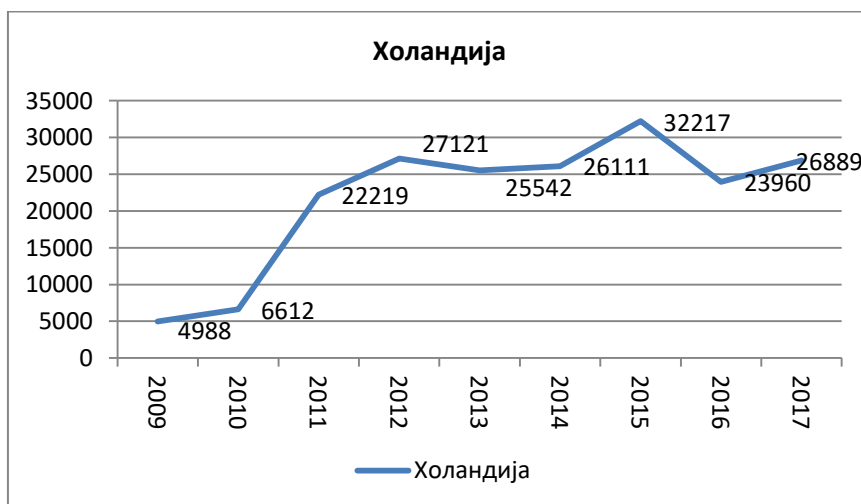
Break Date: 2011M12  
 Break Selection: Minimize Dickey-Fuller t-statistic  
 Lag Length: 10 (Automatic - based on Schwarz information criterion, maxlag=11)

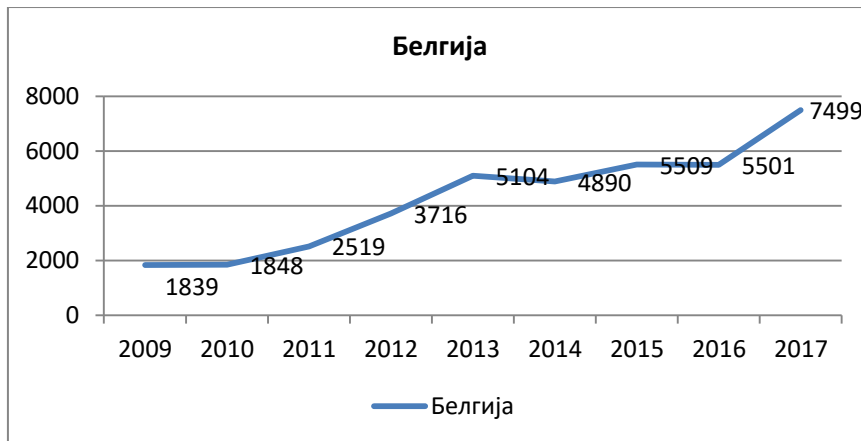
---

Сопствени пресметки

Тестот укажува на структурен прекин во серија во онаа година во која почнале мерките за субвенционирање на странските туристи во 2011 година. Според тоа може да се заклучи дека тие мерки дале резултат во насока на промена на тенденциите во развојот на туризмот во Р.С. Македонија, но дали тие мерки имале влијание на сите пазари за кои биле наменети ќе направиме дополнителна анализа во продолжение.

Анализата ќе ја започнеме со земјите од Бенелукс, за кои се воведени првите мерки за развој на туризмот уште во 2011 година. За овие земји е утврден износ во висина од 65 евра за донесен турист кој ќе престојува најмалку три ноќи во Р.С. Македонија. Графичкиот приказ на бројот на пристигнати туристи за Холандија и Белгија се дадени во графиконот во продолжение.





Графикон бр. 13 - Графички приказ на бројот на пристигнати туристи од Белгија и Холандија за периодот 2010-2017

Од графичкиот приказ може да се забележи дека постои значаен пораст на бројот на пристигнати туристи од Холандија во 2011 година, а трендот после 2011 година нема такви карактеристики во значителен пораст на број на пристигнати туристи. Во 2011 во однос на 2010 година има пораст од 336%, а во целиот останат период од 2011 до 2017 порастот е само 21% на туристите од Холандија.

Кај туристите од Белгија исто така евидентен е значаен пораст на бројот на пристигнати туристи. Порастот во 2011 година е само 36%, но заклучно со 2013 тој пораст изнесува 276%. На овој пазар било потребно подолго време за да се остварат резултати блиски до оние кои се бележат со туристите од Холандија, но трендот на пристигнати туристи од Белгија и натаму е позитивен.

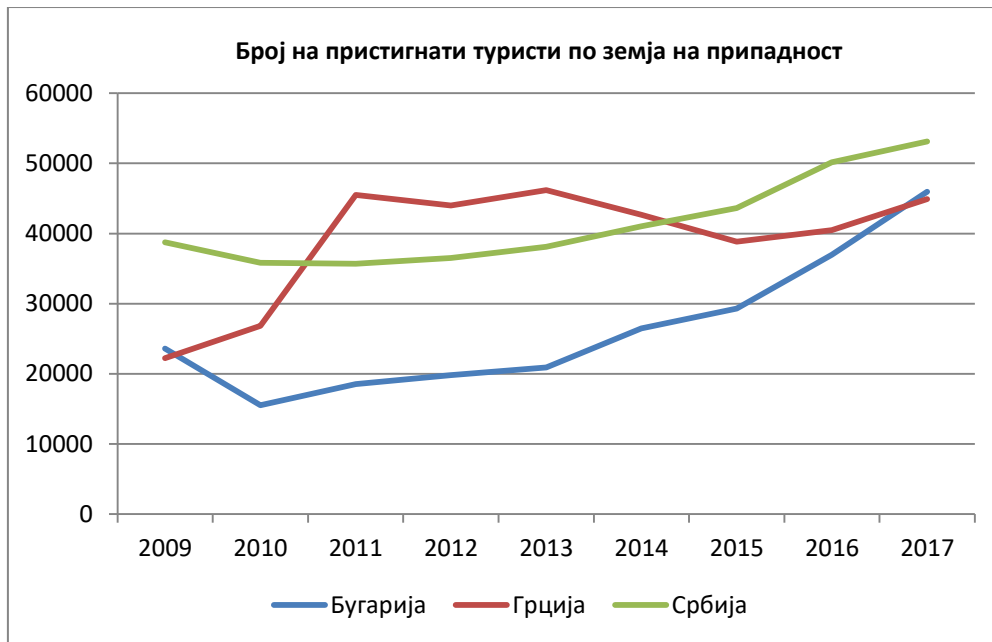
Во април 2013 година во Службен весник бр. 53 е објавен Правилник за начинот, видот и висината на субвенциите врз основа на член 57 став 2 од Законот за туристичка дејност. Во овој правилник се дадени можности за субвенционирање на организаторите на туристички патувања кои донесуваат странски туристи во Р.С. Македонија и тоа со: автобуски превоз, воздушен превоз, чартер превоз, комбиниран превоз и организатори кои организираат кружни тури во регионот. Со автобускиот превоз се опфатени следните држави:

а) Албанија, Бугарија, Србија, Косово, Грција, Црна Гора, Босна и Херцеговина: - 10 Евра во денарска противвредност по странски турист

б) Турција, Романија, Унгарија, Словенија, Хрватска: - 15 Евра во денарска противвредност по странски турист

в) Сите останати земји: - 20 Евра во денарска противвредност по странски турист

Од првата група ќе ги разгледаме како пример Србија, Бугарија и Грција. Графичкиот приказ на бројот на пристигнати туристи од овие три држави е претставен во продолжение.



Графикон бр. 14 - Број на пристигнати туристи од соседството на Р.С. Македонија 2009-2017

Од презентираниите податоци може да се забележи дека во 2013 година нема значаен пораст на бројот на пристигнати туристи кај ниту една од трите разгледувани држави од соседството на Р.С. Македонија. Во Грција е евидентен пораст во 2011 година, кој не е резултат на вакви мерки, а во Бугарија е видливо намалување на бројот на туристи во 2010 година, а после тоа бројот на пристигнати туристи континуирано се зголемува. Во 2009 имаше несреќен случај во Охрид кога погинаа 8 туристи од Република Бугарија во бродска несреќа. Поголем пораст има во 2015 и 2016 година. Во Службениот весник број 50 од 30 март 2015 година стои „Висината на субвенцијата по пристигнат странски турист од Босна и Херцеговина, Србија и Бугарија, со остварени минимум седум ноќевања со доручек, изнесува 35 евра во денарска противвредност“. Во Службен весник број 32 од 23 февруари 2016 година стои „Висината на субвенцијата по пристигнат странски турист од Босна и Херцеговина, Србија, Албанија, Косово и Бугарија, со остварени минимум четири ноќевања со доручек, изнесува 35 евра во денарска противвредност“. Овие мерки се поатрактивни од претходните и евидентен е порастот на бројот на пристигнати странски туристи, посебно од Бугарија и Србија. Република Грција не е опфатена со мерките и според тоа и нивниот број не е во пораст во дадените години.

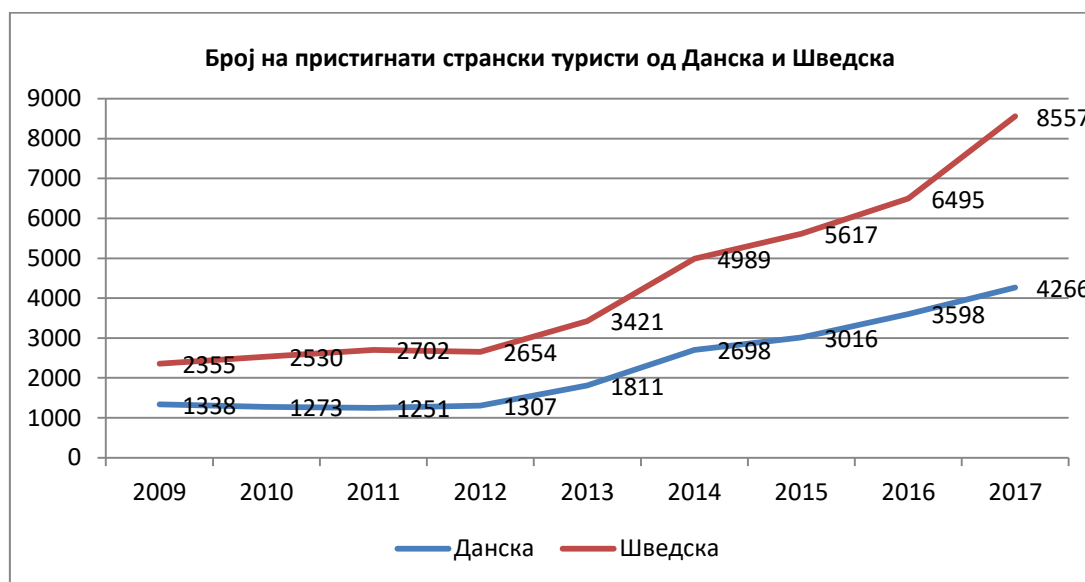
Ќе биде дадена и промената на бројот на пристигнати странски туристи од скандинавските земји. Тие исто така се субвенционирани уште од 2013 година. Во Службен весник бр. 53 од април 2013 година стои:

„Висината на субвенцијата по пристигнат странски турист изнесува:

а) од европски дестинации, освен за земјите од Бенелукс, Финска, Норвешка, Данска, Шведска, Русија и Украина 25 Евра во денарска противвредност

б) за земјите од Бенелукс ( Белгија, Холандија, Луксембург), Финска, Норвешка, Данска, Шведска, Русија, Украина, Обединети Арапски Емирати и Јапонија висината на субвенцијата изнесува 65 евра во денарска противвредност“.

Во следниот графикон се дадени податоците за бројот на пристигнати странски туристи од Данска и Шведска. Овие мерки се искombинирани со зголемување на бројот на директни летови од овие држави.



Графикон бр. 15 - Број на пристигнати туристи од Данска и Шведска во Р.С. Македонија 2009-2017

Од графичкиот приказ за Данска и Шведска може да се забележи дека после 2013 година евидентен е порастот на бројот на пристигнати странски туристи во Р.С. Македонија. За Данска зголемувањето на бројот на пристигнати странски туристи во 2017 година во однос на 2012 година е 322%, а за истиот период порастот во Шведска е 326%.

Врз основа на целата анализа на донесени мерки за субвенционирање на развојот на туризмот во Р.С. Македонија може да се заклучи дека без исклучок за сите анализирани држави забележан е пораст на бројот на пристигнати туристи. Тоа е поизразено за туристите кои доаѓаат организирано со авионски превоз, отколку за пристигнати туристи со автобуски превоз. Секако и висината на субвенциите е различна за различни држави. Овие мерки се искombинирани со мерките за отворање на авионски линии во државите за кои се даваат субвенции. И анализата на временската серија на пристигнати странски туристи укажува на структурна промена на серијата во 2011 година, а тоа е годината во која за прв пат се воведени субвенциите како мерки за пораст на бројот на пристигнати странски туристи во Р.С. Македонија.

За жал, не постојат релевантни информации за висината на исплатените субвенции за странски туристи по емитивни зони, ниту по износи исплатени за тур-оператори. Тие информации се интерни за Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот (АППТ). Поради тоа, не може да се направи релевантна анализа на влијанието на исплатените субвенции врз порастот на



бројот на туристи од одредена емитивна зона. Она што може да се направи е само тестирање на донесените мерки и нивното генерално влијание врз развојот на туризмот.

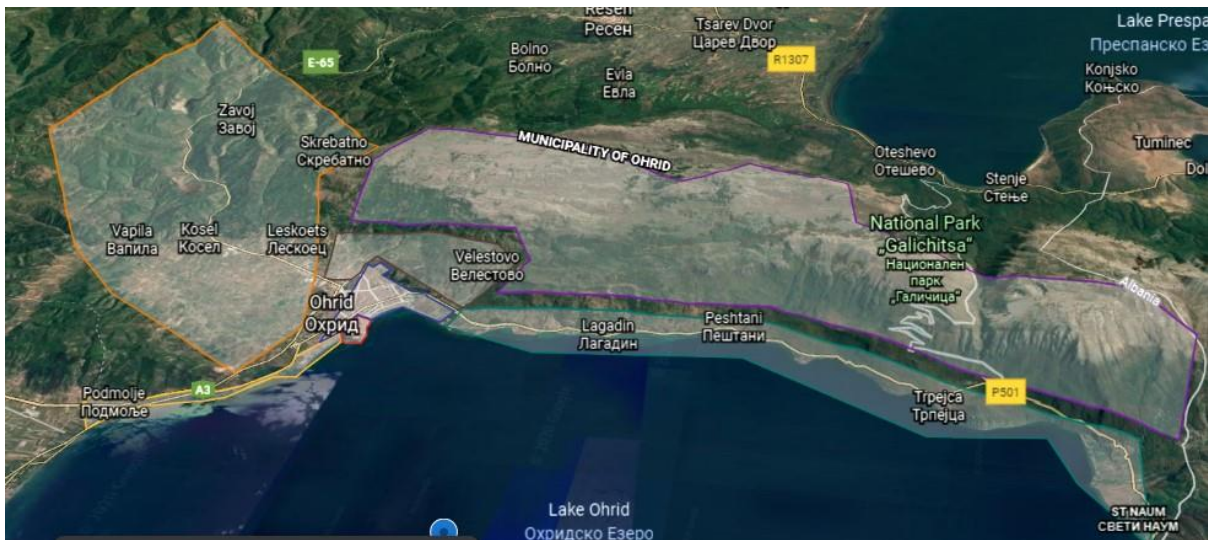
### 5.6.8 Развојни зони

Охрид како туристичка дестинација е карактеристичен по релативно малата оддалеченост на атрактивно-рецептивните елементи на животната средина. Тоа значи дека во релативно кус временски интервал можно е да се посетат повеќе атрактивни целини. Исто така, разновидноста и квалитетот на овие вредности овозможува содржајност во туристичката понуда. Според тоа, општината Охрид претставува административен туристички регион кој може да формира комплексна туристичка понуда, која содржи елементи за самостоен настап на туристичкиот пазар, што и овозможува да се вклучи во конкурентни односи со слични регионални целини.

Од друга страна, овој административен регион карактеристичен е по хетерогеноста на елементите кои го обележуваат. Таа дава индивидуални, физиономски и функционални, просторни можности за диференцијација. Ако се тргне од определбата дека Охрид како основна дестинација претставува издвоен регион, јасно е дека тој поседува посебни, локалитети и објекти. Нивната препознатливост, во хиерархиска смисла се определува зонирани просторен опфат. Туристичката зона е просторна единица која опфаќа повеќе меѓусебни функционално поврзани локалитети кои имаат слични или релативно малку разновидни карактеристики. Туристичките локалитет има повисока хомогеност од зоната но тие ја определуваат хомогеност зоната врз основа на елементите кои содржат туристички вредности. Во минатиот период беа определени развојни зони кои немаа критериумска основа така што сега тие се укинати. Утврдувањето на зоните врз критериумска основа подразбираат развој кој се базира на природна и општествена целост, степен на интегративност, оптимална туристичка валоризација и рамномерен развој врз основа на рецептивноста и атрактивните атрибути. Критериумски елементи се и туристичко - географската положба, сообраќајната поврзаност и гравитационите тенденции и природните погодности за развој на туризмот, културно - историското наследство и внесените елементи во функција на развој на туризмот.

Врз основа на вака утврдените критериуми Стратегијата за развој на туризмот на Општина Охрид се дефинирани следните развојни зони:

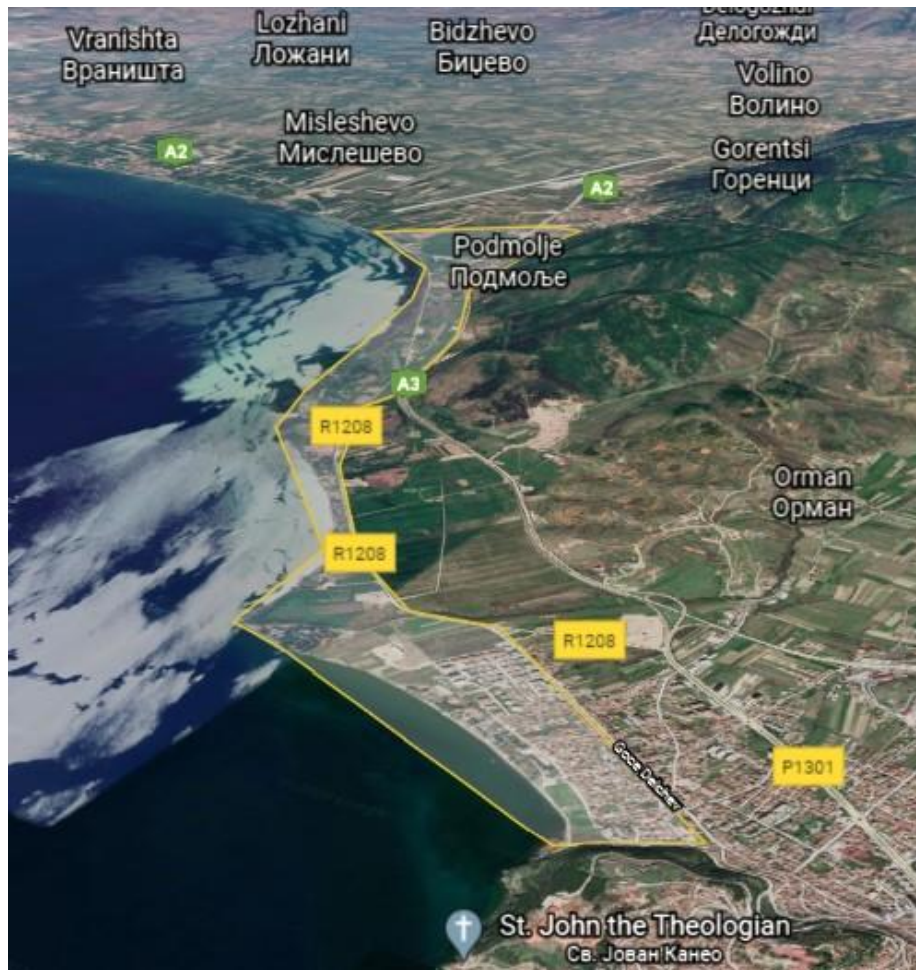
- Североисточно крајбрежје;
- Поранешна Општина Косел;
- Охрид - Стар Град ;
- Охрид - Нов Град;
- Источно крајбрежје;
- Перигаличка зона и
- Галичица.



Слика бр. 6 – Развојни зони во Општина Охрид

#### 5.6.8.1 Развојна зона Североисточно крајбрежје

Развојната зона Североисточно крајбрежје го опфаќа секторот од Подмоље до Стар Град. Се работи за крајбрежен тип на зона со густа диверзификувана мултиларизација сконцентрирана на тесен простор на крајбрежјето. Таа има линеарно протегање, така што развојот може да се планира етапно. Оценката за карактеристиките, проблемите, потребата од подобрување и можностите за инвестирање е дадена во следната табела.



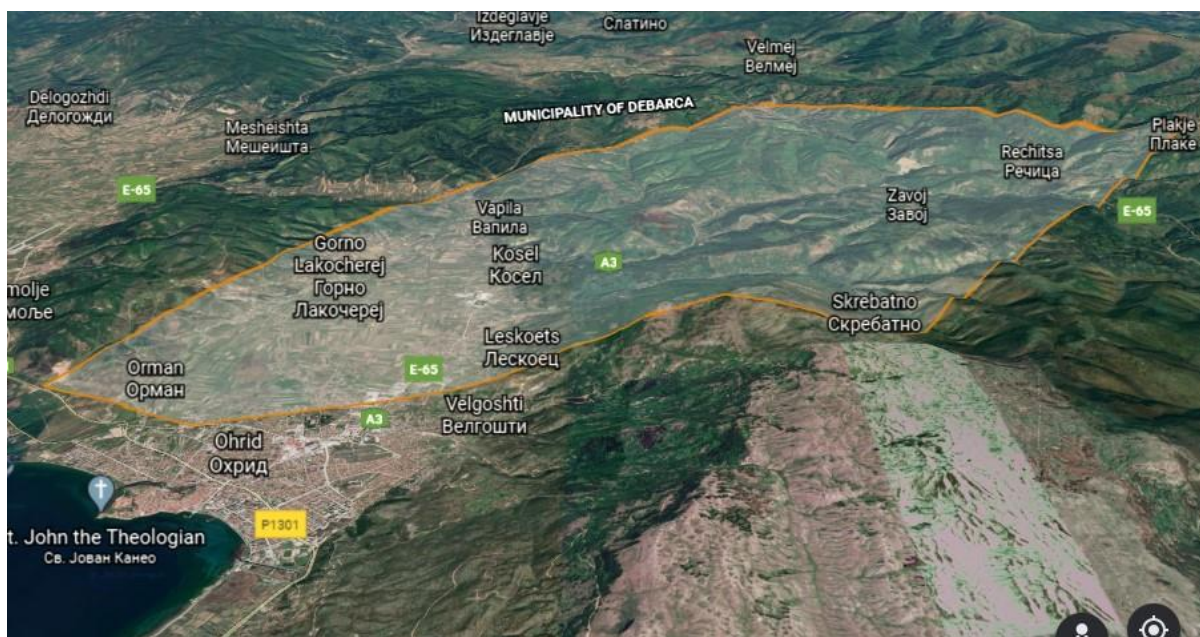
Слика бр. 7 – Североисточно крајбрежје

Табела бр. 50 - Оцена на развојна зона Североисточно крајбрежје

ОШТИ КАРАКТЕРИСТИКИ	ПРОБЛЕМИ	ПОТРЕБА ОД ПОДОБРУВАЊА	МОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ
Крајбрежје со песочни плажи, присуство на трска, висок степен на интегрираност на просторот, добра поврзаност, природно и културно наследство	Слаба уреденост и опременост	Донесување на план за уредување и урбанизација,, промоција,	Здравствени и социјални установи
	Некултивиран просторот околу трската	Физибилити студија за заштита на животната средина во функција на туризмот создавање имиџ, промоција	Сместувачки капацитети, викендички и вили, улици и инфраструктура
	Запуштеност на кампот, слаба сигнализација	Расчистување на просторот	Финансирање на промотивни активности

### 5.6.8.2 Развојна зона Поранешна Општина Косел

Развојната зона Поранешна Општина Косел ја опфаќа административната територија на овој простор. Таа има функционални карактеристики наследени од периодот на постоење на управувањето во оваа целина. Спаѓа во групата на туристички слабо поларизирани туристички локалитети и центри што значи дека концентрацијата на туристите е помала во однос на зоните со силна мултиполарна густина. Оценката за карактеристиките, проблемите, потребата од подобрување и можностите за инвестирање е дадена во следната табела.



Слика бр. 8 – Поранешна Општина Косел

Табела бр. 51 - Оценка на развојна зона Поранешна Општина Косел

ОШТИ КАРАКТЕРИСТИКИ	ПРОБЛЕМИ	ПОТРЕБА ОД ПОДОБРУВАЊА	МОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ
Зона на претежно рурално-селски средини во кои туризмот е во почетокот на развој. Традиција на Мали сточарски био-фарми (кози, овци, крави, прасиња...), мали селски био-градини (зеленчук и овошје), локално произведена храна и гастрономија, шумски плодови (сливи, јаболка, печурки, дрен, диви цреси, шумски јагоди,	Недоволна едукација и заинтересираност на населението за развој на туризам	Едукативни проекти и кампањи за развој на туризам.	Финансиска поддршка за регистрирани даватели на туристички и угостителски услуги во рурален и активен туризам.
	Неискористени простори за планински кампинг	Уредување на планински простори за кампинг (шаторски, кампинг колиби или автокампинг)	Кампинг (шаторски, кампинг колиби или автокампинг) простори
	Немање на студии за вредностите на пропастите, пештерите, карпите во рурални средини (Речица, Грмешница)	Валоризација, мапирање, обезбедување пристап, опремување и промоција	Инвестирање во Виа Ферати патеки



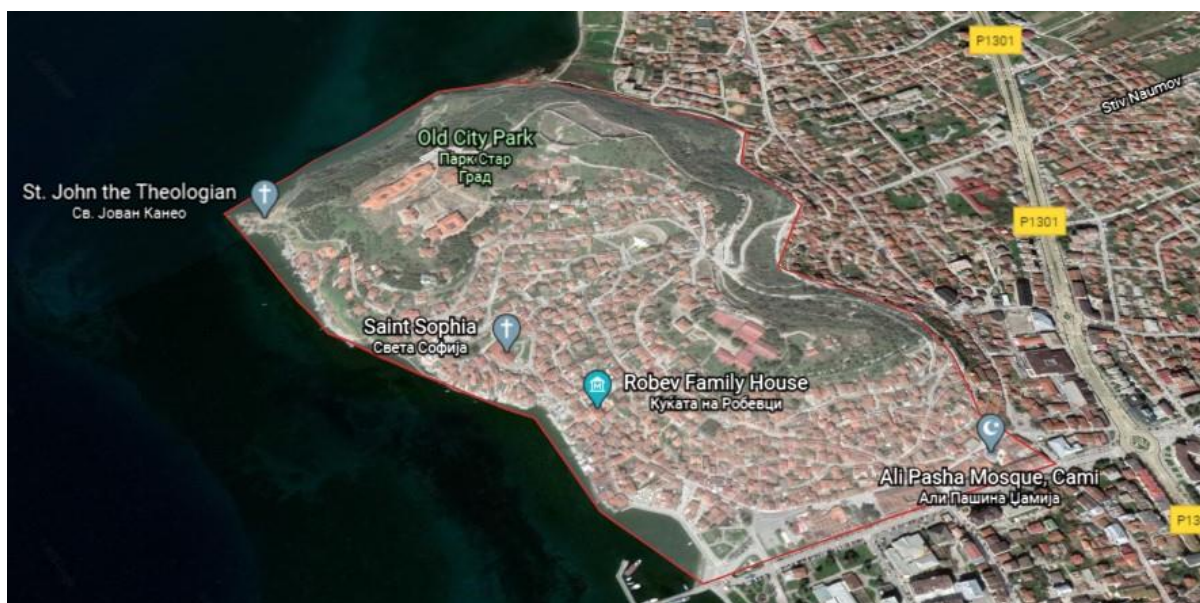
<p><b>чаеви и други билки...), регистрирани даватели на туристички и угостителски услуги во рурален туризам, столетни букови и дабови шуми, планински потоци и извори, шумски патеки и патишта. Се јавува во вид на излети и прослави (Скребатно), верски свечености, карневал (Куратица), дневни посети (Дувало Косел), еко-туризам, Опеница и Завој. Агро-туристичкиот потенцијал не е искористен</b></p>	Неискористени ресурси за адреналински активности	Планирање и инфраструктура на ресурси за адреналински активности	Инвестирање во природни, адреналински и рекреативни паркови
	Инфраструктурни проблеми и слаба уреденост на просторот	Уредување и урбанизација на селата и подобрување на инфраструктурната опременост и уреденост во руралните средини	Финансирање на урбанистички планови за населени места Изградба на комуникации и други инфраструктурни објекти
	Слабо развиени водоснабдителни и комунални системи	Унапредување на водоснабдителните и комуналните системи	Изградба и обнова на водоводни и комунални системи
	Недоволна искористеност на историските потенцијали (локации и објекти)	Мапирање на историски локалитети и објекти, уредување, обележување и промоција (на пр. Гробот и спомен обележјето на Аргир Маринчев)	Вмрежување во систем на регионални, национални и меѓународни форми на историско наследство
	Ниско ниво на утврдени локалитети поврзани со античките патишта (на пр. Виа Егнација)	Мапирање, уредување, обележување и промоција на локации на античките патишта (на пр. кај Прентов Мост)	Изработка и донесување на техничка документација за мапирање, уредување, обележување и промоција на локации на античките патишта (на пр. поставување табли со мапи и податоци од римскиот период, поставување на милјоказот, уредување на околниот простор за рекреација и едукација во природа, обележување на дел од Виа Егнација)
	Неискористени можности за развој на зимско-спортски активности	Валоризација на можностите за развој на зимско-спортски активности	Техничка документација и уредување на патеки за зимски активности (пред сè нордиско скијање, трчање, пешачење)
	Девастација на стари куќи неприлагодени за сместување на туристи	Заштита и уредување на старите куќи преку фондови за реставрација и уредување	Поддршка во реставрација на стари куќи и изградба на нови Ставање во функција на туризмот на слободните домашни сместувачки капацитети.

	Намалување на сточниот фонд	Стимулирање на зголемувањето на сточниот фонд	Поддршка во изградба на штали и придружни објекти
	Небрендирани и непрепознатливи локални производи (земјоделски производи, храна, пијалаци, услуги)	Брендирање и промоција на локални производи и услуги	Користење на фондови и проекти за брендирање и промоција на локални производи и услуги
	Миграција село град, работа во странство и намалување на работоспособно население за издавање на вишокот станбен простор	Едукација на населението од област на туризмот	Финансирање програми за едукација
	Слаба информираност за туристички вредности	Подобрување на информираноста и промоцијата	Уредување, опремување и сигнализација на најзначајните туристички вредности и промотивни акти

### 5.6.8.3 Развојна зона Стар Град

Развојната зона Стар Град е карактеристична по највисокото ниво на концентрација на туристички вредности на мал простор. Според тоа спаѓа во зоните на висока, стара, урбана поларизација и изразита хомогеност на туристички простор. Од ваквата хомогенизација хетерогени се само локациите за капалишни активности. Оваа зона се смета за старо градско јадро со нагласени контрактивни карактеристики.

Оценката за карактеристиките, проблемите, потребата од подобрување и можностите за инвестирање е дадена во следната табела.



Слика бр. 9 – Охрид - Стар Град

Табела бр. 52 - Оценка на развојна зона Стар Град

ОШТИ КАРАКТЕРИСТИКИ	ПРОБЛЕМИ	ПОТРЕБА ОД ПОДОБРУВАЊА	МОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ
<b>Зона на претежно изразен староградски амбиент на традиционални градби и присуство на профани и сакрални објекти од различни културни слоеви</b>	Регулација на сообраќајот	Водење кампања за регулација на сообраќајот	Инвестициска активност во уредувањето на сообраќајниците
	Бучава	Усвојување на елаборат за разрешување на проблемите со бучавата	Поставување мерни пунктови за мерење на бучавата
	Загрозување на културното наследство	Усвојување на елаборат начините на заштита на културното наследство	Реставрација и заштита на стари куќи во функција на издавање вишок станбен простор
	Архитектонско загрозување на охридскиот стил на градба (дивоградби)	Донесување програма за елиминирање на дивоградбите и користењето на изградените објекти	Јавно-приватно партнерство во користењето на објектите на културното наследство за туристички цели
	Слаба вклученост на културното наследство во угостителството	Користење на јавно-приватно партнерство	Уредување, опремување и сигнализација на најзначајните туристички вредности
	Одржување и унапредување на инфраструктурата	Донесување план за одржување и унапредување на инфраструктурата	Промотивни активности

#### 5.6.8.4 Развојна зона Охрид - Нов Град

Развојната зона Охрид - Нов Град е мултиполарна, урбано концентрирана просторна целина, со хетерогени туристички карактеристики. Од типолошка гледна точка станува збор за диверзификуван—мултиполарен урбанистички тип на зона. Таа е препознатлива по тоа што се работи за простор околу централниот урбанистички пол. Туристите престојуваат во оваа зона, а повремено одат на излети во другите зони и локалитети. Туризмот во оваа зона учествува заедно со другите дејности кои создаваат доход. Сепак, со оглед на доминантноста на туристичката препознатливост и покрај хетерогеноста, физиономијата на оваа зона е туристички определена. Таа туризмот не го врзува само за атрактивно-рецептивните ресурски потенцијали, туку и за деловните патувања, што значи дека зависи од вкупниот стопански развој. Во контекстот на мултиполаризација се вклучува и овој вид на посети.

Оценката за карактеристиките, проблемите, потребата од подобрување и можностите за инвестирање е дадена во следната табела.



Слика бр. 10 – Охрид – Нов Град



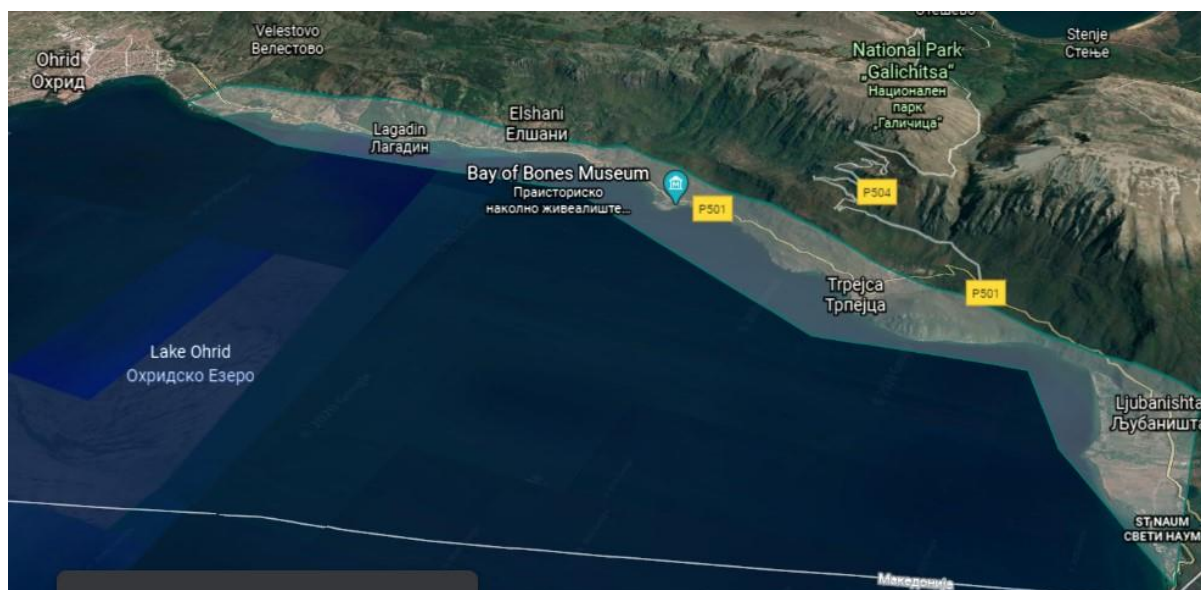
Табела бр. 53 - Оценка на развојна зона Охрид-Нов Град

ОШТИ КАРАКТЕРИСТИКИ	ПРОБЛЕМИ	ПОТРЕБА ОД ПОДОБРУВАЊА	МОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ
<b>Зона со изразени различни можности за развој на туризмот како во поглед на затапеноста на атрактивни ресурси, внесени содржини и човечки потенцијали, така по високата конкурентност изразена преку различните видови туристички производи на туристичкиот пазар</b>	Масовност и сезонска концентрација	Уредување на нови локации за прошетки и престој	Инвестирање во нови локации
	Проблеми со чување на хигиената	Кампањи и проекти за чување на хигиената	Опременување и уредување на хигиената во туристички локалитети
	Бучава	Разрешување на проблемите со бучавата	Поставување мерни пунктови за мерење на бучавата
	Дивоградби	Елиминирање на дивоградбите	Учество во јавно-приватни партнерства елиминирањето на дивоградбите
	Непријавување на сместувања	Регулирање на сместувањето	Категоризација и стандардизација, изградба на објекти и проширување на сместувањето
	Проблеми со туристичкото водење	Подигнување на нивото на туристичко водење	Финансирање на обуки на туристички работници и туристички водичи
	Паркирање	Уредување на паркирањето	Јавно-приватно партнерство во изградба на јавни гаражи
	Испуштање на масла од пловилата во езерото, бучава и несреќи	Отстранување на пловила на фосилни горива	Финансиска поддршка за замена на пловила
Приврзување пловила	Уредување на пристанишни објекти и марина	Инвестирање во уредување и опремување на пристаништа и изградба на марина	

#### 5.6.8.5 Развојна зона Источно крајбрежје

Туристичката развојна зона Источно крајбрежје се протега во тесниот појас на езерото од Охрид до границата со Албанија, што значи дека има линеарно протегање. Од типолошка гледна точка се работи за крајбрежен тип со дисконтинуирана диверзификувана мултиполаризација. Дисконтинуитетот е конфигурациска одреденост, диверзификацијата отвора можности за различни туристички производи, а мултиполаризацијата е од сукцесивен карактер. Оваа зона е сконцентрирана на тесен простор на крајбрежјето, но линеарното протегање со дисконтинуирана мултиполарност подразбира дека различните развојни форми имаат релативно отворен и недоволно искористен простор. Тоа е основа, преку процесот на туристичка валоризација да се инвестициски унапреди животната средина погодна за развој на туризмот.

Оценката за карактеристиките, проблемите, потребата од подобрување и можностите за инвестирање е дадена во следната табела.



Слика бр. 11 – Источно крајбрежје

Табела бр. 54 - Оценка на развојна зона Источно крајбрежје

ОШТИ КАРАКТЕРИСТИКИ	ПРОБЛЕМИ	ПОТРЕБА ОД ПОДОБРУВАЊА	МОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ
<b>Зона со најдолг појас на плажи, присуство на пештерни цркви, испоснички манастири и најатрактивниот манастир во овој регион, трансформирани селски средини во ексклузивни одморалишта и најзначајни сместувачки капацитети</b>	Несоодветно користење на плажите (узурпација со лежалки, тврди градби, намалена проодност, неуредност)	Ставање ред во користењето на плажите	Концесионирање на плажите, уредување и опремување со почитување меѓународни стандарди
	Неискористени простори за плажи	Проширување на опфатот за лоцирање плажи	Јавно-приватно партнерство и концесионирање
	Неискористени простори за искачување на карпи	Уредување и опремување на карпите	Јавно-приватно партнерство и концесионирање на центри за искачување
	Риболов без уредени подести за активности и натпревари	Лоцирање подести	Вложување во овој вид инфраструктура
	Проблеми со локација и простори за спортови на вода	Формирање центар за спортови на вода	Определување локација и изградба на објект како центар за спортови на вода
	Проблеми со чување на хигиената	Кампањи и проекти за чување на хигиената	Опремување и уредување на хигиената во туристички локалитети

	Дивоградби	Елиминирање на дивоградбите	Учество во јавно-приватни партнерства елиминирањето на дивоградбите
	Неуредност на опкружувањето на плажите	Уредување и облагородување на просторот	Финансирање на уредувањето и опремувањето
	Паркирање	Уредување на паркирањето	Јавно-приватно партнерство во изградба на јавни гаражи
	Приврзување пловила	Уредување на пристанишни објекти	Инвестирање во уредување и опремување на пристаништа

#### 5.6.8.6 Перигаличка развојна зона

Туристичката Перигаличка развојна зона е лоцирана во подножјето на планината Галичица. Од типолошка гледна точка се работи за Слабо поларизиран тип во кој бројот на места и центри е релативно мал (Велестово, Рамне и Велгошти). Тоа значи дека бројот на туристи е релативно мал во однос на зоните со нагласена мултипликација и диверзификација, односно густина на туристички дестинации погодни за различни туристички производи. Разместеноста е од групен, со дифузен полицентричен карактер. Зоната е карактеристична по урбаниот притисок во наведените полови.

Оценката за карактеристиките, проблемите, потребата од подобрување и можностите за инвестирање е дадена во следната табела.



Слика бр. 12 – Перигаличка зона

Табела бр. 55 - Оценка на Перигаличка развојна зона

ОШТИ КАРАКТЕРИСТИКИ	ПРОБЛЕМИ	ПОТРЕБА ОД ПОДОБРУВАЊА	МОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ
<b>Зона со планински и котлински карактеристики и селски средини во кои поради близината и комуникативноста со градот тежнеат да бидат предградија. Зона од која се протегаат прекрасни панорамски глетки, а височината на лоцираност и овозможува да биде воздушна бања. Со оглед на изграденоста разместеноста на викендички и вили веќе треба да се смета за викенд зона Карактеристична е по религиски настани (Св. Петка, книжевни вечери (Велгошти и Велестово)</b>	Девастација на традиционалната македонска куќа	Студија за заштита на стари куќи од традиционален македонски стил	Поддршка за реставрација на стари куќи
	Намалување на сточниот фонд	Зголемување на сточниот фонд	Поддршка на зголемувањето на сточниот фонд поддршка во изградба на штали и придружни објекти
	Проблеми со инфраструктурата и појави на дивоградби	Донесување на план за уредување и урбанизација на селата и подобрување на инфраструктурата	Инвестирање во уредувањето и урбанизацијата на селата и инфраструктурата
	Непријавување на престој	Регулирање на престојот	Финансирање на софтвер за регистрација

#### 5.6.8.7 Развојна зона Галичица

Туристичка зона Галичица во атрактивна смисла има двоен карактер таа е преовладително планинска зона и зона на национален парк односно заштитена зона од највисок национален ранг. Од типолошка гледна точка се работи за мултиполарен планински тип со диверзификувана поларизација и одреденост кон еко-туристички, спортско-рекреативни и научни и едукативни активности. Тоа значи дека планинските масиви, и високи долини се поврзани во низа на локации за рекреативни цели. Разместеноста е од групен со дифузен полицентричен карактер. Зоната е со јасно утврдени граници на начините на користење на просторот во контекст на дифузната разместеност.

Оценката за карактеристиките, проблемите, потребата од подобрување и можностите за инвестирање е дадена во следната табела.





Слика бр. 13 - Галичица

Табела бр. 56 - Оценка на развојната зона Галичица

ОШТИ КАРАКТЕРИСТИКИ	ПРОБЛЕМИ	ПОТРЕБА ОД ПОДОБРУВАЊА	МОЖНОСТИ ЗА ИНВЕСТИРАЊЕ
<b>Зона со планински карактеристики и изразита вредност како национален парк. Поради атрактивноста подложна е на антропогени притисоци. Таа има традиција на планинарење и алпинизам, скијање од рекреативен карактер и игри на снег, хербални активности и уживање во ретката природа. Од видиковците се протегаат прекрасни панорамски глетки, кон Охридското и Преспанското Езеро</b>	Слабо одржување на комуникациите	Оспособување и одржување на комуникации	Расчистување на снегот и сметовите
	Проблеми со инфраструктурата	Уредување, изградба и одржување	Јавно-приватно партнерство во уредување, изградба и одржување на инфраструктурата
	Појави на дивоградби	Уредување и урбанизација на планинските села	Инвестирање во уредувањето и урбанизацијата на селата
	Нема платоа за презентации	Уредување на платоа	Изградба на платоа
	Намалување на сточниот фонд	Зголемување и разновидност на сточниот фонд	Поддршка на зголемувањето на сточниот фонд поддршка во изградба на штали и придружни објекти

### 5.6.9 Демографска и образовна структура на населението

Демографските и социјалните аспекти на туризмот имаат значајно влијание врз развојот 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 Охрид има 55.749 жители. Во следната табела се дадени основните податоци за Општина Охрид.

Табела бр. 57 - Број на жители, родова социјална и просторна структура

Население	Жени	Мажи	Домаќинства	Станови
55749	28151	27598	16012	28437

Извор на податоци: Државен завод за статистика

Од податоците може да се заклучи дека учеството на жените во вкупната популација на општината е 50,5%, а на мажите е 49,5%. 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 образование 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 Охрид 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 бр. 58 - Образовна структура на населението во Општина Охрид

Вкупно	Без образование	Некомплетно основно	Основно	Средно	Виша школа	Факултет	Магистер	Доктор
45549	1433	3655	13681	20288	2329	4037	80	46
%	3,15%	8,02%	30,04%	44,54%	5,11%	8,86%	0,2%	0,1%

Извор: Државен завод за статистика

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

Анализата на показателите на бројот на домаќинства покажува дека се работи за просечно четиричлена 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 станбен простор претставува значаен потенцијал за развој на туризмот, од гледна точка на рецептивност. Анализата покажува дека домаќинствата во просек имаат по 1,78 станови, а во секој стан во просек живеат по 3,4 лица што укажува на добар баланс на број на станови и број на население (иако дел од становите се сопственост на лица со место на живеење во друга општина).

Податоците во табеларниот преглед покажуваат дека во образовната структура најголемо учество има населението со средно образование. Во вкупниот број на жители од 20.288 оваа популација учествува со 44,54%. Ова е позитивна околност за развој на туризмот. Учесството пак на популацијата со основно образование од 30,04%, 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 следната табела е прикажано населението во Охрид според изјаснувањето за национална припадност.

Табела бр. 59 - Население во Општина Охрид според изјаснувањето за национална припадност

Вкупно	Македонци	Албанци	Турци	Роми	Власи	Срби	Бошњаци	Други
55749	47344	2962	2268	69	323	366	29	2388
%	84,92%	5,31%	4,07%	0,12%	0,58%	0,66%	0,05%	4,28%

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 85%. Етничките квалитети и културното наследство на оваа популација треба да има позитивно влијание во туризмот. На второ место е учеството на Албанците со 5%. 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 Турците од 4%. Во овој поглед посебно се важни релациите што ги имаат домицилните припадници на турското малцинство и жителите на Република Турција.

Развојот на туризмот во Општина Охрид 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 следната табела дадена е структурата на активноста на населението во Општина Охрид.

Табела бр. 60 - Структура на активност на населението во Општина Охрид

Вкупно		Економски активни		Вработени		Невработени		Економски неактивни	
<b>45201</b>		24221		15761 (65,07%)		8460 (34,93%)		20980	
Мажи	<b>Жени</b>	<b>Мажи</b>	<b>Жени</b>	<b>Мажи</b>	<b>Жени</b>	<b>Мажи</b>	<b>Жени</b>	<b>Мажи</b>	<b>Жени</b>
<b>22107</b>	23094	13405	10816	8839	6922	4566	3894	8702	12278

Извор на податоци: Државен завод за статистика

Од табеларниот преглед може да се види дека во општината преовладува економски активно население и тоа претежно машка популација. Економски активни се 48,28% од вкупното население. Од економски активните, 65,07% се вработени, а останатите 34,93% 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.

#### 5.6.10 Образовни институции и кадри

Во Општина Охрид се наоѓа едно средно стручно училиште од областа на туризмот и угостителството – Средното угостителско – туристичко школо „Ванчо Питошески“, како и Факултетот за туризам и угостителство – Охрид кој воедно е најстарата високообразовна институција од областа на туризмот и угостителството, институција која во 2020 година бележи традиција од 50 години постоење. Факултетот за туризам и угостителство има и најброен стручен кадар од останатите високообразовни институции од истата област. Други центри кои имаат слични можности за развој на кадарот од областа на туризмот и угостителството се Скопје со средното угостителско училиште „Лазар Танев“ и факултетите кои едуцираат кадри од оваа област (Студиската програма Туризам на Природно математичкиот факултет, како и приватниот Универзитет за туризам и менаџмент) и Штип со средното училиште „Коле Нехтенин“ кое нуди стручно образование во областа на угостителството, како и Факултетот за туризам и бизнис логистика во рамки на Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип.

Во Тетово при Економскиот факултет е отворена студиска програма за туризам. На Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип треба да се напомене дека Факултетот за туризам и бизнис логистика е со седиште во Гевгелија со дисперзирани студии во Штип и во Скопје. 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.



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.

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 Општината Охрид врз основа на гостопримството и задоволството од посетата и пријатниот престој. Овде треба да се бара основата за развој на училишниот туризам.

#### **5.6.11 Планска документација, процедури, дозволи, концесии**

Планската документација, дозволите, концесиите и останати процедури за оперирање претставуваат важен елемент на туристичкиот развој на општината. Посебно е важно што во Општина Охрид се лоцирани голем дел од природните и културните вредности според кои просторот (што ги вклучува градот Охрид, Охридско Езеро и Национален Парк Галичица) е прогласен за Светско културно и природно наследство според УНЕСКО што претставува значен туристички бренд. Поради тоа развојот на туризмот во општината треба да се базира на одржлив развој и заштита на животната средина и природните и културните вредности. Токму во оваа насока треба да се почитуваат постоечките планови и стратегии за развој, вклучувајќи ги и законските прописи, дозволи и концесии кои моментално постојат на територијата на Општина Охрид, но и при конципирањето на идни вакви развојни документи и прописи. Процедурите, дозволите и концесиите произлегуваат од законската легислатива. Тие треба да обезбедат почитување на законските прописи, како и почитување на поставени стандарди. Ваквите прописи опфаќаат широк опсег во рамките на туризмот поради фактот што туризмот претставува мултидимензионален феномен со далекусежни влијанија во повеќе сфери.

Според општоста треба да се издвојат најпрво законите за туристичка и угостителска дејност, како и просторните планови. Ваквите документи се од највисок вид врз кои треба да се темели развојот на туризмот во Општина Охрид.

Како што веќе се спомнато во рамките на оваа Стратегија, во делот 3.4 Стратешки документи за управување со заштитеното подрачје на Охридскиот Регион, значајни развојни и плански документи претставуваат просторните планови (Просторен план на РМ и Просторен план на Охридско-Преспански регион). Од туристичко-развоен аспект во нив е важен делот за дефинирање туристички развојни зони на ниво на државата, односно Охридско-Преспанскиот регион со посебни локалитети и можности за одвивање на туристички видови во нив. Иако во просторните планови е нагласен одржливиот туризам и заштитата на животната средина, природните и културните вредности, Охридскиот простор е специфичен и треба посебно внимание да стави на управувањето со природното и културното наследство. За таа цел е донесен Закон за управување со светското природно и културно наследство во Охридскиот Регион како и План за управување со светското природно и културно наследство на

Охридскиот Регион со Акциски план (2020-2029). Според последните извештаи од страна на УНЕСКО постои загриженост со урбанизацијата на крајбрежјето на Охридското Езеро (истакната е потребата за донесување урбанистички планови за првата заштитна зона, како и урбанистичка документација за плажи и нивното уредување), а се нагласува и потребата од развој на еко-туристички активности и други видови на одржлив туризам кои ќе се засноваат на исклучителните универзални вредности (ИУВ) на просторот. Во таа смисла ќе се задржиме на оние плански документи, дозволи, концесии и процедури кои се директно поврзани со ваквите определби.

Во однос на Законот за туристичка дејност („Службен весник на РМ“, бр. 62/04, како и Законот за изменување и дополнување на Законот за туристичка дејност „Службен весник на РМ“ бр. 89/08, 12/09, 17/11, 47/11, 53/11, 123/12, 164/13, 27/14, 116/15, 192/15, 53/16) постојат повеќе вршители на туристичка дејност (трговски друштва, трговци поединци или физички лица): туристичка агенција, туристичко биро, туристички водич и туристички придружник.

За оперирање на туристичките агенции, тие мора да задоволат одредени дефинирани минимално-технички услови за работа. Агенциите даваат различни услуги пропишани со Законот за туристичка дејност: организирање, продажба и реализирање на туристички пакет-аранжмани, продажба и посредување на продажба на угостителски и други туристички услуги, посредување и давање на услуги на патувања и престој и други поврзани услуги, организирање и продажба на билети и спроведување на излетнички програми и останати резервациски, информативни, промотивни и осигурителни услуги кои произлегуваат од патувањето и престојот на корисниците на туристички услуги. Важно е да се нагласи дека туристичките агенции организираат и посредуваат во продажбата на услуги на стационарниот, селскиот, бањскиот, здравствениот, конгресниот, спортскиот, ловниот и други видови туризам. Притоа туристичките агенции мора да располагаат со лиценца за вршење на туристичка дејност: Лиценца „А“ или Лиценца „Б“. Според Член 26 на Законот за туристичка дејност, туристичките агенции за добивање на лиценца поднесуваат барање до давателот на лиценцата со приложување на соодветните документи. По издавањето на лиценцата таа се запишува во Регистарот на туристички агенции кој го води давателот на лиценцата. Условите за давање на лиценците „А“ и „Б“, се пропишани во членовите 31, 32, 33 на Законот за туристичка дејност. Важно е да се напомене дека туристичката агенција од категорија „А“ мора да располага со раководител кој се има стекнато со Сертификат за раководење со туристичка агенција. Туристичките агенции кои продаваат авио-билети треба да располагаат со ИАТА-сертификат за таква намена. Видовите услуги што туристичките агенции можат да ги даваат (со лиценца „А“ или „Б“) се пропишани во членовите 34, 35, 36 и 37 на Законот за туристичка дејност. Постојат и одредени туристички услуги кои туристичките агенции може да ги дадат, но по својата природа се специфични, бидејќи во себе вклучуваат спортско-рекреативни, авантуристички и екстремни активности. Во вакви активности спаѓаат: скијање, нуркање, едрење, јавање, горско-планинско возење, сплаварење, рафтинг, истражување пештери, возење кануа и други слични водни возила, падобранство, едрење, параглајдерство, скокање со јаже и слично. Ваквите туристички активности претставуваат алтернативни односно адреналински форми на туризам, наспроти масовниот крајбрежен и капалишен туризам кој сеуште доминира во Општина Охрид на крајбрежјето на Охридското Езеро. Поради тоа идните развојни заложби во туризмот треба да бидат свртени кон вакви и слични туристички

активности. За давањето на вакви услуги, туристичките агенции освен ангажирање на туристички водичи, треба да ангажираат и стручно оспособени лица за такви активности (тренири, инструктори, водичи и слично) (Член 19-а на Законот за туристичка дејност).

Друг субјект кој дава туристички услуги според Законот за туристичка дејност е туристичкиот водич кој претставува лице кое „на домашните и странските посетители во Р.С. Македонија им ги презентира природните и антропогените туристички атрактивности, историјата на земјата и културно-историските споменици, уметничките дела, етнографските и други атрактивности, историските настани, легендите и личностите за тие настани, општественото уредување на земјата и има комуникативни способности, општи познавања од туризмот и психологијата на туризмот и го познава јазикот кој го користат странските туристи“ (Член 36 на Законот за туристичка дејност). За одредено лице да дава вакви услуги треба да се има стекнато со најмалку средна стручна подготовка и да има положено испит за туристички водич (да располага со Уверение за туристички водич), а тоа го докажува со соодветна легитимација. Поспецифична е работата на водичите во планина за разлика од останатите туристички водичи (туристички водичи за културен туризам, односно во водичи во градски средини и други културни вредности). Водичите во планина кои водат туристички групи, освен со уверение за туристички водич треба да се имаат стекнато и со сертификат издаден од асоцијација која во Р.С. Македонија е акредитирана за издавање на сертификат за интернационални водичи во планина (Член 39 на Законот за туристичка дејност).

Туристички придружник според Законот за туристичка дејност претставува: „...лице кое ја придружува туристичката група. Тој треба да ги познава најзначајните туристички региони во Светот, како и туристичките места во Р.С. Македонија, општественото уредување, царинските и банкарските работи, сообраќајните можности и да поседува комуникативни способности и користи еден од светските јазици“. Тој треба да располага со најмалку средна стручна подготовка и со положен стручен испит за туристички придружник (Уверение за туристички придружник), а тоа го докажува со соодветна легитимација.

Посебно атрактивни форми на туристички услуги претставуваат услугите во селски, етно и еколошкиот туризам. Ваквите форми на туризам се алтернативни во споредба со масовниот туризам. Развојот на туризмот на Општина Охрид треба да се базира на ваквите селективни видови. Според Законот за туристичка дејност (Член 51) туристички услуги во селскиот туризам и етно-туризмот се следните видови: изнајмување на коњи за јавање, фото-сафари, изработка и продажба на домашни ракотворби, сувенири, инструменти и други производи и услуги во селското домаќинство. Додека пак, услуги во еколошки туризам се смета престој во подрачја со посебни природни карактеристики, како и во заштитени подрачја заради одмор, рекреација и разгледување на природните убавини на начин утврден со закон. Давањето на различните видови услуги се врши со посредство на соодветните вршители на туристичка, односно угостителска дејност, врз основа на договор.

Надзорот над работењето на давателите на туристички услуги, односно спроведувањето на одредбите регулирани со Законот за туристичка дејност, го вршат соодветните инспекциски служби.

Законот за угостителска дејност („Службен весник на РМ“ бр.62/04 и Законот за изменување и дополнување на Законот за угостителска дејност „Службен весник на РМ“ бр. 89/08, 115/10, 53/11, 141/12, 164/13, 187/13, 166/14, 199/14, 129/15, 192/15, 39/16, 53/16 и 71/16) ги дефинира вршителите на угостителската дејност (даватели на угостителски услуги за сместување и угостителски услуги за исхрана) во вид на трговски друштва, трговци поединци и физички лица. Угостителите според услугите кои може да ги даваат се делат на: угостителски објекти за сместување и угостителски објекти за исхрана. За да можат да понудуваат угостителски услуги, угостителите мора да располагаат со утврдени минимално – технички услови во нивните објекти. Според Законот во ваквите објекти мора исто така да бидат и исполнети следниве услови: објектот да може да се употребува, санитарно здравствени услови, условите за заштита при работа, заштитата и унапредување на животната средина, противпожарна заштита и условите за заштита од бучава пропишани со закон (Член 6 од Законот за угостителска дејност). Називот на угостителскиот објект се определува според видот на угостителските услуги што претежно се даваат во тој објект. Ваквите објекти имаат назив согласно Националната класификација на дејностите (Член 17 од Законот за угостителска дејност). Угостителите објекти подлежат на категоризација за вршење угостителска дејност.

Според Член 18 од Законот, угостителските објекти за сместување се делат на:

- основни угостителски објекти за сместување: хотели, хотелски населби, апартмански населби, мотели, пансиони, резиденции, туристички населби и слично;

- комплементарни сместувачки објекти: ноќевалишта, гостилници, кампови, приватни сместувачки капацитети (соби, апартмани, станови, куќи), одморалишта (за деца, младинци, работници, лица со попреченост и слично), други комплементарни објекти (феријални домови, планинарски и ловни домови и куќи, објекти за привремено сместување и слично).

Според Член 19 од Законот за угостителска дејност угостителските објекти за исхрана се делат на:

- ресторани (ресторани, гостилници, ресторани за самопослужување, експрес ресторани, киосци, млечни ресторани, ресторан бавчи, летни бавчи, кебапчилници, бистро, пицерији, објекти за брза храна и слично);

- барови (кафеана, кафетерија, ноќен бар, кафе бар, кабаре, диско клуб, диско клуб на отворен простор, пивница и слично);

- национален ресторан – меана;

- кантини и

- други угостителски објекти за исхрана.

Од горенаведените угостителски објекти за исхрана специфичен е националниот ресторан – меана кој претставува атрактивен вид на давање угостителски услуги за исхрана, посебно за странските туристи. За да добијат ваква ознака (национален ресторан – меана), угостителските објекти треба да исполнат одредени критериуми: (1) извршена категоризација; (2) понудата на храна во листите за јадење треба да биде во сооднос од најмалку 70% домашни

традиционални јадења споредбено со интернационалните јадења, додека понудата на вино и други пијалаци треба да биде во сооднос од најмалку 80% вина и други пијалаци произведени во Р.С. Македонија споредбено со интернационални вина и други пијалаци; (3) при надворешното и внатрешното уредување на угостителскиот објект да се употребуваат природни материјали, како и мотиви од домашната традиционална култура, народни инструменти, носии, покуќнина - садови и слично; (4) облеката на персоналот треба да има апликации и мотиви од традицијата и (5) музиката која ќе се изведува во угостителскиот објект треба да биде изворна со акустичен звук. Постапката за давање на ознаката ја спроведува Комисија за спроведување постапка за добивање на ознаката национален ресторан - меана (Член 19-б на Законот за угостителска дејност). После добивањето на ознаката, објектот се впишува и во Регистар на национални ресторани – меани.

Според Законот за угостителска дејност се пропишуваат и одредени лиценци: за угостителска дејност во ноќен бар, кабаре, диско клуб и диско клуб на отворен простор. Исклучок се хотелите од категорија од најмалку 4 ѕвездички кои не мора да располагаат со ваква лиценца за давање на ваквите услуги. Работното време на ваквите објекти (ноќен бар, кабаре, диско клуб и диско клуб на отворен простор) е подолго од другите видови угостителски објекти и е пропишано во Член 23 на Законот. Процедурата за поднесување и добивањето на ваквата лиценца е пропишано во членовите 21 и 22 на Законот за угостителска дејност.

Угостителските објекти за исхрана се должни според Законот за безбедноста на храната и на производите и материјалите кои доаѓаат во контакт со храната („Службен весник на РМ“ бр. 54/2002) и Законот за безбедност на храна („Службен весник на РМ“ бр. 157/10, 53/11, 1/12, 164/13, 187/13, 43/14, 72/15 и 84/15) да го применат системот за проценка на ризикот на критичните контролни точки (НАССР). Целта е да се постигнат одредени меѓународно признати стандарди за квалитет во процесите на преработката на храна и обезбедување на безбедност на храната за консументите.

Угостителските објекти за сместување и за исхрана подлежат на процес на категоризација. Целта е на потрошувачите јасно да им се истакне видот и квалитетот на услугите кои објектите ги нудат, како и нивните процеси на работење. Категоријата на објектот претставува гаранција за потрошувачот дека ќе добие одредено ниво на услуги/производи при неговата посета. Категоризацијата претставува не само еден вид на престиж и имиџ за угостителскиот објект, туку и обврска според Законот за угостителска дејност за да може да започне со работа и да понудува угостителски услуги. Така, според Член 27 на Законот за угостителска дејност, угостителските објекти за сместување (хотел, мотел, пансион, туристички апартман, планинарски и ловни домови), како и угостителскиот објект за исхрана - ресторан и национален ресторан - меана, пред започнување со вршење на дејноста задолжително се категоризираат според условите и стандардите пропишани за одделни видови на овие објекти во поглед на уредувањето, опремувањето и квалитетот на услугите со ѕвездички (од 1 до 5 ѕвездички) со период на важност од 3 години. Категоризацијата на угостителските објекти за сместување ја врши Комисија за категоризација на угостителските објекти, формирана од страна на Владата на Р.С. Македонија (Член 27-а на Законот за угостителска дејност). Работата на оваа комисија ја контролира Комисија за надзор која прави и вонредни контроли во самите угостителски објекти. Категоризацијата, пак, на угостителските објекти за исхрана ја вршат

комисии за категоризација на угостителски објекти со период на важност од 3 години (Член 28 од Законот за угостителска дејност).

Како угостители според Законот за угостителска дејност се сметаат и физички лица кои даваат угостителски услуги. Услугите кои ги даваат можат да бидат од видот (Член 40 на Законот за угостителска дејност):

- конфекционирани угостителски услуги во наменски подвижни објекти;
- угостителски услуги за сместување и исхрана во куќи;
- угостителски услуги во апартмани и соби за одмор;
- угостителски услуги во селски домаќинства и
- угостителски услуги во пловни објекти.

Во смисла на развојот на одржливи форми на туризам на територијата на Општина Охрид, може да се издвојат угостителските услуги кои се нудат во селските домаќинства. Процедурите за давање на угостителски услуги за сместување и исхрана во ваквите објекти е регулирано со Член 53 на Законот за угостителска дејност. И овие објекти подлежат на задолжителна категоризација, но добиваат и посебна ознака. Освен задолжителната категоризација, ваквите објекти според Законот се должни да: употребуваат природни материјали при надворешното и внатрешното уредување, како и мотиви од традиционалната култура, народни инструменти, носии, покуќнина – садови; јадењата (топли и ладни), пијалците и напите кои ги послужуваат треба да бидат домашни и еколошки произведени (Член 53-б на Законот за угостителска дејност). Постапката за добивање на ознаката за угостителски услуги во селски домаќинства ја спроведува Комисија за спроведување на постапка за добивање на ознака за рурални средини.

Надзорот над работењето на угостителските објекти за сместување и исхрана, односно спроведувањето на одредбите регулирани со Законот за угостителска дејност го вршат соодветните инспекциски служби.

За развојот на туризмот во Општина Охрид посебно значење има Законот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион. Границите кое е ставено под заштита опфаќа територија на 3 општини: Охрид, Струга и Дебрца. Најголемиот дел на заштитената територија ѝ припаѓа на Општината Охрид. Со овој Закон се уредува управувањето со природното и културното наследство во Охридскиот регион запишано во списокот на светското природно и културно наследство на Конвенцијата за заштита на светското културно и природно наследство на Обединетите нации во рамките на Организацијата на Обединетите нации за образование, наука и култура (УНЕСКО). Целта на овој закон е да се оствари соодветно управување со вредностите во заштитеното подрачје, што од своја страна треба да обезбеди (Член 9 на Законот):

- пронаоѓање, заштита популаризација и унапредување на состојбата со природното и културното наследство во Охридскиот регион;
- пренесување на идните генерации на исклучителните вредности на светското природно и културно наследство во Охридскиот регион како дел од општото наследство на целото човештво;
- спроведување на научни истражувања и воспитно-образовни активности, – спречување на активности кои негативно влијаат врз исклучителните вредности на природното и културното наследство во Охридскиот регион и
- вклучување во меѓународниот систем на соработка и помош со цел за меѓународна заштита на светското природно и културно наследство.

За координирање на сите горенаведени активности предвидени со овој Закон (според Член 10) се формира посебна Комисија за управување со светското природно и културно наследство во Охридскиот регион. Оваа комисија има претежно консултативна улога преку разгледување и давање на мислења за: спроведување на законите и другите прописи поврзани со заштитата на светското природно и културно наследство; планот за управување со светското природно и културно наследство; просторните и урбанистичките планови и слично. Освен тоа што управувањето со светското природно и културно наследство е важно за развојот на туризмот, со Законот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион се предвидува и соодветно планирање на урбаниот развој. Така, градоначалникот на Општина Охрид пред да ги стави урбанистичките планови на јавна расправа е должен да ги стави на мислење на Комисијата за управување со светското природно и културно наследство и органите на државната управа задолжени за заштитата на природното и културното наследство. Имено, дозволите за градење во Општина Охрид се регулирани со Законот за просторно и урбанистичко планирање („Службен весник на РМ“ бр. 199/14, 44/15, 193/15, 31/16, 163/16 и 64/18), како и со Законот за градежно земјиште („Службен весник на РМ“ 15/2015). Треба да се нагласи дека прекумерната и неконтролираната урбанизација во Општина Охрид негативно влијаело врз дел од структурата на старото градско јадро на градот Охрид, структурата на населбите на крајбрежјето, на визурите на пејзажот и просторите каде се наоѓаат одредени културни добра и археолошки локалитети. Ваквата урбанизација предизвикала и деградација на одредени природни вредности (уништување на дел од трската на крајбрежјето на Охридското Езеро). Посебен проблем исто така претставува и фрагментацијата на урбанистичкото планирање преку дефинирање на урбанистичките документации од типот: локална урбанистичко-планска документација, државна урбанистичко-планска документација, урбанистичко-планска документација за туристичка развојна зона и урбанистичко-планска документација за автокамп. проблемот се состои во тоа што ваквите урбанистички документации се носат без претходно консултирање на рамката за просторниот развој на повисоко ниво. Со Законот за постапување со бесправно изградени објекти се легализираа одредени претходно нелегално изградените градби и се вклопија во соодветните плански документации. Комерцијализацијата на просторот исто така предизвика голем дел од проблемот со урбанизацијата на крајбрежјето. Според Законот за градежно земјиште – на градежно земјиште предвидено со урбанистички план или урбанистичка планска документација за плажи, може да се поставува урбана опрема согласно со

урбанистичко-техничка документација за уредување на плажа одобрена од градоначалникот на Општина Охрид. Урбанистичко-техничката документација за уредување на плажа е составен дел на договорот за краткотраен закуп на градежно земјиште. Со Законот за управување со светското и природното наследство на Охридскиот регион треба да се регулира идната урбанизација на просторот на Општина Охрид, посебно на крајбрежјето на Охридското Езеро.

Плажите на Охридското Езеро претставуваат специфичен простор во рамките на општината кој има потреба од соодветно управување. Имено, голем дел од неконтролираната урбанизација во Општина Охрид е извршена на голем дел од плажите. Досегашната законска практика беше плажите да се издаваат под концесија на приватни лица, односно стопанственици. Концесиите за управување со плажи се утврдуваа по извршен јавен повик (конкурс) за давање под краткотраен закуп земјиште сопственост на Р.С. Македонија, наменето за плажи на охридското крајбрежје. Стопанствениците беа обврзани да исполнат поголем број на услови за да можат да ја добијат и задржат концесијата за управување. Со тоа се очекуваше дека голем дел од плажите ќе бидат уредени и инфраструктурно подобрани што делумно и се оствари на одредени плажи. Меѓутоа, во време на изготвувањето на оваа Стратегија во сила беше посебна Уредба со законска сила на Владата на Р.С. Македонија за враќање на плажите на Охридското Езеро во првобитна состојба (јуни 2020 година), но набргу потоа Уставниот Суд донесе одлука за прекинување на сите акции на отстранување на трајните и времените градби на охридските плажи. Со Законот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион и Планот за управување кој произлезе од него, се утврдени зоните на заштита во Охридскиот регион. Така, определени се повеќе активности кои не се дозволени да се изведуваат на самите плажи, во појас од 50 м од брегот на Охридското Езеро (Прва заштитна зона на природното наследство според Планот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион). Тоа подетално е објаснато во продолжение во Планот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион.

Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство распишува јавен конкурс и тендер за доделување концесија за стопанисување со Охридско Езеро. Примарната функција на оваа концесија е заштита на езерото и неговиот рибен фонд, преку контрола и евиденција на уловот. Управувањето со самата вода (количината на вода) во рамките на Охридското Езеро се врши од страна на АД Електрани на Македонија (ЕЛЕМ), кои ја регулираат минималната и максималната дозволена кота на езерото. Тоа го вршат преку контролата на истекот на езерото преку реката Црн Дрим. Максималната и минималната кота се утврдени со водостопанската дозвола издадена од страна на Министерството за животна средина и просторно планирање (МЖСПЛ). Легитимација за рекреативни риболовни активности е од годишен карактер и ја издава Македонската риболовна федерација (МРФ). Истата важи за сите риболовни ревири и рекреативни зони (реки и езера) каде што е доделена концесија. Во нив спаѓа и Охридското Езеро. Со Законот за внатрешна пловидба („Сл. весник на РМ“ бр. 55/07, 26/09, 22/10, 23/11, 53/11, 155/12 и 15/13, 137/13, 163/13, 42/14, 166/14, 146/15, 193/15 и 31/16) се уредува внатрешната пловидба и безбедноста на пловидбата на внатрешните води на територијата од Р.С. Македонија, условите и начинот на користењето, одржувањето и заштитата на пловните



патишта, пристаништата, зимовниците, сидриштата и плажите. Важна улога има Капетанијата на пристаништата - Охрид. Имено, ова тело дава мислења во однос на урбанистичките планови во кои се опфатени деловите на брегот и водниот простор на внатрешните води (за изградба на пристаништа, зимовници, аеродром на водна површина, сидришта и плажи и поставувањето на пловни и пливачки објекти). Пристаништата, зимовниците, сидриштата и плажите може да бидат издадени под концесија од страна на Владата на Р.С. Македонија. Капетанијата издава и дозволи за управување со пловни објекти. Во рамките на Капетанијата постои и Одделение за внатрешна пловидба чии активности се технички и стручни работи од областа на безбедноста, издавање на одобренија, упис и бришење на пловни објекти, води регистар на бродови и чамци, издава уверенија за оспособеност за управување со чамец, издава одобренија за вадење на потонати предмети од езерото, врши инспекциски надзор и друго.

Според членот 13 на Законот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион е предвиден и соодветен План за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион. Овој план за управување моментално претставува најважниот стратешки документ со планско-развојни определби за разгледаното подрачје бидејќи со него меѓу другото се предвидува и дополнување и изменување на постојната законска регулатива која се однесува или значително влијае врз заштитата на природното и културното наследство во Охридскиот регион. Со него се предвидува и поодржливо користење на природните и културните ресурси во Охридскиот регион, како и развивање на одржлив туризам на неговата територија. Планот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион е исто така разработен погоре во текстот на Стратегијата во делот 3.4 Стратешки документи за управување со заштитеното подрачје на Охридскиот Регион, меѓутоа тој треба да се спомене и во овој дел од аспект на пропишаните законски процедури, дозволи и концесии кои постојат во Општина Охрид.

Со Планот се предвидува и унапредување на заштитата на водите, односно контрола на испуштањето на отпадните води во разгледаниот простор, посебно во Охридско Езеро. Имено, користењето и испуштањето на водите со овој План се регулира со издавање посебни дозволи од Управата за животна средина. Регулирањето на водните права има суштинска важност за спречување на загадување на езерото со отпадни води и за спречување на крајбрежната трансформација со исцрпување на песок и чакал. Освен водите со Планот за управување се предвидува и управување со комуналниот (цврстиот отпад). Така, се предвидува регионалните депонии да бидат во согласност со ЕУ стандардите, а ќе бидат управувани од страна на регионални тела на општините (Охрид, Струга и Дебрца) кои треба да соработуваат и да се координираат во своите активности со цел заедничко решавање на проблемите со комуналниот отпад. Во таа смисла депониските капацитети треба да поседуваат и интегрирани еколошки дозволи. За дозволи и забраните во Охридскиот регион, а со тоа и во Општина Охрид, посебно важно е определувањето на заштитните зони според Планот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион.

Така, според Планот за управување определени се 3 заштитни зони во кои постојат различни дозволи и забрани во однос на туризмот и природното наследство. Првата заштитна зона се

формира во појас од 50 m сметано од границата на катастарска парцела 1/1 (КП Охридско Езеро) и има три подзони (Ia, Ib и Iv). Втората заштитна зона има две подзони (IIa - се формира на подрачјата зафатени со рипариски живеалишта и IIб) - ги зафаќа природните и полуприродните живеалишта над 866 м.н.в. Третата заштитна зона е формирана на деловите под кота 866 м.н.в., односно зафаќа простори што се наменети за непродуктивни намени или, главно се користат за земјоделско производство. Во заштитените подрачја како што се Националниот Парк „Галичица“, спомениците на природата - Охридско Езеро и Студенчишкото Блато постојат соодветни планови за управување определени со Законот за заштита на природата. Во првата зона се вклучени плажите на крајбрежјето од Охридското Езеро и изнесува 50 метри од крајбрежјето на езерото. Во иднина според Планот за управување е можно и проширување на оваа заштитна зона. Дел од дозволените активности во првата зона се: спроведување културни, научни, образовни и рекреативни активности со обем и динамика која нема да изврши негативно влијание врз еколошките процеси, биолошката и пределската разновидност во зоната; спроведувања археолошки истражувања со недеструктивни методи; спроведување континуиран мониторинг; заштита на рибите и традиционалниот риболов. Некои од забраните во оваа заштитна зона кои се поврзани со туризмот се следните: деградирање и уништување на природните живеалишта; забрането преградување на крајбрежното земјиште што може да предизвика сушење на водите и блатните живеалишта; преточување на нафта и нафтени деривати; тампонирање и насипување песок, изградба на бетонски и камени сидови (освен на дозволени локации); изградба на објекти од привремен и траен карактер; поставување рибници; земјоделско производство; изградба на марини и пристаништа. Во втората заштитна зона забранети активности поврзани со туризмот се: изградба на објекти за масовен туризам; интензивно земјоделство со примена на вештачко ѓубриво и пестициди; изградба на инфраструктурни градби (освен такви од јавен интерес со спроведена оцена на загрозувањата на природното и културното наследство). Дури во третата зона се дозволени повеќе туристички активности, со посебно дефинирани услови, без притоа да се загрозат универзалните вредности на просторот.

Според Планот за управување со светското природно и културно наследство на Охридскиот регион се определени и заштитни зони во однос на културното наследство. Тие зони се: градски урбани центри; религиско наследство; села и крајбрежни населби и археолошки локалитети. Во градски урбани центри, спаѓа старото урбано градско јадро на градот Охрид. Недозволени активности во оваа зона поврзани со туризмот се: забрана за градење на објекти повисоки од дефинираниот број на катови (во зависност од подзоната каде е лоциран објектот); изградба на објекти кои како висина имаат галерија или потпокрив или рамна тераса; забрана за поставување потпирачи, телевизиски антени, репетитори, големи рекламни паноа, сончеви колектори и слично; забрането фрлање отпад и поставување контејнери во близина на заштитени добра; не се дозволува паркирање, како и формирање паркинг-места непосредно до заштитените добра; не смее да се менува обработката на пешачките патеки и на сообраќајниците од камени плочи и гранитни коцки; редуцирање (забрана) на автомобилски сообраќај во строго заштитните зони; рекламни натписи не смеат да се поставуваат на поединечно заштитени градби; не смее да се издаваат одобренија во согласност со прописите за градење без претходно издадено конзерваторско одобрение и почитување на архитектонскиот израз на градбите и строга контрола од страна на надлежни институции за заштита. Дел од дозволените активности во оваа зона се: на јавните простори повремено да се

вршат и комерцијални, културни и други дејности и настани, со обврска по нивното завршување да се отстрани ѓубрето, опремата и сл.; при туристички посети, односно при реализација на комерцијални активности (концерти, претстави, културни и друг вид настани, собири) да се обезбедат неопходните мерки за заштита на наследството; поставувањето привремени објекти и урбана опрема, како и елементите на урбаната опрема треба да бидат внимателно дизајнирани, а за нивното поставување е потребно одобрение од надлежната општина и согласност од и од Заводот за заштита на спомениците на културата и музеј - Охрид и од Управата за заштита на културното наследство. Градењето на новите градби во старото урбано јадро е строго регулирано и треба да исполнат специфични аспекти и услови. Во однос на зоната на религиското наследство, дозволено е одвивање на одредени комерцијални дејности (продажба на сувенири, книги, верски предмети и останато) кои може да се вршат во религиските комплекси и во нивната непосредна околина, на точно утврдени локации и во услови кои не го нарушуваат интегритетот и духовноста на комплексот. Во зоната села и крајбрежни населби дел од недозволените активности поврзани со туризмот се: интензивно земјоделско производство со користење на вештачки ѓубрива и пестициди; изградба на објекти со намена семејно домување повисоки од дефинираниот број на катови (според подзоната каде е лоциран објектот); други активности што може да ја загорзат универзалната вредност. Од друга страна, дозволени активности во оваа зона (со исклучок на крајбрежниот појас) се: градење на инфраструктурни градби; одвивање на активности кои ќе ги подобрат условите за живеење и стопанисување преку ревитализација на руралните населби преку принципот на интегрален развој и потребите на селскиот туризам и еко-туризмот (во согласност со мерките на заштита и со претходна согласност од надлежните институции). На планинските и водените површини активностите ќе се одвиваат исклучиво во функција на ограничено и контролирано економско искористување на природните ресурси (шумарство, лов, рекреација и еко-туризам). Во зоната археолошки локалитети дозволени активности се: научно истражување со недеструктивни методи според одредбите од Законот за заштита на културното наследство; задолжителни конзерваторски активности; земјоделско земјиште, пасишта и шуми во сопственост на РСМ на кои се наоѓа евидентирано или заштитено археолошко наоѓалиште, запишано во јавната книга за впишување на правата на недвижностите, може да се дадат под закуп или да се изврши трансформација во градежно земјиште по претходна согласност од Управата за заштита на културното наследство. Додека пак во оваа зона недозволена е изградбата на сообраќајници и инфраструктурни проекти без претходно извршени археолошки истражувања.

Планско-развојните определби на Општина Охрид произлегуваат и од Планот за управување со Националниот Парк „Галичица“ (2010-2020), кој исто така е спомнат погоре во текстот како значаен стратешки документ за развојот на туризмот во Охридскиот простор. Имено, со овој план на управување се утврдени 4 зони на заштита на територијата на националниот парк. Преку утврдените зони на заштита се определени и видовите на дозволени економски активности во нив. Четирите зони на заштита се следните: Зона за строга заштита, Зона за активно управување, Зона за одржливо користење и Заштитен појас. Во рамките на првата зона на заштита (Зона на строга заштита) се дозволени само научно – истражувачки активности. Посетите во оваа зона се строго регулирани кои се во функција на развојот на

туристичката дејност. Во рамките на Зоната за активно управување се дозволени активности како еко-туризмот и традиционалното екстензивно земјоделство. Зоната за одржливо користење дозволува економски активности од типот: туристички и угостителски услуги, собирање лековити растенија, земјоделско производство, трговија и занаетчиство, дејности на мали претпријатија и семејни бизниси и други комплементарни незагадувачки активности. Според планот за управување со НПГ, од посебните активности кои не се дозволени во зоната на строга заштита (со исклучоци и строга контрола), но се дозволени во останатите зони на НПГ се следните: научни истражувања, вклучително и археолошки (само со претходна дозвола); пешачење (по обележани патеки и надвор од нив); скијачко трчање; поставување на инфотабли; поставување на патокази; уредени места за одмор (маси, клупи, натстрешници), кампување во дивина на одредени локации; набљудувачници и видиковци; палење оган на отворено; собирање габи, плодови и растенија (пр. чај, смреклинки, печурки и др.); собирање животни (пр. пеперутки, желки, и др.); напасување стока; одгледување земјоделски култури на традиционален начин; косење трева; пчеларство – времено поставување кошници; пчеларство – придружни објекти; комерцијално шумарство; интензивно земјоделско производство; собирање дрва и гранки; риболов; лов; алпско скијање (на неуредени места); алпинизам на уредени места; планински велосипедизам по уредени патеки; полетувалиште за параглајдеристи; моторни возила (теренски автомобили и мотоцикли); јавање; уредување на неуредени извори; уредување на постојни локви; уредување на бунари; нови објекти за зафаќање вода од извори и водотеци во паркот; нови објекти за домување; нови објекти за туристички намени (хотели, ресторани, кампови и сл.); нови објекти за други намени (објекти за управување на ЈУНПГ); нови објекти за земјоделски активности (магацини, бачила, котари, штали); нова инфраструктура – цевководи за водоснабдување; нова инфраструктура – туристички намени; нова инфраструктура – електроенергетска; нова инфраструктура – асфалтни патишта; нова инфраструктура – земјени патишта; нова инфраструктура – канализација; нова инфраструктура – структури за контрола на ерозијата. Доделувањето на дозвола за користење на вода, за испуштање во вода, односно вадење песок, чакал и камен од коритата и бреговите на површинските водни тела е во надлежност на Министерството за животна средина и просторно планирање. Со Планот се предвидени и издавање на специјални дозволи за собирање на растенија и билки од националниот парк од страна на дирекцијата на паркот. Издавањето на различните видови дозволи претставува значаен извор за финансирање на Националниот парк “Галичица”. Во таа смисла е важно да се спомнат дозволите за оперирање на пловила/чамци кај изворите „Св. Наум“ и наплатата на туристите за прошетка со пловилата од кои се обезбедуваат средствата на паркот, како и дозволите за движење и наплатата на средства при влезот во паркот на патот Охрид-Ресен преку планината Галичица и дозволата за искачувањето до врвот Магаро.

Наведените и други плански документи, дозволи, процедури и концесии во Општина Охрид се во функција на унапредување на нивото на туристички развој во општината преку креирање на одредено ниво на квалитет на туристичките и угостителските услуги, притоа незагрозувајќи ја животната средина, природните и културните вредности според кои овој простор всушност и претставува препознатлива туристичка дестинација во глобални рамки.

### 5.6.12 SWOT анализа

ПРЕДНОСТИ	СЛАБОСТИ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност</li> <li>2. Креирани туристички производи специфични за средината - природни и културни ресурси</li> <li>3. Концентрација на културно-историски споменици на различни цивилизации и култури</li> <li>4. Развиена туристичка инфраструктура</li> <li>5. Пристапност и сообраќајна инфраструктура</li> <li>6. Аеродром Апостол Павле</li> <li>7. Туризмот дава придонес за развој на локалната заедница</li> <li>8. Човечки ресурси - едукација - Обуки од надворешни чинители</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Соработка меѓу засегнатите страни во туризмот во општината</li> <li>2. Истражување и развој (немање на ТСС и други инструменти за мерење на ефектите од туризмот)</li> <li>3. Туристички маркетинг и промоција</li> <li>4. Нема развиен бренд (нема развиени брендови со географско, регионално, локално или оригинално потекло – за услуги и производи)</li> <li>5. Недостатоци во користењето на средствата од туристичка такса</li> <li>6. Рамномерна распределба на приходи генерирани од туризмот</li> <li>7. Слаба координација на реализација на проекти помеѓу локално и национално ниво</li> <li>8. Сезоналност на туристичките движења и појава на пикови</li> <li>9. Слаба опременост и уреденост на одредени туристички локалитети и објекти (места за кампување, излетнички места)</li> <li>10. Определување на максимален капацитет на локалитетите и воспоставување на менаџмент со посетители</li> <li>11. Недоволна практична примена на закони поврзани со туризмот и заштитата на животната средина</li> <li>12. Инвестиции во туризмот – мали и средни претпријатија</li> <li>13. Непостоење на светски франшизи (услужни, производни, сместувачки, угостителски...)</li> <li>14. Бесправни градби во заштитените подрачја</li> <li>15. Мал број на сместувачки капацитети во руралните средини</li> </ol>

МОЖНОСТИ	ЗАКАНИ
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Субвенции (Мотивирачки дојдовни туроператори поради постоечки програми за субвенции)</li> <li>2. Нискобуџетни (субвенционирани) и чартер летови</li> <li>3. Добра конкурентност на цени (26 од 140 земји)</li> <li>4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот</li> <li>5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот</li> <li>6. Безвизен режим - меѓународна отвореност</li> <li>7. Близина до силни европски туристички пазари</li> <li>8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам</li> <li>9. Регионална соработка и вмрежување</li> <li>10. Користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови за развој на туризмот и руралниот развој</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Туризмот во услови на пандемијата</li> <li>2. Ставање на Охрид на листа на загрошено културно и природно наследство од УНЕСКО</li> <li>3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво</li> <li>4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)</li> <li>5. Слаб интерес за зачленување во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот</li> </ol>

**ПРЕДНОСТИ****МОЖНОСТИ**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност</li> <li>2. Креирани туристички производи специфични за средината - природни и културни ресурси</li> <li>3. Концентрација на културно-историски споменици на различни цивилизации и култури</li> <li>4. Развиена туристичка инфраструктура</li> <li>5. Пристапност и сообраќајна инфраструктура</li> <li>6. Аеродром Апостол Павле</li> <li>7. Туризмот дава придонес за развој на локалната заедница</li> <li>8. Човечки ресурси - едукација - Обуки од надворешни чинители</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Субвенции (Мотивирачки дојдовни туроператори поради постоечки програми за субвенции)</li> <li>2. Нискобуџетни (субвенционирани) и чартер летови</li> <li>3. Добра конкурентност на цени (26 од 140 земји)</li> <li>4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот</li> <li>5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот</li> <li>6. Безвизен режим - меѓународна отвореност</li> <li>7. Близина до силни европски туристички пазари</li> <li>8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам</li> <li>9. Регионална соработка и вмрежување</li> <li>10. Користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови за развој на туризмот и руралниот развој</li> </ol>
--	--

П1/М4; П1/М5; П1/М9; П2/М3; П2/М8; П3/М4; П3/М9; П4/М3;  
 П4/М4; П4/М8; П4/М10; П5/М1; П5/М6; П5/М7; П6/М1; П6/М2;  
 П7/М5; П8/М4;

<b>Предности (П+)</b>	<b>Можности (М+)</b>	<b>АКЦИИ</b>
П1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност	М4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	2.Имплементација на системи за квалитет
П1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност	М5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот	2.Спроведување на законската регулатива во туризмот
П1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност	М9. Регионална соработка и вмрежување	2-3.Создавање на мрежа на засегнати страни на регионално ниво
П2. Креирани туристички производи специфични за средината - природни и културни ресурси	М3. Добра конкурентност на цени (26 од 140 земји)	3.Унапредување на ценовната политика во Охрид
П2. Креирани туристички производи специфични за средината - природни и културни ресурси	М8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам	3.Изработка на студија за активен туризам со компетитивност на туристичкиот пазар

П3. Концентрација на културно-историски споменици на различни цивилизации и култури	М4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	2. Систематизација на културните вредности врз основа на хронологија и вредносен критериум
П3. Концентрација на културно-историски споменици на различни цивилизации и култури	М9. Регионална соработка и вмрежување	3. Вмрежување и поврзување со културни рути и коридори
П4. Развиена туристичка инфраструктура	М3. Добра конкурентност на цени (26 од 140 земји)	3. Диверзификација на туристички производи конкурентни на туристичкиот пазар
П4. Развиена туристичка инфраструктура	М4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	1. Воведување на стандарди за квалитет на туристичката инфраструктура
П4. Развиена туристичка инфраструктура	М8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам	3. Утврдување на сегментација на туристичкиот пазар за активен туризам
П4. Развиена туристичка инфраструктура	М10. Користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови за развој на туризмот и руралниот развој	1. Користење на фондови за развој во функција на унапредување на туристичката инфраструктура
П5. Пристапност и сообраќајна инфраструктура	М1. Субвенции (Мотивирачки дојдовни туроператори поради постоечки програми за субвенции)	3. Поддршка на субвенции за туроператори во превозот на патници
П5. Пристапност и сообраќајна инфраструктура	М6. Безвизен режим - меѓународна отвореност	4. Промоција на отвореноста и пристапноста на Охрид како туристичка дестинација
П5. Пристапност и сообраќајна инфраструктура	М7. Близина до силни европски туристички пазари	4. Настап на европските туристички пазари
П6. Аеродром Апостол Павле	М2. Нискобуџетни (субвенционирани) и чартер летови	3. Поддршка на нискобуџетни и чартер летови
П7. Туризмот дава придонес за развој на локалната заедница	М5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот	2. Подобрување на прифатливоста на туристите од страна на локалната заедница
П8. Човечки ресурси - едукација - Обуки од надворешни чинители	М4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	2. Организирање на континуирани едукативни активности



## СЛАБОСТИ

1. Соработка меѓу засегнатите страни во туризмот во општината
2. Истражување и развој (немање на ТСС и други инструменти за мерење на ефектите од туризмот)
3. Туристички маркетинг и промоција
4. Нема развиен бренд (нема развиени брендови со географско, регионално, локално или оригинално потекло – за услуги и производи)
5. Недостатоци во користењето на средствата од туристичка такса
6. Рамномерна распределба на приходи генерирани од туризмот
7. Слаба координација на реализација на проекти помеѓу локално и национално ниво
8. Сезоналност на туристичките движења и појава на пикови
9. Слаба опременост и уреденост на одредени туристички локалитети и објекти (места за кампување, излетнички места)
10. Определување на максимален капацитет на локалитетите и воспоставување на менаџмент со посетители
11. Недоволна практична примена на закони поврзани со туризмот и заштитата на животната средина
12. Инвестиции во туризмот – мали и средни претпријатија
13. Непостоење на светски франшизи (услужни, производни, сместувачки, угостителски...)
14. Бесправни градби во заштитените подрачја
15. Мал број на сместувачки капацитети во руралните средини

## МОЖНОСТИ

1. Субвенции (Мотивирачки дојдовни туроператори поради постоечки програми за субвенции)
2. Нискобуџетни (субвенционирани) и чартер летови
3. Добра конкурентност на цени (26 од 140 земји)
4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот
5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот
6. Безвизен режим - меѓународна отвореност
7. Близина до силни европски туристички пазари
8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам
9. Регионална соработка и вмрежување
10. Користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови за развој на туризмот и руралниот развој

C1/M5; C2/M4; C2/M5; C3/M3; C3/M5; C3/M8; C4/M4; C5/M5; C6/M5; C7/M4; C7/M9; C8/M3; C8/M6; C8/M7; C8/M8; C9/M4; C9/M10; C10/M4; C11/M4; C11/M9; C12/M10; C13/M4; C13/M9; C14/M5; C15/M8; C15/M10;

<b>Слабости (С-)</b>	<b>Можности (М+)</b>	<b>АКЦИИ</b>
C1. Соработка меѓу засегнатите страни во туризмот во општината	M5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот	2-3. Вмрежување на засегнатите страни во туризмот во рамките на законските можности
C2. Истражување и развој (немање на ТСС и други инструменти за мерење на ефектите од туризмот)	M4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	2. Имплементирање на достапните системи и инструменти за мерење на ефекти во туризмот
C3. Туристички маркетинг и промоција	M3. Добра конкурентност на цени (26 од 140 земји)	3-4. Унапредување на конкурентната способност
C3. Туристички маркетинг и промоција	M5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот	3. Вклучување во настапот на туристичкиот пазар на ниво на државата
C3. Туристички маркетинг и промоција	M8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам	3. Унапредување на промоцијата како нови туристички дестинации од областа на активниот туризам
C4. Нема развиен бренд (нема развиени брендови со географско, регионално, локално или оригинално потекло – за услуги и производи)	M4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	2. Развивање на квалитетни брендови на производи и услуги
C5. Недостатоци во користењето на средствата од туристичка такса	M5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот	2-3. Донесување на програми за користење на туристичката такса
C6. Рамномерна распределба на приходи генерирани од туризмот	M5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот	2-3. Донесување на план за порамномерна распределба на приходите
C7. Слаба координација на реализација на проекти помеѓу локално и национално ниво	M4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	2. Унапредување на проектните активности на општината во национални рамки во областа на квалитетот
C7. Слаба координација на реализација на проекти помеѓу локално и национално ниво	M9. Регионална соработка и вмрежување	2. Меѓународно вмрежување во проектни активности
C8. Сезоналност на туристичките движења и појава на пикови	M3. Добра конкурентност на цени (26 од 140 земји)	3. Донесување на план за надминување на проблеми во услови на изразита сезоналност
C8. Сезоналност на туристичките движења и појава на пикови	M6. Безвизен режим - меѓународна отвореност	3. Креирање на комбинирани туристички тури на меѓународно ниво
C8. Сезоналност на туристичките движења и појава на пикови	M8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам	3. Развивање на нови туристички производи за активен туризам надвор од сезона
C9. Слаба опременост и уреденост на одредени туристички локалитети и објекти (места за кампување, излетнички места)	M4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	1. Донесување на планови за опремување и уредување во контекст на развиените системи за квалитет во туризмот

C9. Слаба опременост и уреденост на одредени туристички локалитети и објекти (места за кампување, излетнички места)	M10. Користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови за развој на туризмот и руралниот развој	1.Користење на фондови за уредување и опремување на туристички локалитети и објекти
C10. Определување на максимален капацитет на локалитетите и воспоставување на менаџмент со посетители	M4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	1.Студија за определување на минимални технички услови за максимален капацитети на посетеност на локалитети и објекти (мерења на бројот на посетители во локалитети и објекти)
C11. Недоволна практична примена на закони поврзани со туризмот и заштитата на животната средина	M4. Користење на развиени системи за квалитет во туризмот	1.Воспоставување на систем на квалитет во областа на заштитата на животната средина во функција на туризмот
C11. Недоволна практична примена на закони поврзани со туризмот и заштитата на животната средина	M9. Регионална соработка и вмрежување	2.Воспоставување систем на интегрирано управување со заштитата на животната средина
C12. Инвестиции во туризмот – мали и средни претпријатија	M10. Користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови за развој на туризмот и руралниот развој	3.Создавање на инвестициска клима за европска поддршка на мали и средни претпријатија во туризмот
C13. Непостоење на светски франшизи (услужни, производни, сместувачки, угостителски...)	M9. Регионална соработка и вмрежување	3.Промоција на можностите за франшиза
C14. Бесправни градби во заштитените подрачја	M5. Добро разработена законска регулатива поврзана со туризмот	1.Донесување на план и програма за регулирање на проблемите со бесправните градби во заштитените подрачја
C15. Мал број на сместувачки капацитети во руралните средини	M8. Растечка побарувачка за нови туристички дестинации и нови форми на активен туризам	1.Донесување програма за активирање на вишокот станбен простор во туристички рурални средини
C15. Мал број на сместувачки капацитети во руралните средини	M10. Користење на кандидатскиот статус за привлекување на инвестиции и користење на европски фондови за развој на туризмот и руралниот развој	1.Користење на фондови за поддршка на руралниот развој во функција на туризмот

## ПРЕДНОСТИ

## ЗАКАНИ

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност</li> <li>2. Креирани туристички производи специфични за средината - природни и културни ресурси</li> <li>3. Концентрација на културно-историски споменици на различни цивилизации и култури</li> <li>4. Развиена туристичка инфраструктура</li> <li>5. Пристапност и сообраќајна инфраструктура</li> <li>6. Аеродром Апостол Павле</li> <li>7. Туризмот дава придонес за развој на локалната заедница</li> <li>8. Човечки ресурси - едукација - Обуки од надворешни чинители</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Туризмот во услови на пандемијата</li> <li>2. Ставање на Охрид на листа на загрошено културно и природно наследство од УНЕСКО</li> <li>3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво</li> <li>4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)</li> <li>5. Слаб интерес за зачленување во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот</li> </ol>
--	--

П1/3 3; П1/3 5; П2/3 1; П2/3 4; П3/3 2; П4/3 1; П4/3 4; П5/3 1; П6/3 1; П7/3 1; П8/3 3; П8/3 5;

Предности (П+)	Закани (З-)	АКЦИИ
П1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност	З 3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво	2. Донесување на регистар на засегнати страни во туризмот
П1. Постоене на ТЛЕР - туристичка организираност	З 5. Слаб интерес за зачленување во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот	2. Унапредување на членството во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот
П2. Креирани туристички производи специфични за средината - природни и културни ресурси	З 1. Туризмот во услови на пандемијата	3. Примена на протоколи за креирани туристички производи во услов на пандемија
П2. Креирани туристички производи специфични за средината - природни и културни ресурси	З 4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)	3. Унапредување на квалитетот на туристичките производи во функција на конкурентноста на туризмот
П3. Концентрација на културно-историски споменици на различни цивилизации и култури	З 2. Ставање на Охрид на листа на загрошено културно и природно наследство од УНЕСКО	2. Спроведување на Планот за управување со природното и културното наследство на Охридскиот Регион во функција на туризмот
П4. Развиена туристичка инфраструктура	З 1. Туризмот во услови на пандемијата	3. Донесување планови за ангажирање на сместувачките капацитети и локалитети во пандемиски, пост-пандемиски услови и други безбедносни форми

П5. Пристапност и сообраќајна инфраструктура	3 1. Туризмот во услови на пандемијата	1.Планови за функционирање на сообраќајот во услови на пандемија
П6. Аеродром Апостол Павле	3 1. Туризмот во услови на пандемијата	1.Планови за функционирање на сообраќајот во услови на пандемија
П7. Туризмот дава придонес за развој на локалната заедница	3 1. Туризмот во услови на пандемијата	2.Донесувања програма за поддршка на локалната заедница во услови на пандемија
П8. Човечки ресурси - едукација - Обуки од надворешни чинители	3 3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво	2.Донесување и спроведување на едукативни програми во однос на функционалната поврзаност на засегнатите страни
П8. Човечки ресурси - едукација - Обуки од надворешни чинители	3 5. Слаб интерес за зачленување во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот	2.Едукативна програма за унапредување на човечки ресурси во рамките на меѓународниот туризам.

## СЛАБОСТИ

1. Соработка меѓу засегнатите страни во туризмот во општината
2. Истражување и развој (немање на ТСС и други инструменти за мерење на ефектите од туризмот)
3. Туристички маркетинг и промоција
4. Нема развиен бренд (нема развиени брендови со географско, регионално, локално или оригинално потекло – за услуги и производи)
5. Недостатоци во користењето на средствата од туристичка такса
6. Рамномерна распределба на приходи генерирани од туризмот
7. Слаба координација на реализација на проекти помеѓу локално и национално ниво
8. Сезоналност на туристичките движења и појава на пикови
9. Слаба опременост и уреденост на одредени туристички локалитети и објекти (места за кампување, излетнички места)
10. Определување на максимален капацитет на локалитетите и воспоставување на менаџмент со посетители
11. Недоволна практична примена на закони поврзани со туризмот и заштитата на животната средина
12. Инвестиции во туризмот – мали и средни претпријатија
13. Непостоење на светски франшизи (услужни, производни, сместувачки, угостителски...)
14. Бесправни градби во заштитените подрачја
15. Мал број на сместувачки капацитети во руралните средини

## ЗАКАНИ

1. Туризмот во услови на пандемијата
2. Ставање на Охрид на листа на загрозено културно и природно наследство од УНЕСКО
3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво
4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)
5. Слаб интерес за зачленување во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот

C1/3 3; C1/3 5; C2/3 3; C3/3 4; C4/3 2; C5/3 3; C6/3 3; C6/3 4; C7/3 3; C8/3 4; C9/3 2; C10/3 2; C11/3 2; C12/3 1; C12/3 4; C13/3 4; C13/3 5; C14/3 2; C15/3 4;

<b>Слабости (С-)</b>	<b>Закани (З-)</b>	<b>АКЦИИ</b>
C1. Соработка меѓу засегнатите страни во туризмот во општината	3 3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво	2. Воспоставување на мрежа на засегнати страни на национално и локално ниво
C1. Соработка меѓу засегнатите страни во туризмот во општината	3 5. Слаб интерес за зачленување во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот	2. Донесување програма за соработка со меѓународни донатори и асоцијации
C2. Истражување и развој (немање на ТСС и други инструменти за мерење на ефектите од туризмот)	3 3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво	2. Студија за имплементација на новите стандарди и алатки за истражување во туризмот
C3. Туристички маркетинг и промоција	3 4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)	2. Изработка на маркетинг стратегија за развој на туризмот во Охрид
C4. Нема развиен бренд (нема развиени брендови со географско, регионално, локално или оригинално потекло – за услуги и производи)	3 2. Ставање на Охрид на листа на загрозено културно и природно наследство од УНЕСКО	2. Промоција и брендинг активности на Охрид како светско културно и природно наследство
C5. Недостатоци во користењето на средствата од туристичка такса	3 3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво	3. Донесување предлог – програма за подобрена соработка во областа на користењето на средствата од туристичката такса
C6. Рамномерна распределба на приходи генерирани од туризмот	3 3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво	3. Донесување на програма за взаемно користење на средства од туризмот на локално и национално ниво
C6. Рамномерна распределба на приходи генерирани од туризмот	3 4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)	3. Анализа на можностите за подобрување на конкурентноста врз основа на генерирани приходи од туризмот
C7. Слаба координација на реализација на проекти помеѓу локално и национално ниво	3 3. Слаба кооперативност меѓу засегнатите страни на државно и општинско ниво	2. Аплицирање на заеднички проекти на национално и меѓународно ниво од областа на туризмот
C8. Сезоналност на туристичките движења и појава на пикови	3 4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)	3. Донесување на програми со содржини за вонсезонски активности

C9. Слаба опременост и уреденост на одредени туристички локалитети и објекти (места за кампување, излетнички места)	3 2. Ставање на Охрид на листа на загрошено културно и природно наследство од УНЕСКО	1.Изработка на студија за можностите за користење на отворени простори, локалитети и објекти во согласност со стандардите и препораките на Планот за управување со природното и културното наследство на Охридскиот Регион
C10. Определување на максимален капацитет на локалитетите и воспоставување на менаџмент со посетители	3 2. Ставање на Охрид на листа на загрошено културно и природно наследство од УНЕСКО	2.Користење на добри меѓународни практики за управување со светското природно и културно наследство во функција на туризмот
C11. Недоволна практична примена на закони поврзани со туризмот и заштитата на животната средина	3 2. Ставање на Охрид на листа на загрошено културно и природно наследство од УНЕСКО	1.Имплементација на Студијата за стратегиска оценка на влијанието врз животната средина (СОВЖС) во областа на туризмот
C12. Инвестиции во туризмот – мали и средни претпријатија	3 1. Туризмот во услови на пандемијата	1.План за подготовка на инвестициски активности во пост-пандемскиот период
C12. Инвестиции во туризмот – мали и средни претпријатија	3 4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)	3.Донесување програма за поттикнување на инвестициите во малите и средните претпријатија во областа на туризмот
C13. Непостоење на светски франшизи (услужни, производни, сместувачки, угостителски...)	3 4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)	3.Промоција на туризмот во Охрид како простор за реномирани франшизери
C14. Бесправни градби во заштитените подрачја	3 2. Ставање на Охрид на листа на загрошено културно и природно наследство од УНЕСКО	1.Донесување на план и програма за регулирање на проблемите со бесправните градби во заштитените подрачја
C15. Мал број на сместувачки капацитети во руралните средини	3 4. Слаба конкурентност на РСМ во туризмот (101 од 140 земји, пад во последните неколку години)	1.Поддршка во уредувањето и опремувањето на сместувачките капацитети во руралните средини во функција на туризмот



## **6. Стратегија за развој на туризмот**

Стратегијата за развој на туризмот во општина Охрид се темели на можностите кои се на располагање во оваа туристичка дестинација. Тие се основа за креирање на развојната визија. За да може да се дојде до реално согледување на развојот на туризмот неопходно е да се определат и развојните столбови кои како специфичност ги поседува општината. Контекстот на развој зависи од утврдените видови туризам кои генерираат значителна побарувачка низ светот и потребните специфични предуслови за секој од нив. За да се дојде до правилен приод неопходно е да се согледаат придобивките кои се очекуваат од развојот на оваа дејност.

### **6.1 Претпоставки и очекувања како основа за креирање визија за туризмот во Општина Охрид до 2025 година**

Претпоставките и очекувања како основа за креирање визија за туризмот произлегуваат подразбираат анализа за предвидувања на различни развојни сценарија. Тие се систематизирани како реалистичко, оптимистичко и песимистичко сценарио со соодветни претпоставки и очекувања

#### **6.1.1 Реалистичко, оптимистичко и песимистичко сценарио – претпоставки и очекувања**

За потребите на оваа Стратегија за развој на туризмот, направен е модел на остварени ноќевања за домашни и странски туристи врз основа на податоците дадени на месечно ниво за последните пет години. За креирање на модел е користена методата на анализа на временски серии при што се запазени сите аспекти во постапката на креирање на моделот: од анализа на стационарноста на серијата, анализа на присуство на структурни промени, анализа на валидност на ендогени променливи, како и анализа на резидуалите и стабилноста на моделот. Податоците од сите овие анализи се дадени во анексот на оваа стратегија. Во анализата има доволно долга серија од 60 примероци во која нема структурна промена и во двете серии, што овозможува креирање на валиден модел.

Првата анализирана серија е серијата на остварени ноќевања за домашни туристи. Таа серија на месечно ниво е дадена и претходно во оваа стратегија во делот каде што се анализира сезоналноста на туризмот во Општина Охрид, каде што е покажано дека повеќе од 75% од сите остварено ноќевања на домашните туристи се реализираат во месеците јули август. Тоа е високо изразена сезоналност и укажува на недоволно организиран пристап во привлекување на домашните туристи во останатиот период, надвор од главната туристичка сезона. Во следната табела е даден моделот кој е креиран за оваа серија. Моделот е избран врз основа на анализа на неколку конкурентни модели.

Табела бр. 61 - Модел за серијата на остварени ноќевања за домашни туристи

Dependent Variable: DLOG_DOMASNI				
Method: Least Squares				
Date: 07/14/20 Time: 13:26				
Sample (adjusted): 2016M02 2019M12				
Included observations: 47 after adjustments				
Convergence achieved after 16 iterations				
MA Backcast: 2015M08 2016M01				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(12)	0.994691	0.018857	52.75036	0.0000
MA(6)	0.412723	0.049945	8.263464	0.0000
MA(1)	-0.722966	0.067190	-10.75996	0.0000
R-squared	0.950419	Mean dependent var		0.010922
Adjusted R-squared	0.948166	S.D. dependent var		0.992310
S.E. of regression	0.225921	Akaike info criterion		-0.075564
Sum squared resid	2.245766	Schwarz criterion		0.042530
Log likelihood	4.775756	Hannan-Quinn criter.		-0.031124
Durbin-Watson stat	2.109486			

Сопствени пресметки

Од моделот може да се забележат неколку карактеристики:

- Има три независни променливи кои ги опишуваат сезоналноста на годишно ниво, сезоналноста на семестрално ниво и сериската корелација.
- Моделот опфаќа околу 95% од варијансата на серијата што укажува на добро следење на оригиналната серија.
- Durbin-Watson статистиката има вредност блиска до 2 што укажува на отсуството на сериска корелација на резидуалите, но тоа е и дополнително анализирано со цел да се добие валиден модел за предвидување.
- Вредностите на информативните критериуми се многу ниски што укажува на фактот дека избраниот модел е квалитетен.
- Дадена е вредноста на стандардната грешка што покасно е искористена во предвидувањето на идните вредности.

Врз основа на креираниот модел направено е предвидување на идните вредности за следните четири години. Овие вредности треба да се земат со резерва од неколку причини:

- Актуелната ситуација со пандемијата укажува на структурна промена во серијата.
- Сите модели за предвидување на идни вредности не може да бидат валидни на долг рок, тоа е нивно ограничување. Не може серија од пет години да биде основа за правење предвидување за наредни пет години.
- Анализираната серија нема дефиниран тренд во целиот анализиран период.

Сепак, оваа анализа може да се искористи во насока да се видат идните текови во развојот на туризмот и динамиката со која ќе се врати туризмот во Општина Охрид.

Во следната табела се дадени предвидените вредности за ноќевања на домашни туристи.

Табела бр. 62 - Предвидени вредности на серијата за остварени ноќевања за домашни туристи 2020-2024

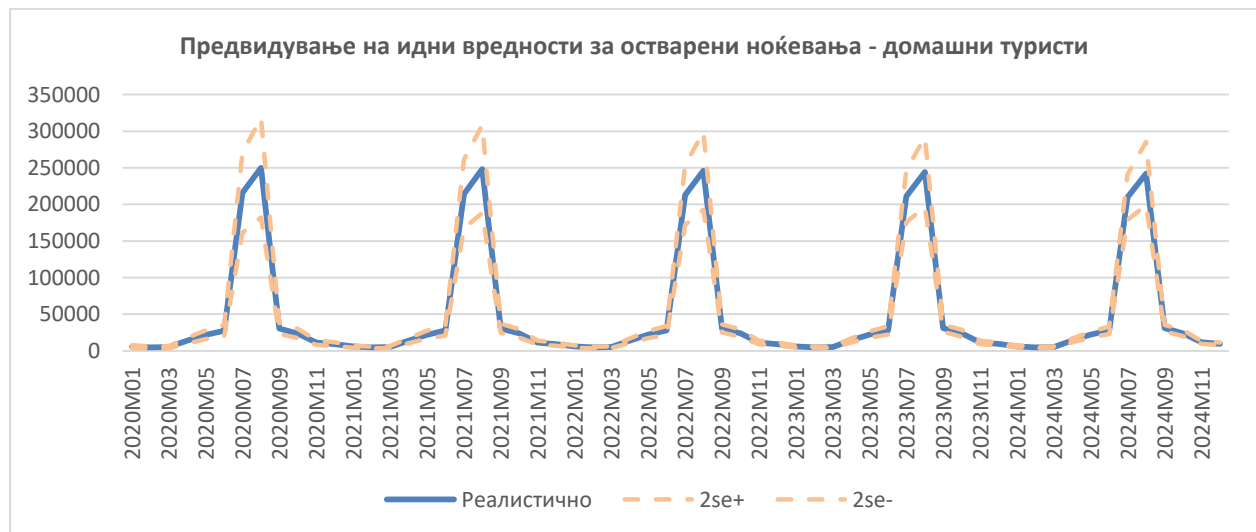
	Реалистично	Песимистичко	Оптимистичко
2020M01	5775	3982	7569
2020M02	4534	3236	5832
2020M03	4979	3607	6351
2020M04	13829	10030	17629
2020M05	21885	15909	27862
2020M06	27625	20011	35240
2020M07	215962	161332	270592
2020M08	250202	182076	318327
2020M09	30539	23096	37981
2020M10	23704	17250	30159
2020M11	11214	8160	14268
2020M12	9065	6597	11534
2021M01	5845	4260	7429
2021M02	4594	3434	5755
2021M03	5042	3812	6273
2021M04	13930	10545	17315
2021M05	21992	16690	27294
2021M06	27725	20958	34493
2021M07	214391	167493	261289
2021M08	248188	188279	308097
2021M09	30633	24227	37039
2021M10	23810	18062	29557
2021M11	11309	8579	14039
2021M12	9152	6943	11362
2022M01	5914	4494	7334
2022M02	4655	3605	5705
2022M03	5107	3991	6222
2022M04	14032	10984	17080
2022M05	22098	17346	26851
2022M06	27825	21746	33905
2022M07	212841	172197	253484
2022M08	246202	192956	299447
2022M09	30727	25166	36289
2022M10	23915	18742	29087
2022M11	11404	8937	13871
2022M12	9240	7241	11238
2023M01	5985	4699	7270
2023M02	4716	3758	5674
2023M03	5171	4151	6191
2023M04	14133	11366	16901
2023M05	22205	17909	26501
2023M06	27925	22416	33434
2023M07	211309	175823	246795
2023M08	244241	196516	291966

	Реалистично	Песимистичко	Оптимистичко
2023M09	30821	25960	35682
2023M10	24020	19326	28714
2023M11	11499	9252	13747
2023M12	9327	7504	11150
2024M01	6055	4882	7229
2024M02	4778	3897	5659
2024M03	5236	4297	6176
2024M04	14235	11704	16766
2024M05	22311	18401	26221
2024M06	28025	22998	33052
2024M07	209797	178626	240968
2024M08	242307	199231	285382
2024M09	30915	26643	35187
2024M10	24125	19836	28414
2024M11	11595	9533	13656
2024M12	9415	7741	11089

Сопствени пресметки

Оптимистичката и песимистичката серија се дадени врз основа на пресметка на  $\pm 2$  стандардни грешки во однос на реалистичната предвидена серија.

На следниот графикон е даден графичкиот приказ на податоците од претходната табела.



Графикон бр. 16 - Предвидување за идни вредности на серијата за остварени ноќевања – домашни туристи

Втората серија е серијата на остварени ноќевања за странски туристи во истиот анализиран период. И оваа серија е претходно прикажана, а сезонската компонента кај оваа серија не е толку нагласена како што е тоа случај кај серијата за остварени ноќевања за домашни туристи. За разлика од домашните туристи кои во месеците јули и август остваруваат 75,6% од ноќевањата, кај странските туристи тој процент за 2019 година е 31,6% што укажува на организираниот пристап во реализацијата на ноќевањата од странските туристи.

Во следната табела е даден моделот кој е креиран за оваа серија.

Табела бр. 63 - Модел за серијата на остварени ноќевања за домашни туристи

Dependent Variable: DLOG_STRANSKI				
Method: Least Squares				
Date: 07/15/20 Time: 19:52				
Sample (adjusted): 2016M02 2019M12				
Included observations: 47 after adjustments				
Convergence achieved after 9 iterations				
White heteroskedasticity-consistent standard errors & covariance				
MA Backcast: 2015M08 2016M01				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(12)	0.961818	0.036450	26.38697	0.0000
MA(2)	-0.680900	0.098649	-6.902269	0.0000
MA(6)	-0.245470	0.090135	-2.723364	0.0092
R-squared	0.954420	Mean dependent var		0.019908
Adjusted R-squared	0.952349	S.D. dependent var		0.702230
S.E. of regression	0.153291	Akaike info criterion		-0.851253
Sum squared resid	1.033921	Schwarz criterion		-0.733158
Log likelihood	23.00444	Hannan-Quinn criter.		-0.806813
Durbin-Watson stat	2.078328			

Сопствени пресметки

Од моделот може да се забележат неколку карактеристики:

- Има три независни променливи кои ги опишуваат сезоналноста на годишно ниво, сезоналноста на семестрално ниво и сериската корелација.
- Моделот опфаќа околу 95% од варијансата на серијата што укажува на добро следење на оригиналната серија.
- Durbin-Watson статистиката има вредност блиска до 2 што укажува на отсуството на сериска корелација на резидуалите, но тоа е и дополнително анализирано со цел да се добие валиден модел за предвидување.
- Вредностите на информативните критериуми се многу ниски што укажува на фактот дека избраниот модел е квалитетен.

Дадена е вредноста на стандардната грешка што покасно е искористена во предвидувањето на идните вредности. Стандардната грешка на овој модел е пониска во однос на претходниот. И за овој модел важат истите ограничувања кои важат и за претходниот.

Во следната табела се дадени предвидените вредности за ноќевања на домашни туристи.

Табела бр. 64 - Предвидени вредности на серијата за остварени ноќевања за странски туристи 2020-2024

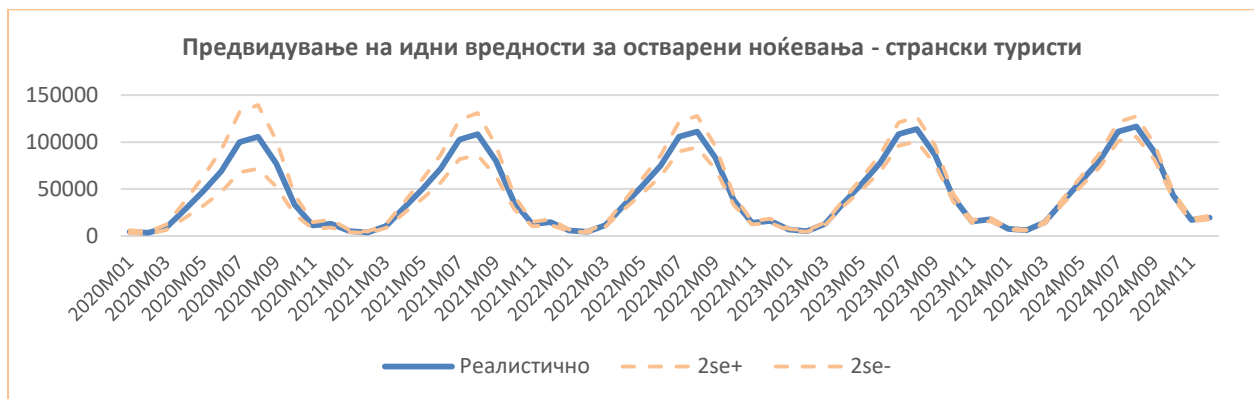
	Реалистично	Песимистичко	Оптимистичко
2020M01	4279	2741	5818
2020M02	3182	1921	4443
2020M03	9181	6232	12131
2020M04	28006	19115	36897
2020M05	47401	31887	62916
2020M06	68898	46530	91267
2020M07	99912	67911	131912
2020M08	105618	71686	139551
2020M09	77126	52402	101851
2020M10	33252	22738	43766
2020M11	11117	7640	14593
2020M12	12987	8817	17158
2021M01	4966	3938	5993
2021M02	3734	2851	4618
2021M03	10348	8307	12388
2021M04	30247	24380	36115
2021M05	50177	39746	60607
2021M06	71898	57032	86764
2021M07	102793	81698	123887
2021M08	108434	85999	130869
2021M09	80139	63654	96624
2021M10	35678	28602	42755
2021M11	12438	10041	14834
2021M12	14444	11460	17429
2022M01	5729	4931	6528
2022M02	4356	3630	5081
2022M03	11609	10025	13192
2022M04	32572	28225	36919
2022M05	52999	45090	60908
2022M06	74906	63739	86074
2022M07	105642	89965	121319
2022M08	111212	94473	127951
2022M09	83147	70757	95536
2022M10	38179	32836	43523
2022M11	13856	12010	15702
2022M12	16000	13597	18402
2023M01	6574	5908	7241
2023M02	5051	4411	5690
2023M03	12967	11663	14271
2023M04	34977	31553	38400
2023M05	55863	49476	62251
2023M06	77918	68970	86866
2023M07	108457	96036	120877
2023M08	113952	100632	127272
2023M09	86146	76222	96070
2023M10	40750	36461	45038
2023M11	15372	13864	16880
2023M12	17653	15597	19710
2024M01	7504	6923	8086
2024M02	5824	5236	6411

	Реалистично	Песимистичко	Оптимистичко
2024M03	14422	13306	15539
2024M04	37457	34649	40264
2024M05	58764	53391	64138
2024M06	80930	73454	88406
2024M07	111235	100975	121496
2024M08	116651	105596	127705
2024M09	89133	80847	97420
2024M10	43385	39802	46968
2024M11	16987	15707	18267
2024M12	19405	17574	21236

Сопствени пресметки

Оптимистичката и песимистичката серија се дадени врз основа на пресметка на  $\pm 2$  стандардни грешки во однос на реалистичната предвидена серија.

На следниот графикон е даден графичкиот приказ на податоците од претходната табела.



Графикон бр. 17 – Предвидување на идни вредности за остварени ноќевања - странски

## 6.2 Главните столбови на позиционирање на Општина Охрид како туристичка дестинација

Позиционирањето на Општина Охрид како туристичка дестинација се потпира на четири главни столбови. Тоа се:

- Охридското Езеро и природната посебност;
- Културниот комплекс на атрактивни вредности;
- Заштитата на универзалните вредности како парадигма на одржливиот развој и
- Оптимална вклученост на локалната заедница.

### 6.2.1 Охридското Езеро и природното опкружување

Охридското Езеро како столб врз кој се потпира развојот на туризмот на општината Охрид како реномирана туристичка дестинација произлегува од исклучително изразената атрактивност која ја поседува и со која влијае на останатите ресурси. Тоа поседува природни посебности кои се однесуваат како на акваториумот така на природните услови на неговото опкружување.

Охридското Езеро не само што претставува развоен столб на туризмот во оваа туристичка дестинација туку оваа основа ја има и за РСМ. Впрочем, ваква вредност е препознаена и во Националната стратегија за туризам од 2016 до 2021 год. Табелата во продолжение ги содржи вредностите според кои ја има оваа улога од круцијална важност за развој на туризмот.

Табела бр. 65 - Вредносни параметри, посебности и придобивки на Охридското Езеро како развоен столб

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
- површина 348,8 km <sup>2</sup>	- езерска шир која наликува на море	- просторен капацитет со изразити можности за зачувување, уредување и опремување на брегот, пловидба и крстосување (уредување на пристаништата и марина)
- волумен на езерскиот акваториумот 54.280 км,	- најголем на Балканот	- куриозитет кој има туристичко промотивен карактер и акумулатор на топлина со микроклиматски влијанија (пријатен престој на туристите)
- длабочина 286 м, просечна 144,8 м хетероген литорал	- најдлабоко тектонско езеро на Балканот	- можност за подводни активности, тренинзи и натпревари
- должина на бреговата линија 86,1 км, од кои 23 км е ниска, а 63,1 км е стрмна	- развиени плажи од различен карактер  - присуство на отсеци и клифови	- можности за уредување и опремување, сончање, прошетки и одморање  - можности за искачување и освојување, тренинзи и натпревари
- умерена клима со медитеранско влијание: средно месечни температури во јули 20,8 <sup>0</sup> С; во јануари 1,7 <sup>0</sup> С; отсуство на врнежи во туристичката сезона - во јули 23,2 мм, инсолација 2233 час., облачност просечна 5,2 десеттини, влажност 71 %, одлична проветреност	- оптимални вредности на воздухот со взаемно дејство на Охридското Езеро. Редок здравствено - рекреативен, климатско-хидрографски комплекс	- пријатен престој, промоција на климатските вредности, пријатни летни ноќи
- температурата на водата - 13.6 <sup>0</sup> С од јуни до септември над 18 <sup>0</sup> С	- езерото не замрзнува  - оптимални термички својства	- релативно долга капалишна сезона,  - пливачки активности и одржување на светски натпревари во спортови на вода (на пр. Охридскиот маратон)



<b>Вредносни параметри</b>	<b>Посебност</b>	<b>Развојни придобивки/претпоставки</b>
- Просирност на водата од 21,5 м.	- Најголема на тектонските езера на Балканот и израз на чистота (површински и сублакустриски извори)	- Пријатно рекреативно и естетско чувство при активности на вода, широк подводен видик, промотивен елемент
- Боја на езерото во зависност од длабината, составот на дното и облачноста	- Ретки нијанси од маслиново зелена до небесно сина	- Можност за набљудување и лоцирање, уредување и опремување на видиковци
- Биодиверзитет со хетерогеност реликтна и ендемска застапеност	- Уникатна појава на биотипови	- Едукативни, научни и културни можности со потреба од туристичка презентација и максимална заштита на животната средина, промотивна можност за развој на туризмот во целина

### **6.2.2 Културни вредности во функција на развојот на туризмот во Охрид**

Охрид претставува редок пример на културна ризница која ги соединува милениумите на цивилизациска препознатливост и застапеност. Тоа е простор со нераскинливи културни слоеви, погодни за хронолошка, стилска и просторна презентација пред туристите. Комплексноста, хетерогеноста и несекојдневната атрактивност го определуваат како столб врз кој се потпира развојот на туризмот. Ова се должи на ретко високата концентрација на туристички културни вредности кои се разместени на релативно мал просторен опфат. Во функционална смисла тоа е можност за креирање на содржински богати туристички производи, чија реализација е остварлива во куси интервали со отворена можност за креативно водење. Културната ризница на Охрид успешно се вклопува во втемелениот природен ресурски потенцијал, така што има синергетски карактер во процесот на реализација на доживувањата на туристите. Токму спојот на несекојдневното културно и природно наследство го етаблира Охрид како простор заштитен од УНЕСКО. Со тоа и со богатиот историски континуитет се работи за простор кој му припаѓа на Светот, а неговата отвореност им овозможува на туристите да ги уживаат широко препознатливите културни вредности.

Табела бр. 66 - Вредносни параметри, посебностите и придобивки на културниот комплекс на атрактивни вредности на Општина Охрид

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
<b>УРБАНИЗАМ И АРХИТЕКТУРА</b>		
<p><i>Интеграција на постојната архитектура во пејзажот</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• културен предел (пејзаж)</li> </ul>	<p><b>(УНЕСКО критериум iv)</b> Простор со исклучителни амбиентални вредности. Спој на природата и урбанизмот, автентичен предел.</p>	<p>Дефиниран имиџ на поставеноста на стариот дел од градот на ридот, од каде потекнува и неговото име Охрид („о-хрид“, „во-хрид“). Можност за користење во пропагандни цели, разгледување од страната на езерото. Појава на нарушување на воспоставената силуета со нови доминантни градби, интервенции во крајбрежниот појас (патеки и тераси).</p>
<p><i>Содржинска структура на архитектурата (урбани целини)</i> Староградски комплекси</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Охрид – стариот дел на градот</li> <li>• Охридска чаршија</li> </ul>	<p><b>(УНЕСКО критериуми i, iv)</b> Добро зачувана споменична целина, со стара градска архитектура, комплекс од градби цркви, манастири, археолошки остатоци од постари објекти и комплекси, автентична урбана структура Комплекс на дуќани, продавници, кафетерии, ресторани како економски центар на градот кој се развивал во XIX-XX век, а денес како спој на традиционалното и современото.</p>	<p>Мултифункционален простор во однос на туризмот: сместување во објекти со староградска архитектура, исхрана во автентични ресторани со мени со локални специјалитети, дуќани со асортиман од традиционалните занаети – бисери, дрворез, икони, забава со традиционална музика, културно наследство кое има прилагодена функција кон туристите и посетителите). Кон овој комплекс може да се припише терминот „живо наследство“ со богат спектар на содржини во функција на туризмот. Спојот на традицијата и новите потреби во чаршијата овозможува бројни забавни и трговски содржини кои можат да бидат од интерес на туристите. Карактеристичната пешачка улица нуди можност за прошетки и разгледување на трговското средиште на градот. Сериозни интервенции во стариот дел на градот со објекти кои не го следат стилот и силуетата на постарите градби, појава на несоодветни доградби и интервенции во просторот, додека кај старата чаршија обновата на дуќаните не ги следи старите обрасци и целосно го менува изгледот и силуетата на улицата.</p>

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
<p>Специфични населби:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Крајбрежни населби (Пештани, Трепџа)</li> <li>• Пејзажни населби (Велестово, Рача, Велгошти, Елшани)</li> <li>• Комплекси во рурални средини (Куратица, Речица)</li> </ul>	<p>Населбите се уште носат во себе дел од традициите, во дел од нив има групации од руралната архитектура. Тие претставуваат исклучителен културен предел каде објектите (старите и новите) се прилагодени на динамичката морфологија на теренот.</p>	<p>Можност за сместување во традиционални услови со впечатливи визури кон Охрид и езерото. Ресторани со локални производи и специјалитети. Кај некои од населбите кои се во средини оддалечени од езерото, постои можност за активности во природа и подобро запознавање на вредностите на поширокото подрачје.</p> <p>Сериозни трансформации на руралниот концепт на населбите со измена на содржините во селското стопанство, промена на традиционалната архитектура, намалување на бројот на живината итн.</p>
КУЛТУРНИ АТРАКЦИИ		
<p><b>Сакрална архитектура</b> <i>Христијанска архитектура</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Цркви (Св. Софија, Св. Богородица Перивлепта, Св. Јован Богослов Канео, Св. Никола Болнички, Св. Богородица Болничка, Мали св. Врачи, Св. Димитриј, Мал св. Климент, Св. Константин и Елена, Св. Богородица Челница, Св. Богородица Захумска, Св. Никола Геракомија, Успение на Богородица Каменско, Големи св. Врачи, Св. Ѓорѓи, Св. Богородица Пештанска, Св. Никола Косел, Св. Спас Лескоец, Успение на Богородица Велестово,</li> <li>• Манастири (Св. Пантелејмон на Плаошник, Св. Наум, Св. Стефан Панцир, Св. Еразмо, Св. Петка Велгошти,</li> <li>• Католичка црква</li> </ul> <p><i>Исламска архитектура</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Џамии (Хаџи Дургут-Крст џамија, Али пашина џамија)</li> <li>• Текии и други објекти (Зејнел-Абедин теќе, Синан Челеби турбе)</li> </ul>	<p><b>(УНЕСКО критериуми iii, iv)</b></p> <p>Комплексот на средновековната христијанската архитектура поседува највисоки монументални, естетски, историски и други културни вредности. Некои од нив се во врвот на архитектонските и сликарските достигнувања од византиската епоха. Нивни ктитори се знаменити личности од највисоките кругови на Охридската архиепископија и Византија. Нивните градители и сликари припаѓаат на работилниците на најпознатите архитекти и зографи на своето време во пошироката византиска културна сфера.</p> <p>Делот на цркви кои припаѓаат на доцниот среден век и оние кои се подигнати во времето на „преродбата“ во себе носат културни вредности поврзани како мостови помеѓу големите мајстори од средниот век и нивните следбеници од вековите подоцна. Сликаството и копаничарството ќе го имаат својот процут во реализирањето на амбициозните уметнички</p>	<p>Ова е најзначајниот комплекс поради кој Охрид е запишан во регистарот на УНЕСКО во делот на културно наследство. Со тоа се оформува дел од неговиот бренд, а често се нарекува „Балкански Ерусалим“, град со 365 цркви. Тоа секако треба да се користи во неговата промоција на туристичкиот пазар. Но она што за туристите е важно, е можноста на еден релативно мал простор да посетат и видат ремек дела од средниот век од византиската културна сфера. Дел од манифестациите и настаните се одржуваат во овие објекти со што се отвора можноста на туристите да бидат дел од единствено доживување како спој на старото со современото.</p> <p>Старите манастири кои се во функција и денес се цел на илјадниците поклоници кои доаѓаат за време на одредени празници, а покрај тоа во некои од нив постои можност за престој од неколку денови.</p> <p>Овој комплекс на културно наследство е добро зачуван и солидно презентираан, но недостасува подобро организирана посета и дисперзија на туристите во поголемиот дел од нив, затоа што сега цел на посета</p>

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
	<p>дела остварени од најпознатите македонски мијачки тајфи.</p> <p>Манастирските комплекси, подигнати на најубавите простори во регионот и денес сведочат за живиот и специфичен карактер на манастирите како духовни и просветителски средишта.</p> <p>Охрид има потенцијал да стане центар на интересот за исламската култура поради постоењето на значителна групација на исламски објекти.</p>	<p>се само главните атракции.</p>
<p><b>Профана и друга архитектура</b> <i>Споменици</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Охридски староградски куќи (Робевци, Уранија, Христо Узунов, Тримчеви, Крапчеви)</li> <li>• Објектите од XX век (НУ Завод и Музеј, Словенска Писменост, Ѓурчинови)</li> <li>• Гимназија „Климент Охридски“</li> <li>• Саат кула</li> <li>• Амам</li> <li>• Скулптури и спомен обележја</li> </ul>	<p><b>(УНЕСКО критериуми iii, iv)</b></p> <p>Исклучителна групација на градби кои потекнуваат од различни периоди и биле со различна намена.</p> <p>Комплексот на објекти од XIX-XX век ги претставува најдобрите примери на балканската куќа од медитерански тип. Тука се и забележителните градби со административна намена.</p>	<p>Голем дел од комплексот на профаната архитектура со културни вредности има можност за ставање на функција на туризмот како објекти за сместување кои со својот екстериер и прикладно дизајниран ентериер се особено привлечни за туристите. Позначајните објекти имаат нови функции и може да ги привлекуваат туристите не само поради музејските збирки кои се претставени во нив, туку и самите тие претставуваат атрактивност за себе. Скулптурите и спомен обележјата се можност за поврзување на туристите со знаменитите личности или настани кои ги претставуваат по верска, етничка или друга припадност. Состојбата со заштитата на овие објекти е на задоволително ниво, но нивната вклученост во општиот корпус на културно наследство во туризмот треба да се подобри. Некои од нив воопшто не се приспособени за туристички посети, а недостасува и сертификација на објектите за сместување кои се приспособиле да примаат туристи, а ја задржале автентичната архитектура.</p>
<p><i>Археолошки локалитети</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Самуилова тврдина</li> <li>• Плаошник (ранохристијанска базилика, поликонхална црква)</li> <li>• Антички театар</li> </ul>	<p><b>(УНЕСКО критериуми i, iv)</b></p> <p>Значајни остатоци од градби од антиката и средниот век лоцирани во старото градско јадро или неговата околина.</p> <p>Самуиловата тврдина како</p>	<p>Корпусот на градби од минатото кои само делумно се зачувани преку археолошките остатоци, се добра основа за диверзификација на производи од културниот туризам. Некои од нив добиле</p>

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Горна Порта</li> <li>• Ранохристијанска базилика Студенчишта</li> <li>• Ранохристијанска базилика Св. Еразмо</li> <li>• Локалитет Манчевци</li> <li>• Старомакедонска гробница „Караѓулевци“</li> </ul>	<p>дел од одбранбените прстени на градот ја маркирала цитаделата и била симбол за цврстината на градот. Кај ранохристијанските објекти зачувани се вредни мозаици кои пленат со своите естетски квалитети но и со пораките кои ги содржат во себе.</p>	<p>нови намени и се лесно достапни за посетителите. Археолошкото наследство има атрактивни својства во туризмот, но тоа е особено подложно на деградација и оштетувања и неговата заштита мора да се следи и периодично да се изведува. Археолошките локалитети во Охрид и неговата околина во еден дел не се добро заштитени и не се на соодветен начин подготвени за туристички посети.</p>
<p><b>Музеи</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• НУ Завод и музеј – Охрид</li> <li>• Галерија на икони</li> <li>• Музеј на вода – Залив на коските</li> <li>• Музеј на словенска писменост</li> <li>• Меморијална куќа Григор Прличев</li> </ul>	<p><b>(УНЕСКО критериум iii)</b></p> <p>Збирките кои ги содржат охридските музеи имаат дела со светски универзални вредности. Археолошките збирки се составени од наодите од бројните локалитети со временски распон од околу 5000 години (регистралирани се 141 локалитет од кои 16 се со акт за заштита).</p> <p>Галеријата на икони се вбројува меѓу најпознатите збирки со византиски икони од XI-XIX век во светски рамки.</p> <p>Музејот на вода претставува уникатна реконструкција и презентација на едно наколно живеалиште старо повеќе од 3000 години. Двата манастири поврзани со најстарата словенска писменост (Светиклиментовиот и Св. Наум) како стожери на културата (Охридската книжевна школа-Светиклиментов универзитет), но секако и постоењето на Охридската архиепископија, овозможиле бројни вредни записи да бидат дел од збирките во музеите (оригинални или копии).</p>	<p>Музеите во културниот туризам имаат посебно место и тие се неизоставен дел од секоја форма на културен туризам. Охридските музеи покриваат широк спектар на теми кои се презентираат, некои од нив (Музејот на вода) воведуваат нови начини на презентација кои ги носат блиску до категоријата на визитор центри. Токму затоа, кај сите други музеи забележителна е дискрепанција во однос на интензитетот на посетеност со културната вредност на нивните збирки, што дава можност за креирање на нова и иновативна понуда насочена кон туристите.</p>

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
<b>НАСТАНИ И МАНИФЕСТАЦИИ</b>		
<p><i>Религиски настани и манифестации</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Богојавление – Водици</li> <li>• Св. Климент</li> <li>• Св. Наум</li> <li>• Св. Еразмо</li> <li>• Св. Петка</li> <li>• Успение на Богородица</li> <li>• Бајрам</li> </ul>	<p>Охридското религиско наследство поврзано со св. Климент, св. Наум, св. Еразмо, како и тоа дека Охрид е архиепископски град овозможуваат одржување на религиски настани од пошироко регионално значење.</p>	<p>Религиските настани и манифестации се елементи на една понуда во културниот туризам која овозможува партиципативност на туристите во нив што генерира единствено доживување на една традиција. Манифестациите по својот карактер се краткотрајни и нивниот директен ефект во туризмот е ограничен, но главната нивна улога е во промовирањето на подрачјето каде што се одржуваат.</p>
<p><i>Културни настани и манифестации</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• „Охридско Лето“</li> <li>• Балкански фолклорен фестивал</li> <li>• Прличеви беседи</li> <li>• Настани, концерти и забава</li> </ul>	<p>Некои од фестивалите, а особено „Охридско Лето“ во своите програми вклучуваат изведувачи од сите светски меридијани, па затоа се стекнале со меѓународна репутација и на некој начин успешно развиле свој бренд.</p>	<p>Можноста за користење на големите манифестации во туризмот се гледа низ призмата на градење на бренд во туризмот на подрачјето поврзано со меѓународни културни манифестации. Треба да се работи на поконкретно поврзување на манифестациите со туристичките посети на местото, како и на продолжување на деновите на престој на посетителите кои се дел од MICE туризмот.</p>
<p><i>Спортски настани</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Охридски пливачки маратон</li> <li>• „Охрид трчаТ“</li> <li>• Едриличарски регати</li> </ul>	<p>Традиционални и новосоздадени спортски настани кои имаат перспективи за понатамошен развој.</p>	<p>Покрај долгогодишните спортски настани, добро е дека во Охрид се проширува понудата и со тоа се создаваат услови за зголемен интерес на туристите за ваквите настани. Најчесто ваквите настани се поврзани со значителни трошоци кои организаторите не се во можност самостојно да ги покријат, па затоа е потребна финансиска поддршка од други субјекти за нивно одржување.</p>
<b>ЕТНОГРАФСКО НАСЛЕДСТВО</b>		
<p><i>Традиционални стопански активности</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Традиционално копаничарство</li> <li>• „Охридски бисер“</li> <li>• Филигран</li> <li>• Иконопис</li> <li>• Рачна изработка на хартија</li> <li>• Опинчарство</li> <li>• Валавичарство</li> </ul>	<p>Долга традиција на опстојување на занаетите, а некои од нив како изработката на охридскиот бисер веќе градат свој бренд. Кај некои иднината е посигурна со востановувањето на работилници и школи (копаничарство и иконопис),</p>	<p>Овој вид на наследство нуди можност туристите да купат автентични производи од местото на нивната посета. На тој начин се генерираат приходи и се поттикнува одржливоста на занаетите. Погolem дел од традиционалните занаети обезбедиле своја одржливост и нивните производи</p>

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Винарство</li> </ul>	додека пак рачно изработената хартија е уникатен процес на изработка кој го нема пошироко во регионот.	се атрактивни за туристите, но за дел треба да се работи на план за нивно приспособување кон потребите на современите туристи.
Регионални кулинарски специјалитети	Охридски чомлек, традиционално приготвување риба на жар (охридска пастрмка, крап), тресена риба, рибна чорба, чорба од икра, полнет крап, крап во земјена тава, печени плашици, ѓомлезе, компоти, кадаиф, баклава, охридска торта.	
Регионални продукти <ul style="list-style-type: none"> <li>• Охридски домат - јабучар</li> <li>• Охридска цреша</li> <li>• Охридска пастрмка и белвица</li> <li>• Охридски бисер</li> </ul>		

### 6.2.3 Заштита и унапредувањето на животната средина како основа на одржливиот развој на туризмот

Одржливиот развој на туризмот во општината Охрид е нераскинливо врзан со заштита на животната средина. Животната средина претставува меѓусебна просторна и функционална поврзаност меѓу елементите од органско, анорганско и антропогено потекло. Туризмот зависи од заштитата на животната средина, но тој претставува фактор на заштита на природното и културното наследство. Одржливиот развој пред сè се должи на оваа интеракциска врска. За заштитата да нема прекумерен карактер коректор е унапредувањето кое подразбира оптимална интервенција во форма на унапредување на туристичките развојни ресурси. Наша слоган е дека: „Туризмот во Охрид како туристичка дестинација треба да ги користи ресурсите без искористување.“ Во таа функција е посветеноста да се искористат позитивните процеси, исправат грешките од минатото, подобрување на ситуацијата и предвидувања кои ќе го обезбедат нашиот слоган, односно оптималниот одржлив развој на туризмот.

Заштитата и унапредувањето на животната средина во оваа функција и последица на туристичкиот развој ги опфаќа вредносните параметри, посебностите и развојните придобивки. Тие се дадени во следната табела.

Табела бр. 67 - Вредносни параметри, посебности и развојни придобивки за заштита и унапредувањето на животната средина како основа на одржливиот развој на туризмот

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
- Статус на УНЕСКО	- Светско богатство на форми и содржини	- Предизвик да се сочува и унапредува статусот на светско природно и културно наследство како туристичка атракција од највисок ранг
- Охрид - Преспа	- Единство на широк тектонско езерски еколошки простор	- Можност за креирање еко-туристички производи од регионален и меѓународен карактер
- Дримски регион	- Уникатен сложен орографски и хидролошки систем со застапеност на различни и атрактивности	- Комплексна туристичка понуда на различни езерски, изворски, речни, подземни и површински гео-форми, заштитени целини, капацитет за различни производ.
- Национален Парк Галичица	- Еден од трите национални паркови во државата	- Туристичката посета станува основа за финансирање на паркот. Креирање на туристички производи од еко, планински, активен, езерски, културен и едукативен карактер.
- Острово и извори Св. Наум	- Редок феномен на заезерено извориште со сублакустриски извори естетски и куриозитетни својства	- Пријатен престој на туристите, користење на едукативни и еколошки компоненти
- Билјанини Извори	- Една од најуредените препознатливи и опеани икони на Охрид	- Ретки се туристите кои го посетуваат Охрид, да не дојдат на овие извори со монументални, едукативни и научни атрактивни својства
- Студенчишко Блато	- Едно од ретките сочувани мочуришта во РСМ.	- Едукативна и научна вредност, можност за уредување и туристичко презентирање
- Чинар – Споменик на природата	- Монументална и импозантна препознатливост на Охрид	- Културна, едукативна, научна и социјална атрактивност
- Расадник	- Објект во функција на хортикултурно уредување	- Уреден град во функција на пријатен престој на туристите
- Паркови и зеленило	- Проширена застапеност на цветна и дендролошка партерна уреденост	- Прошетки и одмор на туристите
- Комунална хигиена	- Чист град	- Основа за развој на туризмот, преку селекција и рециклирање на сметот
- Водовод и одводни системи	- Воспоставен урбан систем на функционирање на градот	- Создадени услови за квалитетен живот на населението и туристите
- Колекторски систем	- Единствен пример на сочуван акваториум од вакви размери во РСМ	- Отворена можност за прошетки, набљудување, одмор и капење во чиста вода



Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
- Уредено корито Лескајца-Воска	- Од долгогодишен загадувач, до уреден кеј	- Прошетки и одмор
- Заштита на шумски целини	- Почит кон шумското богатство, заштита од сечи, пожари и други нарушувања	- Престој во шумска средина со засенети делови, етерија, одмор на очите, пријатни звуци и тонови, едукативни и научни активности, активен туризам
- Органско производство	- Ретка средина со пиетет кон здрава храна	- Можност за еко угостителска понуда
- Локации за видиковци	- Места со ретки визури на панорами и пејзажи	- Уредување и опремување на локации за видиковци
- Простор за идна заштита	- Широк капацитет на простор и недоволно искористени простор- ни ресурси	- Збогатување на квалитетот на живот и престој на туристите и туристичката понуда во функција на анулирање на мас. концентрација на туристи

#### 6.2.4 Оптимална вклученост на локалната заедница

Развојот на туризмот во Општина Охрид се темели на оптималната вклученост на локалната заедница во процесите кои водат кон подобрување на состојбите. Поради тоа, таа претставува еден од основните столбови. Во основа, развојот на туризмот подразбира вклученост на рецепиентното население во креирањето на туристичките политики, кооперативноста со другите туристички ресурси, непосредно давање услуги и поддршка на заедничките активности на сите засегнати страни. Без оваа вклученост не е можно да се креира туристичка политика и да се преземаат чекори од стратемиска важност. Поради тоа, прифатливоста на туристите и туристичкиот развој од страна на охридската локална заедница претставува и фактор и придобивка на оваа туристичка дестинација. Како фактор делува на напредокот на современите процеси, а како последица се јавува во контекст на функционални содржини кои го облагородуваат социјалниот, економскиот, просторниот и политичкиот напредок на локалната заедница и средина. Оптималноста подразбира вклученост на широк спектар на учесници. Тоа се оние што даваат услуги како непосредни засегнати страни и тоа е широка популација која својот однос кон туристите го негува во рамките на своите егзистенцијални основи и како дел од широкиот систем на взаемна поврзаност на туризмот со другите дејности. Локалната заедница е определена како заедница која ја опфаќа популацијата во охридската општина и заедницата чии непосреден развоен интерес е во врска со туризмот.

Овие вредности се интерпретирани во следната табела. Тие ги содржат стандардните својства.

Табела бр. 68 - Вредносни параметри, посебности и развојни придобивки за оцена на оптималната вклученост на локалната заедница

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
- Традиција на туризмот	- Најдолга во РСМ	- Континуитет и конзистентност во развојот
- Гостопримство	- Темелна вредност за развој на туризмот	- Привлекување на туристи со тоа дека се добредојдени
- Самопочит кон своја култура (однесувања обичаи, навики )	- Неповторливо на друго место освен како охридско	- Препознаен квалитет
- Едукација (формална и неформална)	- Најбројна и најквалитетна во државата	- Основа за развој на управување и бизнис активности во туризмот
- Колегијалност и кооперативност	- Давање поддршка на другите во туризмот	- Концентрација на различни знаења, вештини и финансиски можности
- Ревитализација на стари градби објекти за сместување	- Ретко богатство на капацитети кои без туристи би пропаднале	- Збогатување на туристичката понуда
- Уредување на вишок станбен простор	- Најголем број на станоиздавачи во РСМ	- Перманентно квантитативно зголемување и квалитативно подобрување на туристичката понуда и јакнење на конкурентност
- Различна социјална понуда	- Отворени можности за другарување, пријателства, меѓусебно разбирање	- Опфат на хетерогена туристичка клиентела која бара ваква понуда
- Хигиенски услови	- Хигиена како дел од охридската култура	- Основа за одржлив развој
- Проширување на угостителски капацитети	- Перманентно подобрување на квалитетот на услугите и бројот на легла	- Можност за широк избор и зголемена конкурентност
- Здравствена заштита	- Здравствени центри со услуги познати во земјата и странство	- Санирање на болни и можност за здравствен туризам
- Осигурителни служби	- Конкурентни друштва за осигурувања на ресурсите и средствата	- Зголемена сигурност во посетата и престојот
- Безбедност во планини	- Најразвиена спасителска служба во РСМ	- Зголемена посетата и престојот на планина
- Безбедност на плажи	- Најразвиена спасителска служба во РСМ	- Зголемена сигурност при капење, спортови на вода и сончање
- Туристичко посредување	- Долга традиција на делување	- Креирање на конкурентни туристички производи
- Туристичко водење	- Организирано друштво на туристички водичи	- Квалитетна презентација на туристичките вредности
- МВР и агенции за обезбедување	- Заштита од криминал	- Зголемена сигурност во посетата и престојот
- Склоност на населението кон туризмот	- Високо ниво на вклучување во туристичкиот и угостителски бизнис	- Можност за широк избор и зголемена конкурентност
- Промоција на туризмот	- Донесување годишни програми	- Промоција на туризмот во земјата и странство
- Уредување на двориштето	- Востановена награда за најдобро уредено двориште	- Привлечен градски амбиент

Вредносни параметри	Посебност	Развојни придобивки/претпоставки
- Пријава и категоризација	- Успешна вклученост во државниот систем за пријавување гости и категоризација на сместувачки капацитети	- Деловна сигурност за туристичките агенции и туристите
- Проткајување на култури	- Широк простор за културна размена	Привлечна комуникативност
- Локални производи	- Брендираны производи	Привлечна препознатливост и гаранција за квалитет
- Учество во управувањето со туризмот во општината	- Формирање на ДМО и кластер	- Успешна организација и настап пред туристичката публика

### 6.3 Видови туризам кои генерираат значителна побарувачка низ светот и потребните специфични предуслови за секој од нив

Стратегиските развојни определби подразбираат специфични видови туризам кои се основа за креирање туристички производи. Тие се насока кон која се стреми туристичката политика. На туристичкиот пазар различните туристички производи се идентификуваат според своите посебности и така ја определуваат тематската рамка. Исто така, тие се дел од комбинирани тури со можност за вклучување во комплексна, конкурентна и за туристите прифатлива креативност на Охрид како престижна туристичка дестинација. Диференцијацијата се базира на критериумската определба, а се изразува преку активностите кои ги опфаќа. Во овој стратегиски приод определени се оние типолошки форми кои во светот генерираат значителна побарувачка. При тоа треба да се води сметка за можностите што ги има општината.

Систематизацијата на видови туризам во Охрид нивните активности, локациските услови и можностите за унапредување се дадени во следната табела.

Табела бр. 69 – Систематизација на видови туризам со активности, локациски услови и можности за унапредување

Вид туризам	Критериумска основа	Активности	Локации	Унапредување на состојбите
Рекреативен (активен)	Туристичка потреба: <i>Здравје и рекреација</i>	Прошетки, разгледување одмор во природа, пешачење, велосипедизам	Вода и крајбрежје на Охридското Езеро, планини Галичица, Петрино и Плаќенска Планина, рамничарски патеки (Охрид-Подмоље)	Проширување, обележување и одржување на патеките
Спортски	Потреба за <i>натпревар и победување</i>	Натпреварување и набљудување на натпреварите	Спортско-рекреативен центар Билјанини Извори и стадион Грашница, Маратонска водена и атлетска патека, патеки за спортови на вода	Проширување на спортските терени, уредување на стадионот Грашница, обележување на патеките

Вид туризам	Критериумска основа	Активности	Локации	Унапредување на состојбите
Адреналински	Критериум на атрактивност:  <i>Потреба од возбуди</i>	Искачување на карпи, тренинзи, натпреварувања	Трпејца, Канео	Обележување и опремување
		Параглајдинг	Галичица	Уредување на полетиште
		Аеромитинзи, летови со балони, падобрански скокови,	Аеродром Св. Апостол Павле	Организациско унапредување
Езерски	Критериум на атрактивност:  <i>Водата и брегот како рекреативен атрибут, убавина и посебност</i>	Капење и сончање, прошетки по брегот, подводни активности, риболов	Охридско Езеро	Уредување и одржување на хигиената плажите и расчистување на смет околу нив
		Активен одмор, медитација Набљудување на истек на извориштето и рибите, едукативни активности	Острово	Определување на плато за презентација на хидролошките системи
Планински	Критериум на атрактивност:  <i>Рекреација, естетика, реткости</i>	Планинарење, алпинизам, планински велосипедизам, логорувања, излети, пикници, собирање плодови, лов, фотографирање, панорамско разгледување, настава во природа, планинско јавање	Галичица, Плаќенска Планина и Петрино	Сигнализација, уредување и опремување на локации за престој и одмор, унапредување на ловниот фонд, уредување и опремување на видиковци, организирање школо во природа, унапредување на сточен фонд
Еко	Критериум на атрактивност:  <i>Заштита на животната средина</i>	Престој во недопрена природа, посета на паркот и заштитени средини и објекти, едукативни и научни активности, еко-сместување, органска храна, фотографирање	Национален Парк Галичица, Охридско Езеро, планини Петрино и Плаќенска Планина, Студенчишта Чинар, еко-комплекс Опеница	Уредување и опремување, сигнализација, промоција, поддршка на еко сместување, поддршка за органско производство
Рурален	Критериум на атрактивност:  <i>Традиционален живот, производство и култура</i>	Учество во креативни активности, посета на воденици, едукативни и научни престој јавање, обичаи, карневал и свечености, сувенири	Куратица, Речица, Скребатно, Плаќе	Сигнализација и визуализација, организирање посети, креативни работилници, школи во природа, поддршка на унапредувањето на сточниот фонд, традиционално земјоделство, реновирање стари куќи за сместување, поддршка на најдобра маска и изработка на сувенири

Вид туризам	Критериумска основа	Активности	Локации	Унапредување на состојбите
Градски	Критериум на атрактивност: <i>Урбан живот</i>	Шопинг, прошетки и разгледувања, ноќен живот и забави, културен живот	Град Охрид, чаршија, пазар	Поддршка на трговија со туристички производи, донесување на уредби за ред во однесувањето, воведување забавни анимациони активности на отворено
Културен	Критериум на туристичка потреба: <i>Превладително духовна потреба</i>	Посети на културно наследство, културни манифестации, манастирски живот	Стар град, Св. Еразмо, Св. Стефан, Пештани, Св. Наум	Сигнализација и визуализација
Гастрономски	Критериум на основна потреба	Посета на ресторани со специјалитети (риба на охридски и пештански начин), користење брендирани охридски производи (цреша, домати), (вино, макало), црешова ракија	Град Охрид, Пештани, Велгошти, Куратица	Проширување на брендови, промотивни кампањи, изготвување на публикации за овој вид туризам

#### 6.4 Придобивки од развојот на туризмот за дестинацијата

Туризмот како феномен пројавува функционални карактеристики. Тоа значи дека од развојот на туризмот на одредена територија произлегуваат бројни последици врз различните сфери: социо-економска, културна, политичка, психолошка и еколошка сфера. Последиците можат да бидат позитивни или негативни по својата природа. Во стратешките развојни насоки треба да се бараат начини за максимирање на позитивните, како и минимизирање или отстранување на негативните последици. Поради тоа во рамките на оваа Стратегија во овој дел се разгледуваат бенефитите кои произлегуваат од развојот на туризмот на територијата на Општина Охрид како туристички простор. Поконкретно, во продолжение се анализирани економските, социјалните, културните, политичките бенефити, како и бенефитите кои се однесуваат на животната средина.

##### 6.4.1 Економски бенефит

Врз основа на претходно направените анализи може да се пресмета приходот во Општина Охрид од развојот на туризмот. Во следната табела се дадени приходите од туризмот на национално ниво, но и просечната вредност на трошок по остварено ноќевање.

Табела бр. 70 - Приходи остварени од туризам и просечен дневен трошок по ноќевање

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Македонија (приходи мил US\$)	242	237	270	298	268	283	331	387	408
Остварени ноќевања – МКД	2173034	2151692	2157175	2195883	2394205	2461160	2775152	3176808	3262398
Дневен трошок по ноќевање (US\$)	111	110	125	136	112	115	119	122	125

Податоците за 2019 година во претходната табела не се дадени во базата на светската банка, па направена е интерполација на вредностите на просечниот дневен трошок по ноќевање врз основа на податоците од последните пет години и добиена е очекуваната вредност за приходите на национално ниво од туризмот за 2019 година. Просечната вредност за целиот анализиран период на дневниот трошок по ноќевање е 119\$.

Во следната табела се дадени остварените ноќевања во Општина Охрид по години и приходите кои се остварени од овие ноќевања.

Табела бр. 71 - Приходи во Општина Охрид од туризам по години и учество во вкупниот приход

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Охрид (приходи мил US\$)	90	91	100	103	92	95	116	126	138
Остварени ноќевања – Охрид	810795	823666	796048	754048	818175	830333	937041	1034858	1101563
Дневен трошок по ноќевање (US\$)	111	110	125	136	112	115	119	122	125
Процент од националните приходи за туризам	37,2	38,2	36,9	34,4	34,3	33,6	35,0	32,6	33,8

Врз основа на податоците од претходната табела може да се види дека приходите од туризам во Општина Охрид се движат од 90 до 138 милиони американски долари во последните десет години. Учеството на Општина Охрид во вкупниот приход на национално ниво е повеќе од една третина од вкупните приходи, со исклучок на 2018 година кога тој процент е нешто помал, односно изнесува 32,6%.

Според методологијата на пресметка на резултатите за податоците за приходи дадени од Светската банка се однесуваат на директните и индиректните трошоци, не се пресметани само индуцираните трошоците<sup>10</sup>.

Врз основа на анализата направена за потребите на студијата: „Економска анализа за поединечни економски гранки на Општина Охрид и деловните можности за развој“<sup>11</sup> за потребите на Општина Охрид учеството на стопанските дејности во БДП оди по следниот редослед: Трговија на големо и трговија на мало, поправка на моторни возила и мотоцикли со 30,83% (7 880,94 мил. денари), Преработувачка индустрија 23,58% (6 028,59 мил. денари),

<sup>10</sup> <https://databank.worldbank.org/reports.aspx?source=2&series=ST.INT.ARVL&country=#>

<sup>11</sup> [https://ohrid.gov.mk/wp-content/uploads/2017/08/Ekonomaska\\_analiza\\_poedinecni\\_ekonomski\\_granki\\_delovni\\_moznosti\\_Opstina\\_Ohrid.pdf](https://ohrid.gov.mk/wp-content/uploads/2017/08/Ekonomaska_analiza_poedinecni_ekonomski_granki_delovni_moznosti_Opstina_Ohrid.pdf)

Транспорт и складирање 9,02% (2 306,16 мил денари) и Градежништво 8,06% (2 059,64 мил денари). Оваа анализа е направена за 2016 година. Во истата година приходите од туризам се 92 милиони US\$ или 5 225 милиони денари.

#### 6.4.2 Социјален бенефит

Резултатите интерпретирани во овој дел се преземени од многу поголемо комплексно истражување за „Проценка на мислењето на локалното население за квалитетот на живеење во Охрид“. Во јануари 2020 година анкетирани се по случаен избор 630 жители на Охрид кои живеат на различни локации. Примерокот е во целост репрезентативен според пол ( $\chi^2 = 1.87344$ ,  $df = 1$ ,  $p > 0.01$ ) и возраст ( $\chi^2 = 10.40174$ ,  $df = 5$ ,  $p > 0.01$ ). Испитаниците одговараа со избор на влијание според Ликерт-ова скала, каде 1=силно не се согласувам, до 5=силно се согласувам.

Оригиналниот прашалник содржи 36 прашања за различни аспекти кои влијаат на квалитетот на живеење во туристичка дестинација согласно Европскиот систем за туристички индикатори. Извлечени се 7 прашања кои ги опишуваат социјалните аспекти од развојот на туризмот во Охрид. Направена е факторска анализа и идентификувани се 3 фактори, при што:

1) Првиот идентификуван фактор опишува „Позитивни социјални влијанија“ и се состои од следните прашања:

- Туризмот ги подобрува можностите за шопинг, ресторани и забава;
- Жителите имаат полза од туризмот и туристите; и
- Заради туризмот, квалитетот на јавните услуги е подобар (полиција, комунална хигиена, градски превоз, јавно здравство,...).

2) Вториот идентификуван фактор опишува „Социјални конфликти“ и се состои од следните прашања:

- Туризмот води до конфликти помеѓу туристите и жителите; и
- Заради туризмот во Охрид, криминалот е во пораст.

3) Третиот идентификуван фактор опишува „Комунални проблеми“ и се состои од следните прашања:

- Туризмот го зголемува бројот на дивоградби (хотели покрај езерото, ресторани во стариот дел од градот,...) и
- Развојот на туризмот предизвикува сообраќајни проблеми во Охрид.

Табела бр. 72 - Збирен преглед на резултати од Фактор 1 „Позитивни социјални влијанија“ (n=630)

Одговор (%)	Прашање		
	Туризмот ги подобрува можностите за...	Жителите имаат полза од туризмот и туристите.	Заради туризмот, квалитетот на јавните услуги е подобар...
1 = Силно не се согласувам	2,4	1,9	11,6
2 = Не се согласувам	6,3	4,8	24,3
3 = Неутрално	12,9	7,8	17,6
4 = Се согласувам	28,4	29,7	25,6
5 = Силно се согласувам	50,0	55,9	21,0

Сопствени пресметки

Табела бр. 73 - Збирен преглед на резултати од Фактор 2 „Социјални конфликти“ (n=630)

Одговор (%)	Прашање	
	Туризмот води до конфликти помеѓу туристите и жителите.	Заради туризмот во Охрид, криминалот е во пораст.
1 = Силно не се согласувам	22,1	10,6
2 = Не се согласувам	35,7	26,0
3 = Неутрално	22,9	24,4
4 = Се согласувам	11,6	20,3
5 = Силно се согласувам	7,8	18,6

Сопствени пресметки

Табела бр. 74 - Збирен преглед на резултати од Фактор 3 „Комунални проблеми“ (n=630)

Одговор (%)	Прашање	
	Туризмот го зголемува бројот на дивогорадби...	Развојот на туризмот предизвикува сообраќајни проблеми во Охрид.
1 = Силно не се согласувам	4,1	4,3
2 = Не се согласувам	9,7	11,3
3 = Неутрално	8,6	17,3
4 = Се согласувам	24,8	31,9
5 = Силно се согласувам	52,9	35,2

Сопствени пресметки

Резултатите се дискутирани во три насоки согласно идентификуваните фактори на влијание врз социјалните аспекти од развојот на туризмот во Охрид.

1. Жителите на Охрид оценуваат дека развојот на туризмот предизвикува позитивни социјални влијанија (Фактор 1). Поконкретно:
  - Повеќе од две третини од испитаниците (78,4%) сметаат дека заради туризмот, Охрид нуди подобри можности за шопинг, ресторани и забава. За разлика од нив, само мал дел (8,7%) не се согласуваат со тој факт. Имајќи предвид дека овој вид услуги покрај туристите ги користи и локалното население, може да се очекува поддршка од жителите во унапредување на развојот на туризмот;
  - 85,6% од испитаниците (силно) се согласуваат дека жителите имаат полза од туризмот и туристите. Наспроти нив, силно не се согласуваат исклучително многу мал дел (само 1,9%) заедно со 4,8% кои не се согласуваат. Фактот дека доминантен



дел од испитаниците позитивно оценуваат дека имаат полза од туризмот и туристите, укажува дека туризмот е исклучително значаен за развој на Охрид; и

- Не е можно да се извлече конкретен заклучок по однос на прашањето дека заради туризмот, квалитетот на јавните услуги во Охрид е подобар, бидејќи постои шареноликост во дистрибуцијата на одговорите. Имено, иако речиси половина од испитаниците (46,6%) (силно) се согласуваат, постои голем број (35,9%) кои (силно) не се согласуваат, и речиси една петтина од испитаниците се неутрални (17,6%). Ова укажува дека има простор за подобрување на јавните услуги (полиција, комунална хигиена, градски превоз, јавно здравство, итн.), а со тоа подобрување на квалитетот на живеење на локалното население, но и поквалитетен престој на туристите и посетителите.

2. Жителите на Охрид имаат различна оценка по однос на „Социјалните конфликти“ (Фактор 2) кои ги предизвикува развојот на туризмот. Поконкретно:

- Повеќе од половината испитаници (57,8%) (силно) не се согласуваат дека туризмот води до конфликти помеѓу туристите и жителите, што упатува на констатација дека Охрид е гостопримлива туристичка дестинација. Сепак, не смее да се занемари дека речиси една петтина од испитаниците (19,4%) (силно) се согласуваат заедно со повеќе од една петтина испитаници (22,9%) кои се неутрални во својата оценка. Тоа укажува дека сепак постои простор за подобрување на односите помеѓу домаќините (локалното население) и туристите; и
- Не е можно да се извлече конкретен заклучок по однос на прашањето дека заради туризмот во Охрид, криминалот е во пораст, поради речиси идентична дистрибуција на одговорите. Имено, 36,6% од испитаниците оценуваат дека (силно) не се согласуваат со тој факт, наспроти речиси идентичен број (38,9%) кои (силно) се согласуваат. Воедно, дури 24,4% од испитаниците се неутрални. Ова прашање иницира потреба од дополнително набљудување на аспектите за безбедност и сигурност во Охрид како туристичка дестинација.

3. Жителите на Охрид оценуваат дека развојот на туризмот предизвикува комунални проблеми (Фактор 3). Поконкретно:

- Значително голем дел од испитаниците (77,7%) (силно) се согласуваат дека развојот на туризмот го зголемува бројот на дивогорадби. Само 13,8% од испитаниците (силно) не се согласуваат со тоа дека заради туризмот засилено се градат нелегални хотели покрај езерото, ресторани во стариот дел од градот и сл. Воедно, мал дел (8,6%) од испитаниците се неутрални во оценката и
- Повеќе од две третини од испитаниците (67,1%) (силно) се согласуваат дека развојот на туризмот предизвикува сообраќајни проблеми во Охрид, што укажува дека Охрид има мал капацитет кој не може да опслужи посебно во главната туристичка сезона. Од друга страна, 15,6% од испитаниците (силно) не се согласуваат со тоа, а 17,3% имаат неутрално мислење, што остава простор за

дополнително размислување дека не мора туризмот да е главниот виновник за сообраќајниот метеж во градот.

Од деталната факторска анализа се заклучува дека генерално, развојот на туризмот во Охрид има позитивни социјални влијанија (во смисла на подобри можности за шопинг, ресторани и забава, и полза од туристите), но не може да се извлече конкретен заклучок по однос на прашањето дека заради туризмот, квалитетот на јавните услуги во Охрид е подобар. Воедно, не постојат социјални конфликти помеѓу жителите и туристите, но не може да се извлече конкретен заклучок по однос на прашањето дека заради туризмот во Охрид, криминалот е во пораст. Од друга страна, сепак, развојот на туризмот во Охрид предизвикува и негативни социјални влијанија во смисла на комунални проблеми (голем број дивоградби и сообраќајна гужва).

#### **6.4.3 Бенефит за животната средина**

Развојот на туризмот на општината Охрид како туристичка дестинација не само што се темели на просторните вредности туку тој делува на просторот. Со неговото влијание просторот се менува. Така се релативизира резистентноста на просторните елементи под влијание на туризмот.

**Бенефитот се очекува во емитивните сфери на туризмот на општината.** Тој емитивната сфера се огледаат во тоа што во неа се внесуваат туристички содржински елементи на понудата на Охрид, кои на овој простор му даваат нова физиономија со содржини што ги пласираме.

- *туристичките агенции кои го нудат Охрид се дел од урбаната содржина.* Охрид се афирмира преку светлечките реклами на агенциите и отворените излози. Деловните објекти претставуваат чинител кој делува да се добие специфична урбана композиција во која фигурира туристичката понуда на Охрид

- во емитивната средина се внесуваат **туристички информативни и промотивни содржини.** За таа намена се користат рекламните паноа кои се внесуваат во урбаните центри. Исто така, за оваа намена се користат и деловните и станбените објекти на кои се внесуваат мотиви со туристички содржини од Охрид како туристичка дестинација. Во овие средини за промотивни туристички содржини се користат и сообраќајните средства. Тоа се средствата во јавниот превоз на кои им се ставаат пропагандните содржини и посебни средства кои се користат да се добијат визуелни и аудитивни ефекти од туристичката содржина од општина Охрид. Развојот на туризмот не само што се темели на просторните вредности туку тој делува на просторот. Со неговото влијание просторот се менува. Така се релативизира резистентноста на просторните елементи под влијание на туризмот. Функционалниот карактер на туризмот во оваа смисла може да се прати во сите негови просторни сфери.

Промените во емитивната сфера се огледаат во тоа што во него се внесуваат туристички содржински елементи, кои на овој простор му даваат нова физиономија.

Посебно тоа се однесува на централните и фреквентните просторни целини во урбаната средина. Во него се јавуваат следниве интервенции:

- бројни **туристички агенции се дел од урбаната содржина**. Светлечките реклами на агенциите и отворените излози на деловните објекти претставуваат чинител кој делува да се добие специфична урбана композиција.

- во емитивната средина се внесуваат **туристички информативни и промотивни содржини**. За таа намена се користат рекламните паноа кои се внесуваат во урбаните центри. Исто така, за оваа намена се користат и деловните и станбените објекти на кои се внесуваат мотиви со туристички содржини. Во овие средини за промотивни туристички содржини се користат и сообраќајните средства. Тоа се средствата во јавниот превоз на кои им се ставаат пропагандните содржини и посебни средства кои се користат да се добијат визуелни и аудитивни ефекти од туристичката содржина. Така самата урбана средина добива нови елементи и го афирмира Охрид.

Во комуникативната сфера исто така се присутни бенефити од промени по животната средина. За туристичка намена **се градат нови комуникациски содржини**. Во Охрид во овој период се очекува да се создадат инфраструктурни содржини како на пример паркинзи, обележени патишта и унапредени аеродромски услуги.

- сообраќајните средства на релациите кои ги поврзуваат емитивната со рецептивно-атрактивните средини се користат на сличен начин како во урбаната средина. На нив се редат **пораки со туристички содржини**. Така комуникациските средства добиваат нова физиономија и. -трансформацијата на комуникацискиот простор се огледа во **бројните паноа и билборди** и други средства кои се поставуваат покрај комуникациите на кои се внесуваат туристички содржини.

Меѓутоа, посебно забележителна трансформација на просторот е присутна во рецептивно-атрактивната сфера на Охрид. Развојот на туризмот условува промени на просторните елементи. Туризмот ги валоризира елементите на просторот така што тие добиваат нови функционални карактеристики.

Промените во просторот под влијание на туризмот треба да се набљудуваат низ следните форми:

- преку развојот на туризмот просторот добива **афирмација и популаризација**. Многу непознати простори во општината Охрид својот просперитет го гледаат со помош на туристичкиот развој;

- туризмот врши **витализација на постојните елементи**, кои не се наоѓаат во некоја посебна функција;

- во просторот се внесуваат **нови просторни содржини**. Планините добиваат скијачки терени и видиковци, се градат сместувачки капацитети и неопходна инфраструктура. Крајбрежните простори се карактеризираат со уредени плажи и опрема, како и

просторни целини кои во оваа смисла добиваат соодветна супраструктура и инфраструктура, така што се воспоставува нова просторна физиономија;

- карактеристично е приспособувањето на **вишокот станбен простор** кон потребите за туристичка намена. Така се менуваат не само ставовите во врска со приемот на туристи како гости туку и начинот на домување, уредување на екстериерите и ентериерите. Се менува изгледот на куќите и се внесуваат содржини кои ќе овозможат задоволување на туристичките потреби;

-развојот на туризмот го **спречува отселувањето на жителите** на определени средини од местото на постојано живеење. Со помош на туризмот се спречува популационата девастација на определени средини. И не само тоа туку мошне забележителна е појавата на ремиграција па дури и имиграција. Викендички и вили се градат како во местата од кои потекнуваат предците на туристите, така и во сосема нови средини со туристички вредности;

- туризмот се јавува во улога на **заштита на елементите на просторот** затоа што само заштитените и хуманизираните простори го привлекуваат вниманието на туристите. Туристите нема да го посетат определен простор, ако тој е деградиран и девастиран;

- во рецептивно-атрактивната сфера се присутни **туристички промотивни содржини**. Тие се присутни како во сместувачките капацитети, така на улиците и плоштадите;

- Охрид како туристичка дестинација е карактеристична по **зголемената трговска размена**, но и по специфичната понуда за туристичка намена. Како пример можат да се наведат продажбите на прибори за капење во капалишните центри, сувенирите, разгледниците и слично. Така се добива специфична туристичка просторно-трговска физиономија во овие средини и

- мирните селски средини со помош на туризмот се трансформираат во средини со **енормна зголеменост на фреквентноста, содржајност и динамичност**.

#### 6.4.4 Културен бенефит

Културните придобивки од туризмот се огледаат во зголемувањето на нивото на информираност, облагородување на личноста и нејзино унапредување. Ова се однесува како на туристите, така на рецепиентното население. Со туристичката активност се овозможува запознавањето на појавите и односите да биде изворно. Така се создава можност за туристот да ги доживее културните вредности како свои. Тие се одразуваат на човековата личност како фактор на збогатување и зголемување на нивото на култура. Остварувајќи културни контакти со луѓе кои припаѓаат на различни цивилизации туристот и давателот на услуги доживуваат посебно духовно задоволство. Врз база на тоа нивото на креативност кај туристите се зголемува така што тој ја користи културата. Културната функција на туризмот се огледа во нивото на културата на туристот, давателот на услуги и рецепиентното население. Тие се наоѓаат во постојан културна корелација.

Културната придобивка на туризмот треба да се сфати како можност за размена на надградби на различни нивоа. Тоа значи дека културната функција на туризмот е содржана во можноста да се менуваат културите кои учесниците во туристичката активност ги поседуваат.

Туризмот овозможува да се збогати квалитетот на живот со нови содржини. Оваа придобивка се огледа во тоа што со помош на туризмот се гради хуман однос кон другите лица, кон природата, општествените односи и кон себеси.

Културната придобивка на туризмот подразбира создавање на туристичка култура, како индуктивна компонента. На тој начин културната функција на туризмот се јавува како фактор кој ќе овозможи омасовување на туризмот и квалитативно негово определување. Ова треба да се сфати во контекст на културната туристичка сатурација

#### **6.4.5 Политички бенефит**

Политичките придобивки од туризмот се манифестираат во влијанијата кои ги има на домашен и меѓународен план.

На домашен план политичката функција на туризмот се огледа во местото и улогата кои ги има во јакнењето на љубовта кон Охрид како отворена и гостопримлива општина. Тоа значи дека низ туристичката активност се поттикнува и унапредува меѓусебната почит како на населението така на посетителите без оглед на верската и националната припадност. Унапредувањето на патриотските чувства се постига со запознавање на природното и антропогеното богатство што го има оваа туристичка дестинација. Преку туризмот се откриваат вредности кои индивидуата не ги познавала. Во Франција на унапредување на патриотските чувства стои максимата “да го запознаеме Охрид како лулка на писменоста и добронамерноста”. Туризмот е најдобар можен начин да се сплотат различните туристички определби.

Во рамките на откривањето на вредностите на Охрид стои и народното творештво. Така туристите си ја осмислуваат креативноста на својот народ со што се унапредуваат покрај патриотските и родољубивите чувства. Туризмот овозможува луѓето меѓусебно да комуницираат. Во рамките на домашниот туризам со непосредното контактирање се запознава својот народ. Така тој се зближува создавајќи услови за меѓусебна почит што како крајна политичка димензија го определува унапредувањето на родољубието. Многу повеќе ќе се сака својот народ ако тој подобро се познава низ призма на вредностите на Охрид.

Во голем број земји покрај народот на кој му припаѓа државотворноста живеат и делови на други народи. Често се случува да се јави антагонизам на етничка основа. Во оваа смисла, комуницирањето и контактирањето низ туризмот во Охрид може да биде во функција на меѓунационална, меѓуконфесионална и расна толеранција. Туризмот може да овозможи подобро разбирање на различните општествено-економски и историски односи меѓу популациите кои живеат во една држава. Туризмот се наоѓа во функција на нивно зближување.

Во поглед на меѓусебните односи на народите на меѓународен план туризмот делува како и во домашни рамки. Преку туризмот доаѓа до запознавање на различни народи и култури, со што се создава позитивен однос кон другите народи. Луѓето од различни држави преку туризмот подобро се разбираат така што туризмот претставува еден од глобалните фактори на светскиот мир.

Охрид е туристичка дестинација во која се прават напор за полесна флукуација на туристичката клиентела, за тоа што на тој начин ќе може да се шири мирот во Светот. Охридски интерес е дека треба што е можно повеќе да ги отворат можностите за доаѓање на туристи и да ги отклонат процедурите и административните пречки кои се јавуваат во овој контекст.

Значењето на политичките придобивки е содржано и во Декларацијата за меѓународниот туризам усвоена на светската конференција за туризам во Манила во 1980. Таа гласи: "Во општите напори за остварување на новиот меѓународен економски поредок, туризмот може, под адекватни услови да одигра позитивна улога во понатамошната соработка, меѓусебното разбирање и солидарност меѓу сите земји". Ова се однесува и на градови и локалитети со туристички развојни карактеристики кои ги поседува општината Охрид

## **7. Мисија, визија, основна цел и клучни стратешки цели за идниот туристички развој на Општина Охрид (постоечка состојба и препораки)**

За изработување на оперативните мерки и активности кои треба да загарантираат успешен развој на туризмот во наредниот период, треба да се определат мисијата и визијата на оваа Стратегија. Дефинирањето на мисијата и визијата дозволува определување на основната и клучните стратешки цели. Од нив произлегуваат конкретизираните акции за преземање во наредниот период со точно дефиниран буџет и носители.

### **7.1 Мисија на туризмот во Општина Охрид**

Општината Охрид на туризмот го прифаќа како приоритетна дејност која е во функција на поттикнување на вкупниот општествен и економски развој.

### **7.2 Визија на туризмот во Општина Охрид**

Туризмот во Општина Охрид во планскиот период треба да обезбеди одржлив развој изразен преку заштита и унапредување на природното и културното наследство, а со селективноста и алтернативноста да овозможи социо-економски придобивки и да биде препознатлив на највисоко ниво во национални и меѓународни рамки.

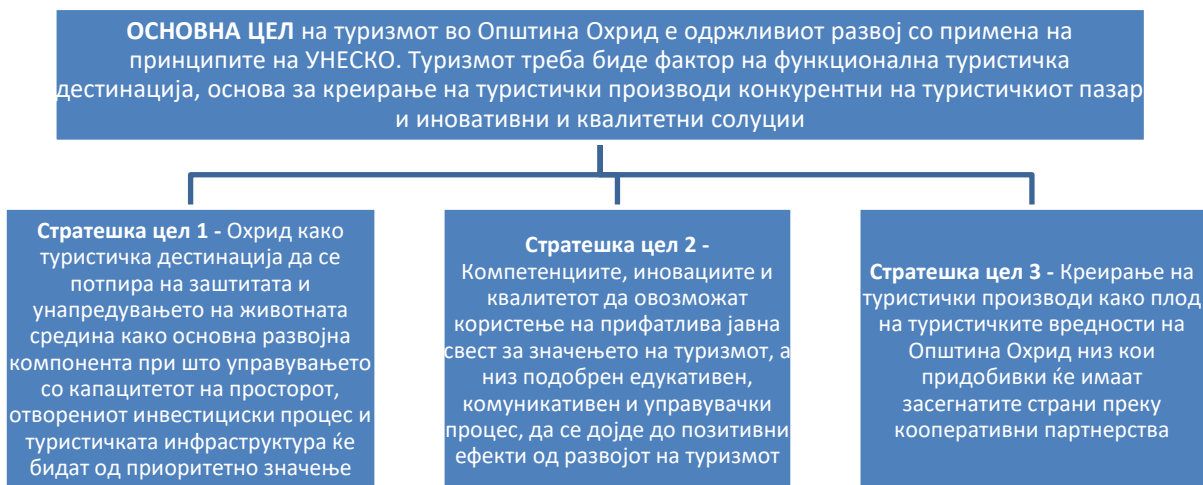
### 7.3 Основна цел на туризмот во Општина Охрид

Основната цел на туризмот во Општина Охрид е одржливиот развој со примена на принципите на УНЕСКО. Туризмот треба биде фактор на функционална туристичка дестинација, основа за креирање на туристички производи конкурентни на туристичкиот пазар и иновативни и квалитетни солүции.

### 7.4 Клучни стратешки цели на туризмот во Општина Охрид

Клучните стратешки цели произлегуваат од зацртаната мисија на Општина Охрид во областа на туризмот, согледаната визија и дефинираните основни цели. Имајќи во предвид дека одржливиот развој се темели на претпоставките на развиена туристичка дестинација во која содржинските елементи овозможуваат иновативност и креативност во создавањето на туристички производи кои се основа за прифатливост на туристичкиот пазар како и тежнеењето кон дисперзија на туристичката клиентела во услови на масовна посетеност дефинирани се следниве клучни стратешки цели:

- 1) Охрид како туристичка дестинација да се потпира на заштитата и унапредувањето на животната средина како основна развојна компонента при што управувањето со капацитетот на просторот, отворениот инвестициски процес и туристичката инфраструктура ќе бидат од приоритетно значење.
- 2) Компетенциите, иновациите и квалитетот да овозможат користење на прифатлива јавна свест за значењето на туризмот, а низ подобрен едукативен, комуникативен и управувачки процес, да се дојде до позитивни ефекти од развојот на туризмот.
- 3) Креирање на туристички производи како плод на туристичките вредности на Општина Охрид низ кои придобивки ќе имаат засегнатите страни преку кооперативни партнерства.



#### 7.4.1 Оперативни мерки и активности

<b>Стратешка цел 1 - Охрид како туристичка дестинација да се потпира на заштитата и унапредувањето на животната средина како основна развојна компонента при што управувањето со капацитетот на просторот, отворениот инвестициски процес и туристичката инфраструктура ќе бидат од приоритетно значење</b>	
<b>Оперативна мерка 1.1</b> – Трансформација на крајбрежјето	<b>Активност 1.1.1</b> Физибилити студија за уредување и опремување на постојните и нови плажи според препораките на УНЕСКО
	<b>Активност 1.1.2</b> Воведување на стандарди за користење и концесионирање на плажите
	<b>Активност 1.1.3</b> Воспоставување зелен појас во крајбрежјето
	<b>Активност 1.1.4</b> Трасирање и приспособување на пешачки и велосипедски патеки
	<b>Активност 1.1.5</b> Донесување на УПД за утврдување на локации за marina и места за приврзување на пловила
	<b>Активност 1.1.6</b> Изградба на marina и места за приврзување на пловила
	<b>Активност 1.1.7</b> Донесување програма за подобрена општа безбедност (пожари, природни непогоди), безбедност во врска со девијантни појави, здравствена безбедност, здрава храна, хигиена и спасителски активности
	<b>Активност 1.1.8</b> Донесување на програма за контрола на водни спортови
	<b>Активност 1.1.9</b> Донесување на УПД за уредување на Студенчишко блато и каналот
	<b>Активност 1.1.10</b> Уредување на Студенчишко блато и каналот според предложените зони за заштита (Студија за валоризација на Студенчишко Блато – 2020)
	<b>Активност 1.1.11</b> Уредување и опремување (со телескопи) на локации за видиковци и одмор
<b>Оперативна мерка 1.2</b> – Подобрување на сообраќајната пристапност и комуникативност	<b>Активност 1.2.1</b> Донесување Програма на стандарди за квалитет на сообраќајната инфраструктура во функција на туризмот
	<b>Активност 1.2.2</b> Сигнализација на пристапноста до туристички локалитети и објекти
	<b>Активност 1.2.3</b> Студија за воспоставување на одржлив транспорт во текот на туристичката сезона (по копно и на вода), во пандемиски услови и други вонредни состојби
	<b>Активност 1.2.4</b> План за управување со паркинг простори во туристичката сезона
	<b>Активност 1.2.5</b> Воспоставување на систем на пловила на одржлив погон
	<b>Активност 1.2.6</b> Поддршка на нискобуџетни и чартер летови
	<b>Активност 1.2.7</b> Поддршка на субвенции за туроператори во превозот на патници
<b>Оперативна мерка 1.3</b> – Подобрено управување со капацитетот на просторот	<b>Активност 1.3.1</b> Студија за определување на минимални технички услови за максимален капацитет на посетител на локалитети и објекти (мерења на бројот на посетители во локалитети и објекти)
	<b>Активност 1.3.2</b> Изработка на студија за можностите за користење на отворени простори, локалитети и објекти во согласност со стандардите и препораките на Планот за управување со природното и културното наследство на Охридскиот Регион
	<b>Активност 1.3.3</b> Донесување на Програма за спроведување на Планот за управување со природното и културното наследство на Охридскиот Регион во функција на туризмот
	<b>Активност 1.3.4</b> Имплементација на Студијата за стратемиска оценка на влијанието врз животната средина (СОВЖС) во областа на туризмот
	<b>Активност 1.3.5</b> Студија за примена на добри меѓународни практики за управување со светското природно и културно наследство во функција на туризмот
	<b>Активност 1.3.6</b> Донесување на план за надминување на проблеми во услови на изразита сезоналност



<b>Оперативна мерка 1.4</b> – Унапредување на руралните просторни целини	<b>Активност 1.4.1</b> Изработка на Регистар на даватели на услуги во рурални средини
	<b>Активност 1.4.2</b> Изработка на Студија за ставање во функција на етно-туристичкиот потенцијал
	<b>Активност 1.4.3</b> Донесување програма за активирање на вишокот станбен простор во туристички рурални средини
	<b>Активност 1.4.4</b> Донесување на План и програма за користење на фондови за поддршка на руралниот развој во функција на туризмот
	<b>Активност 1.4.5</b> Финансиска поддршка во уредувањето и опремувањето на сместувачките капацитети во руралните средини во функција на туризмот
	<b>Активност 1.4.6</b> Утврдување, обележување и опремување на тематски и комбинирани рути
	<b>Активност 1.4.7</b> Сигнализација и визуализација на туристички локалитети и објекти во рурални средини
	<b>Активност 1.4.8</b> Поддршка за унапредување на фармерското производство
	<b>Активност 1.4.9</b> Донесување програма за хербални туристички активности
	<b>Активност 1.4.10</b> Стимулирање на зголемувањето на сточниот фонд
	<b>Активност 1.4.11</b> Уредување и опремување на простор на валавици во Речица
	<b>Активност 1.4.12</b> Уредување и опремување на локации за престој на снег во рурални средини
<b>Оперативна мерка 1.5</b> – Поддршка на инвестициите во туризмот	<b>Активност 1.5.1</b> Донесување на Програма за соработка и користење на фондови за развој во функција на унапредување на туристичката инфраструктура
	<b>Активност 1.5.2</b> Донесување Програма за подобрување на инвестициската клима за европска поддршка на мали и средни претпријатија во туризмот
	<b>Активност 1.5.3</b> План за подготовка на инвестициски активности во туризмот во пост-пандемскиот период
	<b>Активност 1.5.4</b> Донесување годишни програми за јавно приватно партнерство во туризмот
	<b>Активност 1.5.5</b> Донесување на програма за поддршка во здравствениот туризам

<b>Стратешка цел 2 - Компетенциите, иновациите и квалитетот да овозможат користење на прифатлива јавна свест за значењето на туризмот, а низ подобрен едукативен, комуникативен и управувачки процес, да се дојде до позитивни ефекти од развојот на туризмот</b>	
<b>Оперативна мерка 2.1</b> – Подигнување на нивото на едукација во областа на туризмот	<b>Активност 2.1.1</b> Организирање на континуирани едукативни активности (Едукативни проекти и кампањи за населението, засегнатите страни)
	<b>Активност 2.1.2</b> Примена на протоколи за креирани туристички производи во услови на пандемија
	<b>Активност 2.1.3</b> Едукација на давателите на услуги во руралните средини
	<b>Активност 2.1.4</b> Практични обуки за општи и специјализирани туристички водичи
	<b>Активност 2.1.5</b> Организирање обуки за развој на традиционални занаети
	<b>Активност 2.1.6</b> Организирање на обуки за агенти во подготовка и пласман на туристички аранжмани
	<b>Активност 2.1.7</b> Организирање на обуки од областа на барменството
	<b>Активност 2.1.8</b> Организирање на обуки за хостеси, собарки и одржувачи на хигиена
	<b>Активност 2.1.9</b> Организирање на обуки за готвачи и послужувачи
<b>Оперативна мерка 2.2</b> – Вмрежување на засегнати страни во туризмот	<b>Активност 2.2.1</b> Воспоставување на мрежа на засегнати страни на национално, регионално и локално ниво
	<b>Активност 2.2.2</b> Вмрежување и регистрирање на засегнатите страни во туризмот во рамките на законските можности
	<b>Активност 2.2.3</b> Организирање трибини за значењето и прифатливоста на туризмот од страна на засегнатите страни
	<b>Активност 2.2.4</b> Унапредување на членството во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот
	<b>Активност 2.2.5</b> Вмрежување и поврзување со културни рути и коридори (вмрежување во систем на регионални, национални и меѓународни форми на историско наследство)
	<b>Активност 2.2.6</b> Меѓународно вмрежување во проектни активности
<b>Оперативна мерка 2.3</b> – Воспоставување на современ систем на квалитет во туризмот и неговото унапредување	<b>Активност 2.3.1</b> Воведување на стандарди за квалитет на туристичката инфраструктура
	<b>Активност 2.3.2</b> Донесување на планови за опремување и уредување во контекст на развиените системи за квалитет во туризмот
	<b>Активност 2.3.3</b> Воспоставување на систем на квалитет во областа на заштитата на животната средина во функција на туризмот
	<b>Активност 2.3.4</b> Донесување програма за системи за квалитет во туризмот
	<b>Активност 2.3.5</b> Воспоставување (стандарди?) награди за квалитет во различни сектори во туризмот
	<b>Активност 2.3.6</b> Востановување на заштитен знак за квалитет Охрид-туризам
	<b>Активност 2.3.7</b> Донесување на годишни програми за проектни активности на општината во национални рамки во областа на квалитетот во туризмот
	<b>Активност 2.3.8</b> Организирање на натпревари на угостителски работници
	<b>Активност 2.3.9</b> Поддршка на иновативни решенија во туризмот
<b>Оперативна мерка 2.4</b> – Мониторинг на ефектите од туризмот и дистрибуција на приходите	<b>Активност 2.4.1</b> Студија за имплементација на достапните системи и инструменти за мерење на ефекти во туризмот
	<b>Активност 2.4.2</b> Донесување на план за порамномерна распределба на приходите од туризмот и транспарентност во дистрибуцијата на приходите
	<b>Активност 2.4.3</b> Донесување на програма за користење на туристичка такса и взаемно користење на средства од туризмот на локално и национално ниво
	<b>Активност 2.4.4</b> Донесување програма за поддршка на локалната заедница во услови на пандемија

<b>Стратешка цел 3 - Креирање на туристички производи како плод на туристичките вредности на Општина Охрид низ кои придобивки ќе имаат засегнатите страни преку кооперативни партнерства</b>	
<b>Оперативна мерка 3.1</b> – Унапредување на квалитетот на туристичките производи	<b>Активност 3.1.1</b> Креирање на дестинациски портал со можност за сугерирање на содржини во туристичките производи
	<b>Активност 3.1.2</b> Организирање на средби на кооперативни партнерства за креирање на туристички производи
	<b>Активност 3.1.3</b> Изработка на студија за нови туристички производи во општината
	<b>Активност 3.1.4</b> Креирање на лого за квалитет на туристички производи
	<b>Активност 3.1.5</b> Креирање на мобилна апликација за разгледување на туристички локалитети и објекти во општината
<b>Оперативна мерка 3.2</b> – Подобрени услови за посета и престој на туристите	<b>Активност 3.2.1</b> Воспоставување на софтверски решенија за пријавување на гости
	<b>Активност 3.2.2</b> Донесување планови за ангажирање на сместувачките капацитети и локалитети во пандемиски, пост - пандемиски услови и други безбедносни форми
	<b>Активност 3.2.3</b> Воспоставување на сервис за туристичко водење и придружување
	<b>Активност 3.2.4</b> Донесување на план за унапредување на хигиената на општината во услови на зголемен број на туристички посетители
	<b>Активност 3.2.5</b> Одржување на трибини за гостопримството во Охрид
<b>Оперативна мерка 3.3</b> – Унапредување на селективноста на развојните видови туризам	<b>Активност 3.3.1</b> Студија за селективните видови туризам во општина Охрид и нејзиното опкружување
	<b>Активност 3.3.2</b> Донесување на регистар на вредности по определени селективни видови туризам
	<b>Активност 3.3.3</b> Студија за можностите за развој на зимско-спортски активности
	<b>Активност 3.3.4</b> Формирање на Центар за занаети и афирмирање на нематеријалното наследство на Охридскиот Регион
	<b>Активност 3.3.5</b> Студија за систематизација на културните вредности врз основа на хронологија и вредносен критериум и Креирање културни рути и коридори
	<b>Активност 3.3.6</b> Поддршка за развој на производи од креативните индустрии засновани на културното наследство
	<b>Активност 3.3.7</b> Изработка на студија за активен туризам со компетитивност на туристичкиот пазар
	<b>Активност 3.3.8</b> Физибилити студија за развој на подводниот туризам
	<b>Активност 3.3.9</b> Донесување План за развивање на нови вонсезонски туристички производи
<b>Оперативна мерка 3.4</b> – Подобрување на конкурентноста на туристичкиот пазар	<b>Активност 3.4.1</b> Анализа на можностите за подобрување на конкурентноста врз основа на генерирани приходи од туризмот
	<b>Активност 3.4.2</b> Унапредување на ценовната политика во Охрид
	<b>Активност 3.4.3</b> Донесување на програми за настап на туристичкиот пазар
	<b>Активност 3.4.4</b> Креирање на комбинирани туристички тури на меѓународно ниво
	<b>Активност 3.4.5</b> Настап на европските туристички пазари
<b>Оперативна мерка 3.5</b> – Подобрување на промотивните активности во туризмот	<b>Активност 3.5.1</b> Промоција на Охрид како светско културно и природно наследство
	<b>Активност 3.5.2</b> Спроведување на истражување во врска со визијата на туристичкиот брендинг на општината
	<b>Активност 3.5.3</b> Брендирање и промоција на локални производи и услуги со помош на меѓународни фондови
	<b>Активност 3.5.4</b> Донесување План за унапредување на промоцијата на Охрид како препознатлива туристичка дестинација од областа на активниот туризам
	<b>Активност 3.5.5</b> Промоција на туризмот во Охрид како простор за реномирани франшизери
	<b>Активност 3.5.6</b> Донесување на План за промоција на отвореноста и пристапноста на Охрид како туристичка дестинација
<b>Оперативна мерка 3.6</b> – Унапредување на маркетингот во туризмот	<b>Активност 3.6.1</b> Изработка на маркетинг стратегија за развој на туризмот во Охрид
	<b>Активност 3.6.2</b> Истражување на туристичкиот пазар
	<b>Активност 3.6.3</b> Анализа на развојните движења на Охрид како туристичка дестинација
	<b>Активност 3.6.4</b> Организациско зајакнување на секторот за маркетинг во туризмот

## 8. Акционен план 2020 - 2025

Активности	Учесници	Временска рамка	Индикативен буџет (во денари)	Индикатори за успех
<b>ОМ 1.1. Трансформација на крајбрежјето</b>				
<b>Активност 1.1.1</b> Физибилити студија за уредување и опремување на постојните и нови плажи според препораките на УНЕСКО	Сектор за урбанизам ТЛЕР	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 1.1.2</b> Воведување на стандарди за користење и концесионирање на плажите	Сектор за урбанизам ТЛЕР	Континуирана активност	/	Изработени стандарди и концесионирани плажи
<b>Активност 1.1.3</b> Воспоставување зелен појас во крајбрежјето	Сектор за урбанизам ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина НП Галичица	12 месеци	20.000.000	Воспоставен зелен појас во крајбрежјето
<b>Активност 1.1.4</b> Трасирање и приспособување на пешачки и велосипедски патеки	Сектор за урбанизам ТЛЕР НП Галичица НВО Бизнис сектор од областа на градежништвото	24 месеци	30.000.000	Изведена должина на патеки
<b>Активност 1.1.5</b> Донесување на УПД за утврдување на локации за marina и места за приврзување на пловила	Сектор за урбанизам ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Капетанија Охрид Бизнис сектор од областа на урбанизмот	12 месеци	1.000.000	Донесена УПД
<b>Активност 1.1.6</b> Изградба на marina и места за приврзување на пловила	Сектор за урбанизам ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Капетанија Охрид Бизнис сектор од областа на урбанизмот	24 месеци	100.000.000	Изградена marina и места за пловила

<b>Активност 1.1.7</b> Донесување програма за подобрена општа безбедност (пожари, природни непогоди), безбедност во врска со девијантни појави, здравствена безбедност, здрава храна, хигиена и спасителски активности	ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Сектор за комунални дејности НП Галичица Спасителска служба	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 1.1.8</b> Донесување на програма за контрола на водни спортови	Капетанија Охрид Сектор за заштита на животна средина ТЛЕР	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 1.1.9</b> Донесување на УПД за уредување на Студенчишко блато и каналот	Сектор за урбанизам ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Капетанија Охрид Хидробиолошки институт Охрид Бизнис сектор од областа на урбанизмот	12 месеци	600.000	Донесена УПД
<b>Активност 1.1.10</b> Уредување на Студенчишко блато и каналот според предложените зони за заштита (Студија за валоризација на Студенчишко Блато – 2020)	Бизнис сектор од областа на градежништво	12 месеци	50.000.000	Уредено Студенчишко блато и канал
<b>Активност 1.1.11</b> Уредување и опремување (со телескопи) на локации за видиковци и одмор	ТЛЕР Сектор за урбанизам Бизнис сектор	12 месеци	1.000.000	Опремено видиковци и места за одмор
<b>ОМ 1.2. Подобрување на сообраќајната пристапност и комуникативност</b>				
<b>Активност 1.2.1</b> Донесување Програма на стандарди за квалитет на сообраќајната инфраструктура во функција на туризмот	ТЛЕР Сектор за сообраќај	12 месеци	/	Воведена програма
<b>Активност 1.2.2</b> Сигнализација на пристапноста до туристички локалитети и објекти	ТЛЕР Сектор за сообраќај НП Галичица Бизнис сектор	12 месеци	1.000.000	Ставена во функција сигнализација

<b>Активност 1.2.3</b> Студија за воспоставување на одржлив транспорт во текот на туристичката сезона (по копно и на вода), во пандемиски услови и други вонредни состојби	ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Сектор за сообраќај Капетанија Охрид Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 1.2.4</b> План за управување со паркинг простори во туристичката сезона	ТЛЕР Сектор за сообраќај НВО	12 месеци	/	Изработен план
<b>Активност 1.2.5</b> Воспоставување на систем на пловила на одржлив погон	ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Сектор за сообраќај Капетанија Охрид НВО	Континуирана активност	/	Воспоставен систем
<b>Активност 1.2.6</b> Поддршка на нискобуџетни и чартер летови	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор	Континуирана активност	6.000.000	Висина на средства пласирани за поддршка
<b>Активност 1.2.7</b> Поддршка на субвенции за туроператори во превозот на патници	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор	Континуирана активност	6.000.000	Висина на средства пласирани за поддршка
<b>ОМ 1.3. Подобрено управување со капацитетот на просторот</b>				
<b>Активност 1.3.1</b> Студија за определување на минимални технички услови за максимален капацитети на посетеност на локалитети и објекти (мерења на бројот на посетители во локалитети и објекти)	ТЛЕР Сектор за урбанизам Хидробиолошки институт НП Галичица НВО Завод и Музеј Охрид Експертски тим	12 месеци	1.000.000	Изработена студија
<b>Активност 1.3.2</b> Изработка на студија за можностите за користење на отворени простори, локалитети и објекти во согласност со стандардите и препораките на Планот за управување со природното и културното наследство на Охридскиот Регион	ТЛЕР Сектор за урбанизам Хидробиолошки институт НП Галичица НВО Завод и Музеј Охрид Експертски тим	12 месеци	1.500.000	Изработена студија

<b>Активност 1.3.3</b> Донесување на Програма за спроведување на Планот за управување со природното и културното наследство на Охридскиот Регион во функција на туризмот	ТЛЕР Сектор за урбанизам Завод и Музеј Охрид Хидробиолошки институт НП Галичица Национална комисија за УНЕСКО НВО	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 1.3.4</b> Имплементација на Студијата за стратегиска оценка на влијанието врз животната средина (СОВЖС) во областа на туризмот	ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Сектор за урбанизам Хидробиолошки институт НП Галичица Национална комисија за УНЕСКО НВО	Континуирана активност	/	Имплементирана СОВЖС
<b>Активност 1.3.5</b> Студија за примена на добри меѓународни практики за управување со светското природно и културно наследство во функција на туризмот	ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Сектор за урбанизам Завод и музеј Охрид Хидробиолошки институт НП Галичица Национална комисија за УНЕСКО Експертски тим НВО	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 1.3.6</b> Донесување на план за надминување на проблеми во услови на изразита сезоналност	ТЛЕР	12 месеци	/	Донесен план
<b>ОМ 1.4. Унапредување на руралните просторни целини</b>				
<b>Активност 1.4.1</b> Изработка на Регистар на даватели на услуги во рурални средини	ТЛЕР	12 месеци	/	Изработен регистар
<b>Активност 1.4.2</b> Изработка на Студија за ставање во функција на етно-туристичкиот потенцијал	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 1.4.3</b> Донесување програма за активирање на вишокот станбен простор во туристички рурални средини	ТЛЕР	12 месеци	/	Донесена програма

<b>Активност 1.4.4</b> Донесување на План и програма за користење на фондови за поддршка на руралниот развој во функција на туризмот	ТЛЕР	12 месеци	/	Донесен план
<b>Активност 1.4.5</b> Финансиска поддршка во уредувањето и опремувањето на сместувачките капацитети во руралните средини во функција на туризмот	ТЛЕР Сектор за финансии	Континуирана активност	30.000.000	Висина на пласирани средства
<b>Активност 1.4.6</b> Утврдување, обележување и опремување на тематски и комбинирани рути	ТЛЕР Сектор за урбанизам Експертски тим НВО Бизнис сектор	12 месеци	1.000.000	Утврдени, одбележани и опремени тематски рути
<b>Активност 1.4.7</b> Сигнализација и визуализација на туристички локалитети и објекти во рурални средини	ТЛЕР Сектор за сообраќај Бизнис сектор	12 месеци	1.000.000	Обележани и опремени локалитети и објекти
<b>Активност 1.4.8</b> Поддршка за унапредување на фармерското производство	ТЛЕР Сектор за земјоделие Сектор за финансии	Континуирана активност	15.000.000	Висина на пласирани средства
<b>Активност 1.4.9</b> Донесување програма за хербални туристички активности	ТЛЕР НП Галичица НВО Сектор за шумарство	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 1.4.10</b> Стимулирање на зголемувањето на сточниот фонд	ТЛЕР Сектор за земјоделие Сектор за финансии	Континуирана активност	1.000.000	Висина на пласирани средства
<b>Активност 1.4.11</b> Уредување и опремување на простор на валавици во Речица	ТЛЕР Сектор за урбанизам Бизнис сектор	12 месеци	1.000.000	Уредени и опремени валавици
<b>Активност 1.4.12</b> Уредување и опремување на локации за престој на снег во рурални средини	ТЛЕР Сектор за урбанизам НП Галичица Бизнис сектор	12 месеци	1.000.000	Уредени и опремени локации



**ОМ 1.5. Поддршка на инвестициите во туризмот**

<b>Активност 1.5.1</b> Донесување на Програма за соработка и користење на фондови за развој во функција на унапредување на туристичката инфраструктура	ТЛЕР Сектор за финансии	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 1.5.2</b> Донесување Програма за подобрување на инвестициската клима за европска поддршка на мали и средни претпријатија во туризмот	ТЛЕР Сектор за финансии	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 1.5.3</b> План за подготовка на инвестициски активности во туризмот во пост-пандемскиот период	ТЛЕР Сектор за финансии	12 месеци	/	Донесен план
<b>Активност 1.5.4</b> Донесување годишни програми за јавно приватно партнерство во туризмот	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 1.5.5</b> Донесување на програма за поддршка во здравствениот туризам	ТЛЕР Сектор за здравство Сектор за финансии	12 месеци	1.000.000	Донесена програма

Активности	Учесници	Временска рамка	Индикативен буџет (во денари)	Индикатори за успех
<b>ОМ 2.1. Подигнување на нивото на едукација во областа на туризмот</b>				
<b>Активност 2.1.1</b> Организирање на континуирани едукативни активности (Едукативни проекти и кампањи за населението, засегнатите страни)	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	2.400.000	Број на реализирани обуки и учесници
<b>Активност 2.1.2</b> Програма за примена на протоколи за креирани туристички производи во услови на пандемија	ТЛЕР Сектор за здравство Бизнис сектор	12 месеци	/	Реализирана програма
<b>Активност 2.1.3</b> Едукација на давателите на услуги во руралните средини	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на реализирани програми и спроведени обуки
<b>Активност 2.1.4</b> Практични обуки за општи и специјализирани туристички водичи	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на реализирани обуки
<b>Активност 2.1.5</b> Организирање обуки за развој на традиционални занаети	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на реализирани обуки
<b>Активност 2.1.6</b> Организирање на обуки за агенти во подготовка и пласман на туристички аранжмани	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на реализирани обуки
<b>Активност 2.1.7</b> Организирање на обуки од областа на барменството	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на реализирани обуки
<b>Активност 2.1.8</b> Организирање на обуки за хостеси, собарки и одржувачи на хигиена	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на реализирани обуки
<b>Активност 2.1.9</b> Организирање на обуки за готвачи и послужувачи	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на реализирани обуки

<b>ОМ 2.2. Вмрежување на засегнати страни во туризмот</b>				
<b>Активност 2.2.1</b> Воспоставување на мрежа на засегнати страни на национално, регионално и локално ниво	ТЛЕР Бизнис сектор НВО АППТ Министерство за економија	12 месеци	/	Ставена мрежа во функција
<b>Активност 2.2.2</b> Вмрежување и регистрирање на засегнатите страни во туризмот во рамките на законските можности (кластери)	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	12 месеци	/	Формирани кластери
<b>Активност 2.2.3</b> Организирање трибини за значењето и прифатливоста на туризмот од страна на засегнатите страни	ТЛЕР Образовни институции Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	400.000	Број на одржани трибини
<b>Активност 2.2.4</b> Унапредување на членството во меѓународни асоцијации поврзани со туризмот	ТЛЕР Бизнис сектор НВО АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	/	Број на членства
<b>Активност 2.2.5</b> Вмрежување и поврзување со културни рути и коридори (вмрежување во систем на регионални, национални и меѓународни форми на историско наследство)	ТЛЕР Бизнис сектор НВО АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	/	Број на членства во меѓународни рути
<b>Активност 2.2.6</b> Меѓународно вмрежување во проектни активности	ТЛЕР Бизнис сектор НВО АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	/	Број на учества во меѓународни проекти
<b>ОМ 2.3. Воспоставување на современ систем на квалитет во туризмот и неговото унапредување</b>				
<b>Активност 2.3.1</b> Донесување на Прирачник воведување на стандарди за квалитет на туристичката инфраструктура	ТЛЕР Бизнис сектор НВО АППТ Министерство за економија Експертски тим	12 месеци	400.000	Донесен прирачник
<b>Активност 2.3.2</b> Донесување на планови за имплементација на стандарди за квалитет преку опремување и уредување	ТЛЕР	12 месеци	/	Донесени планови

<b>Активност 2.3.3</b> Воспоставување на систем на квалитет во областа на заштитата на животната средина во функција на туризмот	ТЛЕР Сектор за заштита на животна средина Бизнис сектор	12 месеци	/	Воспоставен систем за квалитет
<b>Активност 2.3.4</b> Воспоставување награди за квалитет во различни сектори во туризмот	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	300.000	Број на доделени награди
<b>Активност 2.3.5</b> Востановување на заштитен знак за квалитет Охрид-туризам	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	/	Број на доделени сертификати
<b>Активност 2.3.6</b> Донесување на годишни програми за проектни активности на општината во национални рамки во областа на квалитетот во туризмот	ТЛЕР Бизнис сектор НВО АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	/	Број на реализирани проекти
<b>Активност 2.3.7</b> Организирање на натпревари на угостителски работници	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	1.000.000	Број на доделени награди
<b>Активност 2.3.8</b> Поддршка на иновативни решенија во туризмот	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	1.000.000	Висина на пласирани средства
<b>ОМ 2.4. Мониторинг на ефектите од туризмот и дистрибуција на приходите</b>				
<b>Активност 2.4.1</b> Студија за имплементација на достапните системи и инструменти за мерење на ефекти во туризмот	ТЛЕР Експертски тим АППТ Министерство за економија	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 2.4.2</b> Донесување на план за порамномерна распределба на приходите од туризмот и транспарентност во дистрибуцијата на приходите	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор	12 месеци	/	Донесен план
<b>Активност 2.4.3</b> Донесување на програма за користење на туристичка такса и взаемно користење на средства од туризмот на локално и национално ниво	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор АППТ Министерство за економија	12 месеци	/	Донесена програма
<b>Активност 2.4.4</b> Донесување програма за поддршка на локалната заедница во услови на пандемија	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор	12 месеци	/	Донесена програма

Активности	Учесници	Временска рамка	Индикативен буџет (во денари)	Индикатори за успех
<b>ОМ 3.1. Унапредување на квалитетот на туристичките производи</b>				
<b>Активност 3.1.1</b> Креирање на дестинациски портал со можност за сугерирање на содржини во туристичките производи	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	12 месеци	600.000	Ставен во функција дестинациски портал
<b>Активност 3.1.2</b> Организирање на средби на кооперативни партнерства за креирање на туристички производи	ТЛЕР Бизнис сектор НВО АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	1.000.000	Број на организирани средби и склучени договори
<b>Активност 3.1.3</b> Изработка на студија за нови туристички производи во општината	ТЛЕР Експертски тим НВО	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 3.1.4</b> Креирање на лого за квалитет на туристички производи	ТЛЕР Експертски тим Бизнис сектор НВО	6 месеци	400.000	Изработено лого
<b>Активност 3.1.5</b> Креирање на мобилна апликација за разгледување на туристички локалитети и објекти во општината	ТЛЕР Бизнис сектор Експертски тим НВО	12 месеци	600.000	Функционална мобилна апликација
<b>ОМ 3.2. Подобрени услови за посета и престој на туристите</b>				
<b>Активност 3.2.1</b> Воспоставување на софтверски решенија за пријавување на гости	ТЛЕР МВР Бизнис сектор	12 месеци	1.200.000	Функционален софтвер
<b>Активност 3.2.2</b> Донесување планови за ангажирање на сместувачките капацитети и локалитети во пандемиски, пост - пандемиски услови и други безбедносни форми	ТЛЕР Сектор за здравство Бизнис сектор	12 месеци	/	Донесени планови
<b>Активност 3.2.3</b> Воспоставување на сервис за туристичко водење и придружување	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	12 месеци	300.000	Воспоставен сервис

<b>Активност 3.2.4</b> Донесување на план за унапредување на хигиената на општината во услови на зголемен број на туристички посетители	ТЛЕР Сектор за здравство Сектор за комунални дејности	12 месеци	/	Донесен план
<b>Активност 3.2.5</b> Одржување на трибини за гостопримството во Охрид	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	Континуирана активност	500.000	Број на одржани трибини
<b>ОМ 3.3. Унапредување на селективноста на развојните видови туризам</b>				
<b>Активност 3.3.1</b> Студија за селективните видови туризам во општина Охрид и нејзиното опкружување	ТЛЕР Експертски тим Бизнис сектор	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 3.3.2</b> Донесување на регистар на вредности по определени селективни видови туризам	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработен регистар
<b>Активност 3.3.3</b> Студија за можностите за развој на зимско-спортски активности	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 3.3.4</b> Формирање на Центар за занаети и афирмирање на нематеријалното наследство на Охридскиот Регион	ТЛЕР Бизнис сектор НВО	12 месеци	300.000	Формиран Центар
<b>Активност 3.3.5</b> Студија за систематизација на културните вредности врз основа на хронологија и вредносен критериум и Креирање културни рути и коридори	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 3.3.6</b> Поддршка за развој на производи од креативните индустрии засновани на културното наследство	ТЛЕР Сектор за финансии НВО	Континуирана активност	1.000.000	Висина на пласирани средства
<b>Активност 3.3.7</b> Изработка на студија за активен туризам со компетитивност на туристичкиот пазар	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена студија

<b>Активност 3.3.8</b> Физибилити студија за развој на подводниот туризам	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена студија
<b>Активност 3.3.9</b> Донесување План за развивање на нови вонсезонски туристички производи	ТЛЕР	12 месеци	/	Донесен план
<b>ОМ 3.4. Подобрвање на конкурентноста на туристичкиот пазар</b>				
<b>Активност 3.4.1</b> Анализа на можностите за подобрување на конкурентноста врз основа на генерирани приходи од туризмот	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена анализа
<b>Активност 3.4.2</b> Унапредување на ценовната политика во Охрид	ТЛЕР Сектор за финансии Бизнис сектор	Континуирана активност	/	Унапредена ценовна политика
<b>Активност 3.4.3</b> Донесување на програми за настап на туристичкиот пазар	ТЛЕР Бизнис сектор	Континуирана активност	/	Донесени програми
<b>Активност 3.4.4</b> Креирање на комбинирани туристички тури на меѓународно ниво	ТЛЕР Бизнис сектор АППТ Министерство за економија Експертски тим	12 месеци	400.000	Креирани тури
<b>Активност 3.4.5</b> Настап на европските туристички пазари	ТЛЕР Бизнис сектор АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	2.000.000	Број на настапи
<b>ОМ 3.5. Подобрвање на промотивните активности во туризмот</b>				
<b>Активност 3.5.1</b> Промоција на Охрид како светско културно и природно наследство	ТЛЕР Бизнис сектор АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	3.000.000	Број на настапи
<b>Активност 3.5.2</b> Спроведување на истражување во врска со визијата на туристичкиот брендинг на општината	ТЛЕР Бизнис сектор АППТ Министерство за економија Експертски тим	12 месеци	400.000	Формирање на туристички бренд на Охрид
<b>Активност 3.5.3</b> Брендирање и промоција на локални производи и услуги со помош на меѓународни фондови	ТЛЕР Бизнис сектор АППТ Министерство за економија Меѓународни донатори Експертски тим	12 месеци	1.000.000	Утврдени туристички брендови

<b>Активност 3.5.4</b> Донесување План за унапредување на промоцијата на Охрид како препознатлива туристичка дестинација од областа на активниот туризам	ТЛЕР	12 месеци	/	Донесен план
<b>Активност 3.5.5</b> Промоција на туризмот во Охрид како простор за реномирани франшизери	ТЛЕР Бизнис сектор АППТ Министерство за економија	Континуирана активност	1.000.000	Број на презентации и донесени франшизи
<b>Активност 3.5.6</b> Донесување на План за промоција на отвореноста и пристапноста на Охрид како туристичка дестинација	ТЛЕР	12 месеци	/	Донесен план
<b>ОМ 3.6. Унапредување на маркетингот во туризмот</b>				
<b>Активност 3.6.1</b> Изработка на маркетинг стратегија за развој на туризмот во Охрид	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	400.000	Изработена маркетинг стратегија
<b>Активност 3.6.2</b> Истражување на туристичкиот пазар	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	200.000	Реализирано истражување
<b>Активност 3.6.3</b> Анализа на развојните движења на Охрид како туристичка дестинација	ТЛЕР Експертски тим	12 месеци	200.000	Реализирано истражување
<b>Активност 3.6.4</b> Организациско зајакнување на секторот за маркетинг во туризмот	ТЛЕР Општина Охрид	12 месеци	/	Зајакнат сектор за маркетинг во туризмот