

**АГЕНЦИЈА ЗА ПРОМОЦИЈА И ПОДДРШКА НА ТУРИЗМОТ ВО  
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

**ПОДСТРАТЕГИЈА ЗА РАЗВОЈ НА  
СПОРТСКИ ТУРИЗАМ СО АКЦИОНЕН  
ПЛАН 2015 - 2018**

ИЗРАБОТЕНА ОД  
ГЛОБАЛ ПРОЕКТ КОНСАЛТИНГ



ТИМ НА ГЛОБАЛ ПРОЕКТ КОНСАЛТИНГ:

Проф. Д-р. Науме Мариноски  
Проф. Д-р Сашо Коруновски  
Проф.Д-р Александар Поповски  
Доц. Д-р Лиза Чакареска  
М-р Михаел Ристески  
М-р Ана Ефремова

Октомври, 2014

## ВОВЕД

Современите тенденции во развојот на туризмот во светот покажуваат дека станува збор за појава која постојано добива нови вредности. Тоа се гледа како по зголемувањето на бројот на туристи кои се вклучуваат во оваа дејност и остварените приходи во неа, така и од појавата на нови даватели на услуги, развој на стопански и нестопански активни чинители на туристичката понуда. Се поизразено е вниманието кај широките популациони структури за нови туристички содржини. Тоа значи дека во туризмот во последно време се вклучуваат баратели на туристички услуги со различни афинитети. Врз основа на ширината и хетерогеноста на барањата се темели се подинамичната селективност во туристичкиот развој. Од оваа интенција за селективност произлегува појавата на нови специфични видови туризам, кои развојна основа наоѓаат во интерактивните односи меѓу унапредените и софистицирани барања на корисниците на услугите и расположливите можности на нив да се одговори. **Спортскиот туризам е еден од формите на селективност која може да одговори на современите услови на туристичкиот пазар.**

Иако условите во светот и кај нас како последица на економската криза и транзициските процеси се мошне сложени, Република Македонија како и другите земји кои се стремат кон заживување на стопанскиот развој и унапредување на општествените односи презема низа мерки туризмот да стане дејност од приоритетен карактер. Во таа насока се преземаат активности на домашен и на меѓународен план. Некои од нив како субвенционирањето на странската посетеност, даночните олеснувања и проектите за самовработување веќе даваат резултати. Така се отворени можностите за користење и на претпристапните фондови на Европската Унија, каде селективноста на туристичкиот развој има посебно место, а спортскиот туризам е еден од приоритетните видови.

Република Македонија има извонредни потенцијали кои не се доволно искористени. Поради тоа е неопходно стратегискиот пристап за развој на туризмот да опфати и потстратегиски документ со кој ќе се овозможи спортскиот туризам да се искористи во насока на унапредување на состојбите и определување на издржана проекција. Потстратегијата треба да има оперативен карактер, за да овозможи применливост на зацртаните активности. Тоа значи дека посебно внимание треба да се даде на пристапот кој ќе овозможи:

- координативно делување на спортските и туристичките политики;
- насочување кон развојни инвестициски процеси и ефикасно привлекување и користење на средства од фондовите на Европската Унија;
- привлекување на инвестиции на странски и домашни инвеститори и
- поттикнувањето на конкурентноста при настапот на туристичкиот пазар.

Спортскиот туризам во овој поглед претставува препознатлива развојна категорија. Неговата динамичност сугерира користење на сите расположливи ресурски можности, кои водат кон воспоставување на валоризациски критериуми за утврдување на насоките кон кои треба да се стреми. Во практиката се посодржајно се пристапува кон вреднување на просторните елементи и содржини во насока на подобрување на квалитетот на туристичките производи од овој вид. Паралелно со добрите практики од светот се јавува широк општествен, економски и просторен интерес за унапредување на спортскиот туризам во Република Македонија. Неговата одржлива артикулација подразбира прифаќање на синергијата меѓу развојот на спортот и туризмот. Тоа значи оптимално користење на расположливите потенцијали во двете сфери. Утврдените ресурски основи треба да се проткајуваат, бидејќи така ќе можат да се користат во насока на интегративни развојни придобивки.

За да може да се има издржан стратегискиот пристап во развојот на спортскиот туризам потребно е да се дојде до сознанија со кои ќе се овозможи согледување на состојбите во Република Македонија од гледна точка на досегашните постигнувања. Исто така, важно е да се има увид во стратешки пристапи во земји во кои спортскиот туризам има одржливи карактеристики. Така ќе можат да се прифатат позитивни искуства и да се споредуваат нивоата на развој во спортскиот туризам во Република Македонија и овие средини. Состојбите на спортскиот туризам и развојните предвидувања се потпираат на егзактност. Таа се обезбедува преку квантификацијата на развојните индикатори од примарен и секундарен карактер. Сознанија за изминатиот период на развој на туризмот во Република Македонија и преземените досегашни активности од областа на спортот се основа за да се препознаат позитивните и негативните околности на амбиентот во кој, оваа селективна форма се развивала. Развојната проекција на спортскиот туризам во Република Македонија се темели на интерните и екстерните влијанија и согледувањата на функционалните карактеристики кои со мерки и активности треба да се остварат во наредниот период. Еден од основните претпоставки во оваа смисла е да се реализираат економските и општествените придобивки од спортскиот туризам како селективна активност.

Остварените приходи во туризмот, под влијание на спортот претставуваат фактор кој условува зголемување на учеството на БДП од овој сектор во вкупниот БДП на Република Македонија, мултипликација на финансиските ефекти, вклучување на различни стопански сектори и гранки во оваа дејност или акцелерација на стопанството, унапредување на економската соработка, влијание врз рамномерниот економски развој, внесување на претприемачки дух и стимулирање на отворање нови, мали и средни претпријатија и поттикнување на вработувања, посебно на младата популација.

Развојот на спортскиот туризам овозможува да се поттикнат спортистите и рекреативците за натпреварувачки активности, да се дојде до унапредување на

здравјето и општите психо-физички состојби, јакнење на патриотските и локално-креативните чувства и преку патување и движење во нови средини, облагородување на личноста и општото културно ниво. Исто така, спортскиот туризам има важна улога во запознавањето на атрактивностите и другите вредности кои ги поседува Република Македонија, од страна на спортистите и посетителите на спортските натпревари. Тоа е еден од најдобрите патишта за афирмација на туристичките локалитети и објекти во земјата и светот и репутација на државата во целина, како привлечна и гостољубива дестинација.

**Спортскиот туризам како селективна развојна форма треба да претставува еден од најзначајните фактори во разбивањето на сезоналноста во туризмот.** Ова произлегува оттука што во него учесниците се или активни спортисти чии тренинг активности траат во текот на целата година или претставуваат посетители на манифестации кои можат да се организираат и во вонсезонскиот период.

## СТРУКТУРА НА ДОКУМЕНТОТ



## ОПШТИ ОДРЕДНИЦИ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ

Променетата перцепција за физичката вежба и начинот на нејзина употреба еволуира низ децениите, првенствено под притисокот на индустријализацијата и интензитетот на хипокинезијата. Од друга страна, изменетите општествени вредности ја доближија физичката активност кон речиси сите, а со тоа спортот стана близок до оние кои претходно тврделе дека не е. Ваквата ситуација ги промени и одредниците на спортскиот туризам, а евалуацијата на неговите дефиниции низ времето се покажа дека сеопфатноста е релативна и зависи од временскиот интервал на негова презентација. Со други зборови, сегментацијата на пазарот на спортскиот туризам расте од деценија во деценија.

За потребите на оваа Потстратегија, спортскиот туризам ги подразбира сите форми на **активно и пасивно вклучување во спортски активности**, во кои случајно или организирано се учествува, од комерцијални или некомерцијални причини, а за кои е потребно привремено напуштање на местото на живеење и работна средина (Standiven, J., De Knop, P, 1998).

**Активниот спортски туризам** – кој значи практикување на физичка активност, врз основа на доминантноста на спортот како мотив на патување може да биде **спортско – туристички** (спортот е доминантен мотив) и **туристичко – спортски** (спортот не е доминантен мотив).

**Пасивниот спортски туризам** – партиципиентите не практикуваат физичка активност и според степенот на важност на спортот како причина за патувањето вклучува **пасивни спортски туристи со екстензивна вклученост во спортот** (учествуваат во создавањето на спортскиот производ) и **пасивни спортски туристи** кои едноставно уживаат (се восхитуваат) на спортскиот производ.

Вака поставената класификација е придонес кон факторизацијата на **обележјата на спортскиот турист**. Тоа е таргет група чија структура е следна:

**карактеристики  
на спортскиот  
турист**

**возраст:** широк дијапазон (7 години до 77 години) од учесник на детски спортски камп до учесник на спортски игри на пензионери или мастер шампионати.

**пол:** двата (се поинтензивно е присуството на женскиот пол под влијание на револуционерниот процес на деспортификација на спортот, се поизразената свесност за последиците од хипокинезијата и појавата на естетско – популистички вредности).

**дестинациски престој:** подолг од вообичаениот карактеристичен за другите видови на туризам што произлегува од временската рамка на натпреварување и спецификите на тренажниот процес.

**потрошувач: добар** (поддржано од констатацијата дека издвојуваат повеќе финансиски средства за вонпансионски услуги) и влегуваат во категоријата на луѓе од повисок општествен статус.

**општествен статус: висок** (чија важност ја гледаме во фактот што промената на перцепција или креирањето имиџ на дестинацијата е управувана често од социјалната интеракција).

Дефинираната структура ја наметнува констатацијата дека нивното дестинациско присуство регенеративно влијае на истата.

## **СТАНДАРДИ ЗА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ**

Согласно пирамидата на употреба на физичката вежба, од учење на моторичките вештини па до врвно мајсторство, потребниот број на ресурси за реализација на активноста и нивниот квалитет е се поголем. Според тоа, дестинацијата може да биде конкурентна за еден спортско – туристички производ, а помалку за друг. Различноста во стандардизацијата на услугите во спортскиот туризам (согласно тип на корисник) ги дефинираат официјално пропишаните правила на интернационалните спортските федерации, спортските федерации на државата, спортските клубови или личните стандарди на корисникот и во најголем дел се врзани со оптимален квалитет на услуги за потреба на корисникот.

Во функција на квалитетот на услугите во спортскиот туризам, според анализите што ги вршевме на прирачници за понуда на услуги по спортска дејност (пр. event manual - european championship men and women division C) утврдена е стандардизација, која ги опфаќа следниве димензии: **правила на спортската гранка, карактеристики на спортската инфраструктура, категоризација и локација на сместувачкиот капацитет, транспорт и спецификација, како и просторно-временска флексибилност на гастрономската понуда.**

Во така наведениот контекст и врз основа на рационално извршената анализа на дефинираните димензии се определува спортско – туристичкиот производ и неговата конкурентност. Тоа го олеснува и определувањето на целните пазари, а согласно на тоа и целосниот маркетинг.

## **ОПШТИ ПОДАТОЦИ ЗА СОСТОЈБАТА ЗА СПОРТСКИ АКТИВНОСТИ ВО МАКЕДОНИЈА**

Согласно општите податоци за состојбата на спортските активности во Република Македонија, во најголем дел се опфатени екипните спортови поради нивната атрактивност (мал фудбал, кошарка, одбојка, ракомет, итн.), понатаму се индивидуалните спортови (пливање, атлетика, боречките спортови и вештини итн.), екстремните спортови (параглајдинг, планински велосипедизам, итн.) и рекреативните активности (пешачење, прошетки во природа итн.).

Согласно спроведеното истражување и добиените одговори на прашалниците кои беа доставени до спортските федерации, во Република Македонија постојат 53 национални спортски федерации со повеќе од 1.000 клубови и над 2.200 тренери и стручни лица.

## **ПРЕГЛЕД НА ПОТЕНЦИЈАЛИТЕ И СМЕСТУВАЧКИТЕ КАПАЦИТЕТИ ПОВРЗАНИ СО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ПО РЕГИОНИ**

Прегледот на потенцијалите за спортски туризам и сместувачките капацитети поврзани со спортскиот туризам ја опфаќа анализата која се однесува на вкупните карактеристики во оваа сфера во Република Македонија. Тие се дадени структурално и динамично во последниот петгодишен период. Исто така, оваа анализа ги опфаќа состојбите кои се однесуваат на опременоста на сместувачките капацитети за давање спортски и рекреативно – здравствени услуги и обем и динамика на сместувачките капацитети по региони.



Исто така, потенцијалите ќе ги опфатат спортските објекти и терени, односно локалитети како еден од фундаментите на спортскиот туризам.

Табела бр. 1 - Инфраструктура на спортските објекти и терени

Општина	Повеќенаменски спортски сали	Повеќенаменски игралишта	Фудбалски стадиони	Томошни фудбалски игралишта	Тениски игралишта	Атлетски патеки	Хиподроми	Спортски аеродроми	Стрелишта	Куглани	Вештачки карпи за алпинизам	Природни карпи за алпинизам	Патеки за планински велосипедизам	Полетиште за параглајдинг	Планинарски домови	Локалитети за рибарење	Затворени базени	Отворени олимписки базени	Патеки за едрење	Локалитети за нуркање	Патеки за кајак на диви води	Патеки за јавање во природа	Локалитети за лов	Скијачки патеки
Аеродром	1+1	16		6	5							1			1		1+1							
Битола	1+2	3	1	3	5	1						1			3			1						2
Велес	2	8	1	5		1			3	1		1			1	3		1			1		3	
Валандово			1																					
Виница		3	1	1	2							2	2			3		1				да	4	
Гази Баба	1		1						1															
Гевгелија	2	2	1	1	1																		1	
Гостивар	1	1	1	1								1	1											
Дебар	1	1	1													1			1					
Делчево	1		1															1						
Ѓорче Петров	1	1	1	1																				
Зрновце		1	1													4							1	
Кавадарци	1	2	1			1										1			1					
Карпош	5	3	1	2					1	3							1							
Кичево	1	1																						
Кратово		1	1		1				1									1					1	
Крива Паланка	1	2	1	2	1	1									1(лоша состојба)			1(лоша состојба)						во план да се градат
Крушево	1											1	1	1								1	1	2
Кисела Вода	1	2																1						
Кичево																								
Куманово	1	2	1	1	1	1		1	1															
Маврово и Ростуше	1	5		1								1	1	1	1			1					1	1
Македонска Каменица		1	1	1														1						
Неготино	1		1																					
Нов Дојран	1	2		2	2											1		1	1	1				
Охрид	1	1	1	1	1	1		1	1			1	1	1	1			1	1	1				
Пехчево	1	1	1										6			2								2
Петровец							1																	
Прилеп	2	2	1			1						1						1						
Пробиштип		4		1	1	1								1		1	1						1	1

Радовиш	1																1							
Сарај	1	2		2	1						1	1			1		1	1	1	1				
Струмица	1	3	1	3	1	1											1							
Струга	1	4	1		2							1		1	2		1	1	1	1				
Старо Нагоричан е		2																						
Тетово	1	2	1	2							1	1	1	2										1
Центар	3	3	1	2	6	1			2	1			1	1	2		1	1					1	
Чаир	1		1	1																				
Чашка	1	2	3									1	1	1	4	1								4
Чучер Сандево										1														
Штип	1	2	1	1	1	1			1	1														

Извор: Сопствена анализа

Од добиените податоци од општините и од Агенцијата за млади и спорт, за инфраструктурата на спортските објекти и терени, може да се заклучи дека Република Македонија располага најмногу со повеќенаменски отворени игралишта, повеќенаменски спортски сали, фудбалски игралишта, тениски терени, фудбалски стадиони (од кои многу мал број се со лиценца А за организирање на меѓународни натпревари), атлетски патеки во склоп на стадионите од кои само две имаат лиценца за организирање на меѓународни натпревари, затворени стрелишта, куглани, вештачки карпи за спортско качување, затворени базени од кои два се во функција за организирање на меѓународни натпревари, отворени базени кои не ги исполнуваат условите за организирање на меѓународни натпревари и хиподром.

Согласно информациите добиени од страна на Агенцијата за млади и спорт, во постапка е изградба на 50 фудбалски игралишта, 48 повеќенаменски отворени игралишта и 23 тениски терени.

Природните ресурси претставуваат значаен потенцијал за развој на спортскиот туризам. Во тој контекст, согласно истражувањето, Република Македонија поседува пет природни карпи за спортско качување, 17 патеки за планински велосипедизам, 9 полетишта за параглајдинг, 27 локалитети за риболов, 19 локалитети за лов, 7 локалитети за зимски спортови (скијање, сноу борд, нордиски дисциплини и се поактуелните екстремните зимски спортови, на кои во иднина треба повеќе да се обрне внимание како потенцијал за развој на спортскиот туризам). Алпинизмот и планинарењето претставуваат атрактивни спортови за што говори и постоењето на 37 планинарски домови и 7 атрактивни локалитети за алпинизам.

Што се однесува до спортовите кои користат природни водени површини, кај нас најзастапено е едрењето, кајакарството на диви и мирни води, веслањето и во последно време се повеќе се актуелизира и нуркањето.

## СМЕСТУВАЧКИТЕ КАПАЦИТЕТИ ВО ФУНКЦИЈА НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Развојот на спортскиот туризам подразбира користење на соодветни сместувачки капацитети. За да можеме да ги согледаме карактеристиките на овој вид потенцијали потребно е да се изврши анализа на обемот, структурата и динамиката, регионалната разместеност, динамиката на градба, односно старост на објектите и спортска понуда во овие единици.

### *Обем, динамика и структура на сместувачките капацитети*

Определување на потенцијалите, обемот, динамиката и просторната разместеност на сместувачките капацитети овозможува да се согледаат состојбите од гледна точка на нивно функционално вклучување во развојот на спортскиот туризам. Преку ваквите сознанија се овозможува определување на насоки кон кои треба да се стреми структурирањето на овој вид понуда. Овие показатели се дадени во табела бр. 1, а графички се претставени во графикон.

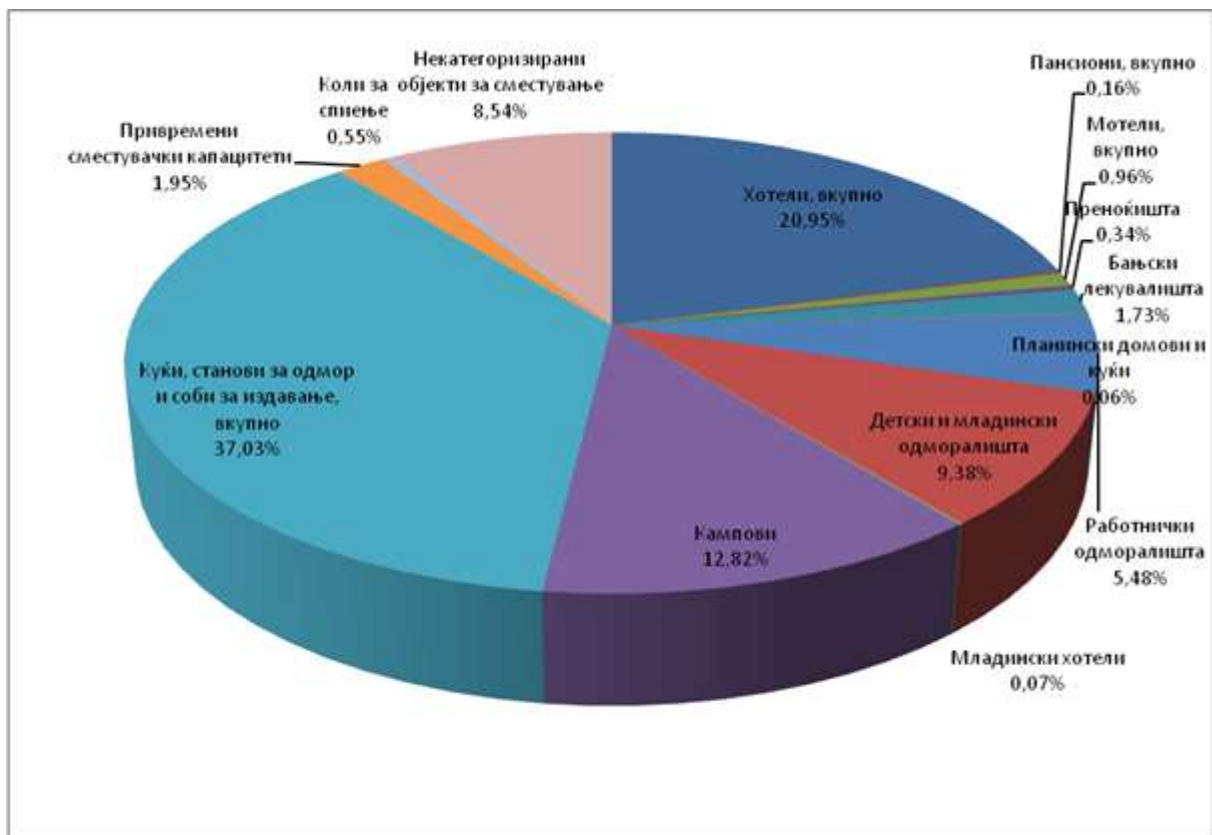
Табела бр. 2 - Капацитети за сместување според видовите деловни единици

Број на легла					
	2009	2010	2011	2012	2013
<b>ВКУПНО</b>	<b>69 561</b>	<b>69 102</b>	<b>69 737</b>	<b>70 287</b>	<b>70 297</b>
<b>Хотели, вкупно</b>	<b>11 307</b>	<b>12 374</b>	<b>13317</b>	<b>13 884</b>	<b>14 724</b>
Хотели*****	1 288	1 251	1 488	1 680	1 740
Хотели****	2 748	3 150	3 715	3 833	4 170
Хотели***	1 507	2 072	3 474	3 730	3 806
Хотели**	3 264	3 565	2 393	2 684	3 092
Хотели*	2 500	2 336	2 247	1 957	1 916
Пансиони, вкупно	75	71	71	115	109
Пансиони**	17	17	17	17	17
Пансиони*	58	54	54	98	92
Мотели, вкупно	359	406	371	670	673
Мотели****	-	-	-	59	59
Мотели***	-	-	-	109	177
Мотели**	304	362	327	344	279
Мотели*	55	44	44	158	158
Преноќишта	163	195	184	195	238
Бањски лекувалишта	1 091	1 217	1 217	1 217	1 217
Планински домови и куќи	60	60	60	44	41
Работнички	4 501	4 056	3 996	3 993	3 851

одморалишта					
Детски и младински одморалишта	7 272	6 668	6 668	6 674	6 596
Младински хотели	48	48	48	48	48
Кампови	8 726	8 971	8 971	9 011	9 011
Куќи, станови за одмор и соби за издавање, вкупно	25 134	26 132	26 132	26 232	26 032
Привремени сместувачки капацитети	632	1 537	1 692	1 584	1 371
Коли за спиење	1 680	384	384	384	384
Некатегоризирани објекти за сместување	8 513	6 983	6 626	6 236	6 002

Извор: Туризмот во Р. Македонија од 2009 до 2013 г, Државен завод за статистика, Скопје, 2014 г

График бр. 1 – Процентуални односи на сместувачките капацитети кои можат да се искористат во спортскиот туризам



Извор: Туризмот во Р. Македонија од 2009 до 2013 г, Државен завод за статистика, Скопје, 2014 г и сопствена селекција

Од табеларниот преглед може да се види дека Република Македонија располага со вкупно 70 297 легла. Овој обем е присутен во подолг временски период што значи дека е присутна стагнација. **Во последните пет години постои извесен тренд на зголемување на бројот на легла. Тој е присутен во последните анализирани години, меѓутоа индексот на пораст во 2013 год., во однос на базната 2009 год. изнесува само 101.**

**Анализата на структурата на сместувачките капацитети покажува изразита неповолност.** Таа не одговара на современите процеси во туристичкиот развој во целина и уште помалку на определбите за афирмација на спортскиот туризам како изразит потенцијал на Република Македонија.

Во оваа структура **доминантно место заземаат куќите, становите за одмор и собите за издавање.** Нивниот регистриран број во 2013 год. изнесува 26 032, што претставува **учество од 37,03 % во вкупниот број** на регистрирани легла во Република Македонија. **Во спортскиот туризам овој вид на рецептивни капацитети многу малку можат да се користат, со оглед на тоа дека во него преовладува и има предност концентрираното сместување.** Дисперзирана разместеност на овие сместувачки единици создава проблеми во тимскиот организациски пристап кој е неопходен како во поглед на престојот на екипи, така во поглед на организирани посети на спортски манифестации.

Во структурата на сместувачките капацитети посебно е проблематичен бројот и учеството на некатегоризирани објекти за сместување. Нивниот број во 2013 год. изнесува 6 002, што е учество од околу 8,54 %. Овие објекти практично се вон функција бидејќи не можат на оптимален начин да се вклучат во туристичкиот промет. За нив не може да се преземе одговорност, во начинот на користење, како во непосредните односи меѓу давателите на услуги и нивните корисници, така во туристичко посредничките активности. Во овој поглед, сепак оптимизам влева тенденцијата на намалување на бројот на легла во вакви капацитети. Во последниве пет години тоа е континуиран процес. Индексот на намалување на овој број во 2013 год., во однос на базната 2009 год. изнесува 75.

**Изразито негативни се состојбите и во поглед на бројот на легла во најприкладните објекти за спортски туризам.** Така, **младинските хотели** бележат само 48 легла. Тоа е маргинално ниско учество во вкупниот број на легла, што значи дека практично и не постојат, а **треба да имаат приоритетен карактер.** Слични состојби бележиме и кај **планинските домови и куќи** во кои се регистрирани само 41 легло, што е исто така **податок со симболична вредност.** Кај оваа категорија сместувачки капацитети дури **постои тенденција на намалување на бројот на легла** наспроти потребата за нивно интензивно зголемување во функција на развој на овој селективен вид туризам. Бројот на легла во детските и младинските одморалишта во 2013 год. изнесува 6 596 што е учество од околу 9,38 %. Анализата на динамиката во последните 5 год. покажува постојано намалување. Индексот на намалување во 2013 год. во однос на 2009 год.

изнесува 9,3. Иако тоа не е рапидно, сепак има негативен карактер во поглед на развојните претпоставки на спортскиот туризам.

**Камповите** се еден од најважните рецептивни ресурси за развој на спортскиот туризам. Транзитноста и дисецираноста на просторот овозможуваат извонредни услови за лоцирање на вакви капацитети. Посебно е важно да се истакне дека изградбата, уредувањето и опремувањето не бара високи инвестициски вложувања како на пример кај хотелското сместување. Со оглед на можностите, бројот на леглата во камповите е релативно мал. **Камповите во 2013 год.** учествуваат со 9 011 легла во вкупниот број на сместувачки капацитети на Република Македонија или со **само 12,82%**. Определени позитивни поместувања во насока на структурално подобрување се присутни, меѓутоа тие се минимални. Така, индексот на зголемување на бројот на легла во 2013 год. во однос на базната 2009 изнесува 103,27.

**Бањското сместување** е карактеристично по можностите за подготовка и подигнување на формата, санирање на повредите и рехабилитација на спортистите. Тоа значи дека има значајна улога во спортскиот туризам. Меѓутоа, сметаме дека овие вредносни потенцијали во Република Македонија не се доволно искористени. Имено, после малиот подем во 2010 год. присутна е стагнација во зголемувањето на бројот на легла. Имено, овој број до 2013 година не се менува и изнесува 1 217 легла. Нивното учество во вкупниот број на сместувачки капацитети во Република Македонија изнесува **само 1,73 %**. Концесионирањето во користењето на термоминералните води во функција на изградба на спа-центри во функција на спортскиот туризам е една од отворените можности за заживување на овој сегмент од туристичката понуда.

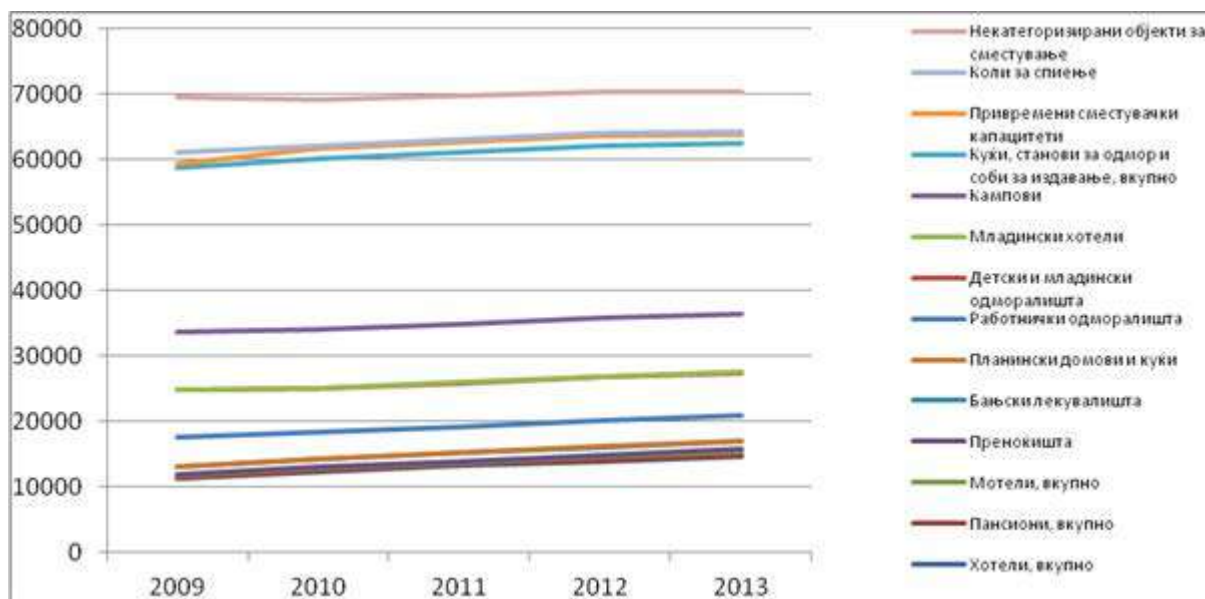
Привремените сместувачки капацитети бележат 1 371 легло, што претставува учество од 1,95 % во вкупниот број на легла. Динамиката во последните години покажува релативна нестабилност, што се должи на специфичноста и лимитираноста на ваквото сместување. Овие капацитети ги опфаќаат пред се **студентските и ученичките домови** и имаат пред се hostelско место во туристичката понуда. Тие се мошне **прикладни за развој на спортскиот туризам**, бидејќи обезбедуваат услови од воспитно-образовен и спортско-рекреативен карактер. Со оглед на тоа дека се работи за привремено сместување, како дополнителна вредност претставуваат цените кои се релативно ниски, што исто така одговара за релативно младата популација - корисници на услуги. Сметаме дека се работи за респектибилен потенцијал, кој треба да се унапредува, затоа што има висок степен на одржливост без релативно високи инвестициски вложувања и со можност за користење на моделот на јавно-приватно партнерство во оваа област.

Хотелското сместување има забележително учество во структурата на овој вид капацитети во Република Македонија. Бројот на легла во 2013 година изнесува 14 724, што претставува учество од 20,95 %. Динамиката на развој покажува позитивна тенденција. Таа е присутна во сите анализирани години. Во 2013 година индексот на

пораќ во овој сектор достигнува 130,22, што може да се оцени како поволност за развој на спортскиот туризам, со оглед на тоа дека токму овој вид на сместување во најголема мерка се користи. Анализата на интераструктурните карактеристики покажува застапеност на сите категории сместувачки капацитети. Најголем број легла се во хотели со четири ѕвездички чии број е 4 170, што е учество од 28,32 %, со три е 3 806 или учество од 25.85 %, со две 3 092 или учество од 21 % и со една 1 916 или учество од 13,01 %, во вкупниот број легла во хотелите. Со оглед на хетерогените можности и барања на корисниците на услугите во спортскиот туризам, ваквата **структура на хотелското сместување овозможува балансиран однос на понудата кон побарувачката**. Меѓутоа, неопходно е постојано да се унапредува квалитетот на услугите. Посебно тоа се однесува на развиениот спорт, кој бара сместување од висока категорија. Тоа значи, дека пледирањето на организација на натпревари, од европски и светски ранг подразбира и ексклузивно сместување. Ексклузивноста е присутна и во други видови туристички активности, така што унапредувањето на овој вид понуда, за развој на спортскиот туризам, има корелативна функционалност.

Погодни сместувачки капацитети за корисниците на услугите во спортскиот туризам, кои се на минување или во транзит претставуваат **мотелските капацитети**. Бројот на легла во овие капацитети во 2013 година изнесува 673 што претставува симболично учество во вкупниот број на легла во Република Македонија, но со позитивна развојна тенденција. Така, индексот на зголемување на овој број во 2013 год. во однос на 2009 год. изнесува 187,47. Сметаме дека е потребно да се динамизира оваа тенденција и да се подобри коњуктурата на мотелскиот сегмент во вкупната сместувачка понуда, како и унапредување на квалитетот на услугите. Ова е посебно важно во просторот на транзитните правци. На вакви локации оптимална е комбинацијата со авто-кампинг формата на сместување, трговска понуда и спортски објекти и опрема. Концесионерскиот пристап треба да биде основна поттикнувачка мерка во унапредувањето на мотелското сместување.

График бр. 2 – Динамика на движење на сместувачките капацитети во функција на спортскиот туризам



Извор: Туризмот во Р. Македонија од 2009 до 2013 г, Државен завод за статистика, Скопје, 2014 г

Графикот бр. 2 ни ги претставува движењата на сместувачките единици во структурална смисла. Од презентацијата може да се види дека тие покажуваат релативно зголемување на бројот на легла. Овие движења влеваат оптимизам дека можеме да очекуваме и во наредниот период да се задржи оваа тенденцијата. Меѓутоа, интензитетот е релативно скуден по сите параметри. Сметаме дека е многу важно да се пристапи кон унапредување на односите во оваа смисла.

### **Опременост на сместувачките капацитети за давање спортски и рекреативно – здравствени услуги**

Развојот на спортскиот туризам е димензиониран, покрај од обемот и квалитетот на сместувањето и од угостителската понуда која подразбира давање на услуги сврзани со опременоста и изграденоста на капацитети за спортски и рекреативни активности. Тие имаат интеракциски карактер и изразита взаемна функционалност. Состојбите во оваа сфера ни овозможуваат да ги утврдиме стратегиските насоки и да дадеме соодветни препораки.

Овие показатели се дадени во табелата бр. 3.



Табела бр. 3 – Број и структура на сместувачки објекти и обем на нивна опременост за давање спортски и рекреативни услуги

Вид на објекти за сместување	Број на објекти	Чамци и едрилици	Отворени базени	Затворени базени	Сауни	Тениски игралишта	Игралишта за кошарка	Терени за мини голф	Игралишта за одбојка	Фудбал	Гимнастика	Фитнес центри	Куглани	Сервиси за спортска опрема	Пристаништа	
															Има	Број на заврзоци
<b>ВКУПНО</b>	<b>383</b>	<b>38</b>	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>23</b>	<b>37</b>	<b>51</b>	<b>5</b>	<b>37</b>	<b>48</b>	<b>8</b>	<b>30</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>67</b>
Hotели, вкупно	147	28	18	9	21	25	16	1	10	13	3	24	4	5	3	49
Hotели*****	9	2	1	3	7	8	1	/	1	2	/	8	/	1	/	/
Hotели****	22	/	6	5	6	7	6	/	4	4	1	11	1	2	2	30
Hotели***	32	1	3	/	3	3	4	/	3	2	/	1	1	1	/	/
Hotели**	52	5	6	/	3	4	1	1	/	1	1	3	2	/	/	/
Hotели*	32	20	2	1	2	3	4	/	2	4	1	1	/	1	1	19
Пансионски	3	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Мотели	8	1	1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Преноќишта	14	/	1	/	/	2	1	1	/	1	1	1	/	/	/	/
Бањски лекувалишта	6	/	1	11	1	/	/	/	1	2	1	2	1	/	/	/
Планински домови и куќи	2	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Работнички одморалишта	84	2	/	/	/	1	4	/	8	5	1	1	/	/	/	/
Детски и младински одморалишта	31	/	/	/	/	2	21	/	9	14	/	/	/	1	/	/
Младински хотели	1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Привремено сместувачки капацитети	3	/	/	/	/	/	/	/	/	1	/	1	/	/	/	/
Коли за спиење	1	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Некатегоризирани објекти за сместување	83	7	5	3	1	7	9	3	9	4	2	1	2	/	2	18

Извор: Собствена анализа базирана на Публикација - Капацитети за сместување во угостителството, состојба, 01.08.2010

Во табелата бр. 3 се дадени податоци за можностите кои во оваа смисла стојат на располагање во кумулативна смисла и по видови сместувачки капацитети. Како евидентирани можности се евидентирани следниве: користење чамци и едрилици, отворени и затворени базени, сауни, тениски игралишта, мини голф, игралишта за одбојка, фудбалски игралишта, игралишта за гимнастика, фитнес центри, куглани, сервиси за изнајмување спортски реквизити и сопствени пристаништа.

**Можноста за користење на чамци и едрилици** има директна врска со подготовките на спортските дисциплини на вода, а како индиректна можност се јавува и во другите

спортови, бидејќи едрењето и веслањето се погодни за унапредување на кондиционата форма и посебно виталноста и функционалноста на организмот на спортистите и другите корисници на услуги. Во Република Македонија можностите за вакви активности во сместувачките капацитети е присутна во 38 од објектите. Ваквата можност е најприсутна во хотелските објекти. Нивно користење е обезбедено во 28 хотели. Негативна околност е што преовладува постоењето на ваква можност во хотелите со една ѕвездичка. Таа е присутна во 20 објекти од оваа категорија. Следи застапеноста на вакви услуги во 5 хотели со две ѕвездички. Хотелите со 4 ѕвездички не нудат вакви активности, а два хотели со 5 ѕвездички ја осмислиле погодноста на чамците и едрилиците како понуда. Со оглед на тоа дека овие услуги се врзуваат за хотели и други објекти лоцирани покрај вода не може да се пледира на широко користење на вакви содржини. Меѓутоа, препорака е, хотелиерите да ги искористат ваквите можности и да ја збогатат својата понуда во функција на развој на спортскиот туризам. Присуството во останатите капацитети е симболично. Тие се јавуваат само еден мотел и две работнички одморалишта. Давањето на вакви услуги во 7 некатегоризирани објекти нема значење, со оглед на тоа дека тие не можат да се вклучат во туристичката понуда.

**Отворените и затворените базени** примарна улога во спортскиот туризам имаат во подготовката и натпреварите во пливачките спортови, али исто така и за унапредување на формата во другите спортови. Анализата на состојбите покажува дека вкупниот број на базени во сместувачките капацитети изнесува 49 од кои 26 се отворени, а 23 затворени.

Во хотелското сместување преовладуваат отворените базени. Нив ги има во 18 хотели, распоредени така што по 6 има во хотелите со пет и две ѕвездички, а другите шест во хотелите со три (3), со еден (2) и четири (1) ѕвездички. Во останатите објекти постои симболична застапеност. Нив ги има во по 1 басен во мотелите, преноќувалиштата и бањските лекувалишта и 5 во некатегоризирани објекти.

Значењето на затворените базени за развој на спортскиот туризам е поголемо, со оглед на тоа дека можат да се користат во текот на целата година, додека на отворените само во летниот период. Затворените базени се застапени во вкупно 23 објекти. Најголем број има во бањските лекувалишта (11), што е и предвидливо со оглед на природата на давање услуги во овие капацитети. Меѓутоа, имајќи во вид дека во Република Македонија има 8 бањски центри оваа коњукура треба да се означи како незадоволителна што упатува на релативно ниско ниво на развој на оваа понуда во бањските центри. Застапеноста на затворените базени во хотелското сместување е исто така недоволна. Само во 9 хотели даваат вакви услуги во хотелите со четири (5), пет (3) и една ѕвезда (1), што ја оцртува скромноста. Само уште три базени се регистрирани во некатегоризирани објекти. Во останатите објекти ваква понуда не постои.

**Наведените податоци ни овозможуваат да констатираме дека опременоста на сместувачките капацитети за давање вакви услуги не е доволна и дека е потребно стимулирање на овој вид понуда.**

**Сауните** се важни за релаксација и унапредување на вкупната психофизичка состојба на спортистите. Анализите покажуваат дека тие се застапени само во хотелското сместување. Исклучок е нивната понуда во бањските лекувалишта и некатегоризираните објекти во кои има само по една сауна. Логична е најголемата застапеност на сауни во хотелите од највисока категорија (7) и оние со четири ѕвездички (6), но и другите капацитети треба да се стремат кон вакви услуги. Резултатите во овој поглед во хотелското сместување се скромни затоа што од вкупно 147 хотелски објекти само 21 има сауна што е процентуално учество од само 14,29 %. Во останатите објекти, регистрирано е само по една сауна во бањските лекувалишта и некатегоризираните објекти, што ја определува симболичноста на овој вид понуда во функција на развој на спортскиот туризам. Сметаме дека е неопходно преземање на стимулативни мерки во оваа насока.

Развојот на спортскиот туризам се наоѓа во директна врска со услугите на користење игралишта од различни спортски дисциплини. Тие овозможуваат содржаен престој на спортисти, придружници и симпатизери.

**Тениските игралишта** се дел од угостителската понуда во вкупно 37 објекти. Тие се најзастапени во хотелското сместување. Нив ги има во 25 хотели. Застапеноста е највисока во хотелите со највисока категорија (во оние со пет - 8 и со четири ѕвездички - 7 игралишта). Во хотелите со три ѕвездички се бележат 3, со две - 4 и со една - 3 тениски игралишта. Застапеноста на тениските игралишта во останатите објекти изнесува: во детските и младинските одморалишта 2 и во работничките одморалишта 1. Нивото на присуство на овие услуги во некатегоризираните објекти е високо.

Во сместувачките комплекси во Република Македонија има вкупно 51 **игралиште за кошарка**. Најголема застапеност се јавува во **детските и младинските одморалишта** (21) и во хотелските комплекси (16), што може да се смета за позитивна околност, која треба и понатака да се унапредува. Но, тие недостасуваат во бањските лекувалишта, младинските хотели и привремените сместувачки капацитети кои се со забележително значење во спортскиот туризам, како и во некои други сместувачки капацитети кои не се од приоритетен карактер (преноќишта, пансиони, мотели). Релативно високо ниво на застапеност на кошаркарски игралишта се јавува во некатегоризираните објекти (9), што исто така бара најпрво нивна категоризација за да можат да се вклучат во туристичката понуда на спортскиот туризам.

**Игралишта за мини голф** во сместувачките капацитети има вкупно 5, што може да се означи како скромна застапеност. Најголем е бројот во рамките на некатегоризираните капацитети во кои застапени се по 3 игралишта и 1 во хотелските комплекси и

преноќиштата, што е неповолна структура. Иако мини голфот има повеќе забавно-рекреативен карактер, тој може да се искористи и како натпреварувачка понуда и да им помогне на спортистите од другите спортови да ги унапредат психофизичките можности. Затоа е неопходно и овој вид на понуда да ги зголеми потенцијалите.

**Одбојкарски игралишта** во сместувачките капацитети во Република Македонија има вкупно 37. Тие се најзастапени во хотелските комплекси (10), комплексите на детските и младинските одморалишта (9) и работничките одморалишта (8). Некатегоризираните објекти имаат 9 вакви игралишта, така што со категоризацијата овие објекти ќе ја зголемат понудата од овој вид на активности. Службената статистика бележи само едно игралиште од овој вид во бањските лекувалишта. Во останатите категории на сместувачки капацитети вакви објекти не се регистрирани. Тоа значи дека е неопходно да се пристапи кон изградба на вакви објекти во комплексите на овие сместувачки капацитети.

Бројот на **фудбалски игралишта** во Република Македонија во сместувачките комплекси е 40. Тие се најзастапени во детските и младинските одморалишта (14) и хотелските комплекси (13). Во работничките одморалишта бројот на фудбалски игралишта изнесува 5, во бањските лекувалишта има 2, а по 1 се регистрирани во преноќиштата и привремените сместувачки капацитети. Во некатегоризираните објекти имаат 4 фудбалски игралишта, така што со категоризацијата на овие објекти ќе се овозможи посодржајна понуда во спортскиот туризам.

**Гимнастички можности** се присутни во 8 објекти во сместувачките капацитети на Република Македонија. Најголем број од нив се застапени во хотелите (3), додека по 1 се регистрирани во преноќиште, бањско лекувалиште и работничко одморалиште. Во некатегоризираните капацитети вакви можности има во 2 објекта. Апсолутните бројки покажуваат дека овој вид на понуда е мошне скромна и дека треба да се унапредува. Поливалентниот спортски карактер на гимнастиката може да биде значаен за содржајноста на понудата од овој вид.

**Фитнес центрите** во сместувачките капацитети се современа форма на понуда. Во Република Македонија тие се застапени во 30 објекти. Преовладува застапеноста во хотелски објекти во кои се регистрирани 24 фитнес центри. Само 2 фитнес центри има регистрирано во бањските лекувалишта и по 1 во преноќилиште, работничко одморалиште, привремен сместувачки капацитет и во некатегоризиран објект. Сметаме дека, овој вид на понуда има скромни карактеристики и дека е потребно да се стимулира затоа што може да се користи во сите спортови.

**Куглањето** има натпреварувачки и забавен карактер така што претставува значајна понуда во спортскиот туризам. Во сместувачките капацитети се регистрирани вкупно 7 куглани. Тие, во најголема мерка се лоцирани во рамките на хотелското сместување (4), во 1 бањско лекувалиште и во 2 некатегоризирани објекти. Овие бројки

покажуваат скромни резултати од овој вид на понуда, што покажува потреба од унапредување на оваа форма.

**Сервисите за изнајмување на спортска опрема** претставува специфична понуда на спортскиот туризам, затоа што претставува услужна дејност која не бара посебни инвестициски вложувања, во рамките на сместувачките капацитети. Меѓутоа, само во 6 објекти постои ваква понуда и тоа во 5 хотели и 1 детско или младинско одморалиште. Тоа зборува за широк простор за делување во оваа насока, бидејќи досегашните резултати од овие активности во спортскиот туризам се скромни, а капацитетите недоволно искористени. Изнајмувањето на спортска опрема може да придонесе да се практикуваат активности во различни спортови без оглед на тоа дали посетителите поседуваат сопствена опрема или не.

**Пристаништата** се во функција на развој на водените спортови, така што таму каде што просторните можности дозволуваат ваква инфраструктура треба да се пристапи кон нивно структурирање. Како сопствени пристаништа во сместувачките комплекси во Република Македонија се регистрирани 5 со вкупно 67 заврзоци. Најголем број имаат хотелските капацитети (3), со 49 заврзоци. Во некатегоризираниите комплекси има 2 сопствени пристаништа, со 18 заврзоци.

Како општи став се наметнува потребата од унапредување на оваа понуда во сите сегменти. Посебно е важно, во функционална смисла, да се изврши категоризација на објектите кои не се категоризирани, да се унапреди квалитетот на понудата и така да се добие повисока категорија. Овие можности, како дел од спортско-туристичката понуда треба да бидат дел од критериумите за категоризација на објектите. Посебно е важно оваа понуда да се унапреди во објектите кои се приоритетно врзани за развојот на спортскиот туризам.

## **РЕГИОНАЛНА РАЗМЕСТЕНОСТ НА СМЕСТУВАЧКИТЕ КАПАЦИТЕТИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

За да може да се согледа концентрацијата на ресурсите за сместување во Република Македонија и за да се утврди потребата од урамнотежување на овој вид понуда за спортски туризам врз територијална основа, потребно е согледување на обемот и динамиката на капацитетите. Тоа ќе даде и основа за проектирање на идни зафати во оваа сфера.

Капацитетите за сместување според статистички региони се дадени во следната табела:

Табела бр. 4 - Капацитети за сместување според статистички региони

Година	2009	2010	2011	2012	2013
	Број на соби				
<b>ВКУПНО</b>	<b>26 390</b>	<b>26 189</b>	<b>26 448</b>	<b>26 877</b>	<b>26 887</b>
Вардарски регион	508	554	589	689	690
Источен регион	598	533	544	599	620
Југозападен регион	16 369	16 013	16 033	16 035	16 050
Југоисточен регион	2 152	2 105	2 277	2 298	2 346
Пелагониски регион	3 102	3 390	3 330	3 497	3 322
Полошки регион	1 080	1 011	1 018	1 014	1 072
Североисточен регион	297	292	302	306	300
Скопски регион	2 284	2 291	2 355	2 439	2 487
	Број на легла				
<b>ВКУПНО</b>	<b>69 561</b>	<b>69 102</b>	<b>69 737</b>	<b>70 287</b>	<b>70 297</b>
Вардарски регион	1 360	1 496	1 701	1 829	1 819
Источен регион	1 718	1 591	1 606	1 721	1 826
Југозападен регион	42 103	41 458	41 454	41 458	41 411
Југоисточен регион	5 750	5 724	6 069	6 088	6 298
Пелагониски регион	8 999	10 229	10 165	10 310	10 001
Полошки регион	3 182	3 057	3 058	3 059	3 153
Североисточен регион	805	633	645	653	647
Скопски регион	5 644	4 914	5 039	5 169	5 142

Извор: Туристички региони во РМ, Државен завод за статистика на РМ, Скопје 2014

Од табелата се гледа дека **доминантно место во поглед на соби и легла зазема Југозападниот плански регион**. Бројот на соби изнесува 16 050, а бројот на легла 41 411. Овој показател зборува за тоа дека најдобра база за развој на спортскиот туризам во поглед на застапеноста и структурата на сместувачките единици поседува токму Југозападниот плански регион. Во тој поглед најзначаен простор опфаќа охридската просторна целина. Близината на Струга овозможува комплементарност и комплексност во спортската туристичка понуда од гледна точка на услови за престој.

Според овие показатели втор регион по сместувачките ресурси е Пелагонискиот плански регион. Ваквата состојба се должи пред се на изграденоста во преспанскиот простор. Меѓутоа, треба да констатираме дека туристичката населба во Преспа скоро и

дека не постои, така што бројот на легла и сместувачки капацитети на западниот брег од Преспанското Езеро треба да се витализира.

**Југоисточниот плански и Скопскиот плански регион имаат забележителна ресурсна основа.** Бројот на соби во Скопскиот плански регион изнесува 2 487, а во Југоисточниот плански регион 2 346, додека бројот на легла во Скопскиот регион изнесува 5 142, а во Југоисточниот регион 6 298. Ваквата разлика помеѓу овие два региони се должи на структурните карактеристики, бидејќи во Скопскиот плански регион преовладуваат хотели со еднокреветно сместување, а во Југоисточниот плански регион одморалишта и кампови. Тоа значи дека **поповолни услови за младински и детски спортски туристички активности има Југоисточниот плански регион, а за ексклузивни спортски натпревари во Скопскиот плански регион.**

Другите региони забележително заостануваат во учеството на сместувачките единици, што зборува за потреба од унапредување на туристичката понуда во овие региони.

## **КВАЛИТАТИВНА АНАЛИЗА ЗА СОСТОЈБИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА**

Квалитативната анализа на состојбите ги опфаќа регулативите, стандардите и документите на спортскиот туризам во Република Македонија. Регулативите претставуваат рамка за функционирање на системите во ова дејност. Тие се однесуваат на регулативи од царинска и визна проблематика, законска природа и светски и домашни усвоени стандарди од оваа област.

Исто така, квалитативната анализа на состојбите на спортскиот туризам во Република Македонија се темели и на методолошкиот пристап кој опфаќа ставови и мислења. Тоа значи дека оваа анализа ги опфаќа резултатите добиени со извршеното интервју за состојбите и перспективите за спортскиот туризам во Република Македонија, карактеристиките на туристичкото посредување во областа на спортскиот туризам и карактеристиките на поврзаноста на спортските објекти и нивното управување при одржување на спортските настани.

### **ЗАКОНСКА РЕГУЛАТИВА**

Поради бројноста и разновидноста на услугите и субјектите во туристичкиот промет како и односите кои произлегуваат, невозможно е на едно место да се постават сите прашања кои се однесуваат на туризмот. Според тоа ни една држава, па ни Република Македонија нема единствен закон кој ја регулира комплетно оваа стопанска гранка, туку одредбите кои се однесуваат на туризмот се растурени низ бројни прописи.

Анализите на законските одредби кои го регулираат одвивањето на спортско – туристичките услуги поместени во Законот за туристичка дејност, Законот за угостителска дејност и Законот за спорт, ги нотираа следниве карактеристики:

- Дефинирањето на „туристичка дејност“ меѓу другото вклучува и организација и реализација на туристички **патувања поврзани со спортување.**
- Законот за туристичка дејност до крај ги регулира обврските на туристичките агенции (вклучува и информации за спортски збиднувања, **давање услуги при организација на спортски манифестации**, како и услуги на туристички водич и туристички придружник).
- Законот определува програмата за полагање на стручниот испит за туристички водич да ја носи високообразовна институција за туризам и угостителство по претходна согласност на релевантно институции од државната управа поврзани со туризмот (образование, животна средина, просторно планирање и култура). **За разлика од прописите за туристички водич на други конкурентни држави на Република Македонија програмата не е поддржана со информации од спортски домен.**
- **Во други видови на туристички услуги вклучени се спортско – рекреативни содржини** базирани на природни ресурсни потенцијали или културни содржини како и изнајмување на соодветна техничка опрема поврзана со реализација на истите. Понудувачот на тие услуги е должен да му обезбеди на корисникот услуги на осигурување од повреда или смрт како безбедносен критериум за поголема конкурентност.
- Меѓу другото, во законската рамка се поместени одредби за специфични форми на туризам како руралниот и еко–туризмот **што дава простор за интервенција на одредби за спортски туризам.**
- Дефинирани е поимот на угостителската активност и класифицирани се сместувачките објекти во неколку категории. Минималните технички услови не се деталзираат во правилникот кој ги дефинира критериумите за различните форми за сместување. **Тоа значи дека недостасува законска поддршка на спортската инфраструктура како обврзувачки сегмент на потребните технички услови за работа, а истите не се ни критериум врзан со категоризација на сместувачкиот капацитет.**
- Дејноста спорт ја вршат спортските здруженија и други правни лица од областа на спортот. За вршење на дејноста спортските здруженија располагаат со соодветна опрема, обезбеден соодветен стручен кадар, да биде дел од организиран систем на натпревари односно спортско – рекреативни активности. Стручни кадри во смисла на законската рамка се лица кои имаат завршено најмалку више образование од областа на спортот како непосредни даватели на спортско – рекреативни услуги. **Ваквата**



**законска обврска овозможува заштита на корисниците од несоодветна услуга од доменот на спортската дејност ако спортските здруженија бидат користени како даватели на услуги во туристичките цели.**

- **Законот не ја регулира другата спортска логистика од аспект на човечки ресурси** како спортска номенклатура покрај професионален спортист и стручно лице – професионален тренер.

## **АНАЛИЗА НА ДОСЕГАШНИТЕ ДОКУМЕНТИ СВРЗАНИ СО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ**

Анализата на документите кои ја третираат материјата на спортскиот туризам покажува дека постојат определени форми на сите нивоа. Меѓутоа, тие најчесто се однесуваат или на туризмот или на спортот одвоено. Но, **не постојат плански документи кои ја третираат интегралноста помеѓу спортот и туризмот, односно кои го третираат спортскиот туризам како посебна категорија.** Единствено спортот во туризмот се третира во планските предвидувања во рамките на локалните нивоа како неизоставна развојна категорија. Исто така, спортот и туризмот се предмет на планирани активности и во рамките на планските региони. На ниво на Република Македонија постои Стратегија за развој на туризмот која треба да се обнови бидејќи рокот изминува. Во оваа Стратегија спортските активности се лоцирани како дел од понудата, но не е дефиниран планскиот пристап за развој на спортскиот туризам како сегментиран вид.

Во областа на спортот на ниво на Република Македонија постојат неколку стратегии кои се однесуваат на развој на спортот и развојот на училишниот спорт. Меѓутоа, во нив се сугерира дека спортскиот туризам ќе даде поголемо искористување на капиталните инвестиции во спортската инфраструктура, како и тоа дека спортскиот туризам ќе биде важен чинител пи организацијата на спортските настани од висок меѓународен карактер. Исто така, се потенцираат и економските придобивки кои би биле дел од развојот на спортскиот туризам во Република Македонија. Особено е важна констатацијата дека постоењето на функционален, целосно усогласен концепт за промоција на спортскиот туризам води до меѓународно етаблирање на ресурсите во Република Македонија во областа на спортот. Во однос на потребите за специјализирани кадри за спорт воочени се потребите за специјализирани кадри во спортскиот туризам. Ова е добра подлога да се пристапи кон согледување на вакви прифатливите содржински заложби на овие стратегии во рамките на креирањето на посебна стратегија за спортски туризам.

## РЕГУЛАТИВИ – ЦАРИНСКИ И ВИЗНИ ФОРМАЛНОСТИ

Република Македонија спаѓа во групата на земји кои визниот режим и царинските формалности во врска со доаѓањето на туристи го има сведено на минимум. Тоа значи дека се работи за отворена држава, во која пристапноста на сите корисници на услуги во спортскиот туризам може на релативно прикладен начин да се добијат, односно Република Македонија да се посети од страна на странските посетители. Посебно е важно да се спомене дека конзулатите и другите надлежни институции се наоѓаат во функција на обезбедување услови на домашните и странските спортисти, навивачи и другите учесници да релативно лесно ги минуваат границите.

### АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ НА ИНТЕРВЈУТО ЗА СОСТОЈБИТЕ И ПЕРСПЕКТИВИТЕ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Со цел да се дојде до релевантни примарни сознанија за состојбите и перспективите на спортскиот туризам во Република Македонија истражувачкиот тим спроведе комбинирано интервју со кое беа опфатени познавателите на прилики од оваа област. Како познаватели на прилики беа вклучени менаџерите на спортските федерации, менаџерите на најзначајните спортски центри во Република Македонија, Агенцијата за млади и спорт и Македонскиот олимписки комитет, менаџерите на големите спортски манифестации на Република Македонија, менаџерите на посебната туристичка понуда и менаџерите на најзначајните туристички асоцијации и стопански комори од областа на туризмот.

Интервјуто содржи два дела. Првиот дел е стандардизирано полуструктурирано интервју, а вториот дел е целосно структурирано.

Прашањата кои беа содржани во ова интервју се однесуваа на следниве тематски подрачја:

- Природа на врските меѓу спортот и туризмот;
- Оценка на состојбите во спортскиот туризам на Република Македонија;
- Планирање на спортскиот туризам;
- Организации и партнерство;
- Човечки ресурси;
- Буџетски карактеристики;
- Приходи и расходи во спортскиот туризам;
- Капацитети за развој на спортскиот туризам и
- Алатки и ресурси за спортскиот туризам.

Овој прашалник е работен по пример на искуствата од земјите кои донесле стратегии за развој на спортскиот туризам и имаат значаен напредок во реализацијата на стратегиските определби.

Во однос на **природата на врските меѓу спортот и туризмот**, најголем број од учесниците во интервјуто одговориле дека нивната организација препознава врски меѓу спортот и туризмот. Спортските субјекти најголем дел од односите ги оствариле со туристичките агенции и сместувачките капацитети. Некои од испитаниците посочиле и специфични односи како што се односите со ловните туроператори, бидејќи природата на работа е од тој карактер. Во одговорите преовладува елементарна соработка која се базира само на задоволување на основни услуги без заедничко планирање. Присутни се и појави на сместувања во рамките на семејства, претежно во училишните спортови. Принципот на сместување е базиран на реципроцитет.

Овие односи од **формална гледна точка** се јавуваат со различен карактер. Доминираат два типа и тоа: **со склучени годишни договори и од време на време**, но со исти субјекти. Објаснувањето на ваквите состојби го гледаме во природата на нивното работење, односно дали тоа се институции кои мораат да распишат тендер или не мораат. Ова ниво на соработка сепак би требало да се унапредува и да се нормира со договори. Проблем во овие односи претставува тоа што приходите кои се остваруваат по основ на давање на туристички услуги се заокружува со договорот како резултат на тендерска постапка и добиена најниска цена. Во тој случај приходите се минимални и не можат да се вратат кај дел од спортските организации. Имено, овде станува збор за типски, посреднички договор на давање на услуги. Затоа треба да се унапредува соработката во содржинска смисла на давање на услуги како би можеле спортските организации (федерации, клубови, здруженија и слично) да имаат активен однос во остварување на приходи од спортскиот туризам. За да се ова реализира неопходно е да се потпишат договори кои ја третираат оваа проблематика (**Договори за организирање патување, Посреднички договори, Договори за соработка, Договори за закуп, Алотмански договори и слично**).

Во врска со **унапредување на спортско – туристичките активности при организација на манифестации** и слично, различните спортски организации соработуваат меѓу себе иако постојат определени резерви и пречки кои треба да се надминат. Овие пречки произлегуваат од конкурентните услови кои постојат на пазарот. Меѓутоа, често патите се упатени едни на други во заеднички интереси, така што кластерскиот пристап би била една од формите за надминување. Добрата соработка е индуцирана пред се од видот на спортот и блискоста меѓу спортовите. Таа соработка некогаш од страна на центрите на даватели на спортски услуги е на ниво на консултативно – информативни активности. Степенот на задоволство од овие односи е оценуван од 1-5. Резултатите покажуваат варијации што значи дека не постои конзистентност во овие меѓусебни интерактивни односи.

**Пречките и проблемите** кои треба да се надминат се од различна природа во областа на спортскиот туризам. Според фреквентноста ги систематизираме на: **финансиска природа, слаба иницијативност, кооперативност и логистика**. Посебно значење има укажувањето на неопходноста од **воведувањето стандарди за професионализам** меѓу засегнатите страни.

**Идејата за формирање кластер на сите засегнати страни во спортскиот туризам во неговото функционирање во најголем број е определена како извонредна идеја што упатува на заклучок дека постои подготвеност да се во овој вид на организациона форма пристапи со поголем ентузијазам.**

Анализата на **добрите страни** во врските со туристичките агенции од страна на познавателите на прилики е акцентирана како **висок професионализам**, кој на спортистите им овозможува растовареност од проблемите со патувањето и престојот, како и другите аспекти на логистичката поддршка. Ова се однесува пред се на **врвните спортови**, додека кај **училишниот спорт** односот на туристичките агенции е карактеристичен по релативно **ниското ниво на квалитет на услуги**. Како најповолна околност која ја забележавме низ овие интервјуа е изразената можност на спонзорство од страна на туристичко-угостителските субјекти. Тоа упатува на можност за активен однос на туристичките чинители и спортските организации.

**Негативните искуства** кај голем број од прашалниците не преовладуваат. Онаму каде што ги има се посочува на немање интерес од страна на туристичките агенции за вклучување во организирањето на манифестациите и настаните, **слаба дистрибуција на промотивни материјали и информации за други комплементарни настани**. Со посебно задоволство констатираме дека сите анкетари сметаат дека спортскиот туризам е важен сегмент во развојот на нивната организација. Тоа укажува на подготвеноста да се унапредува врската меѓу туризмот и спортот во интерес на унапредување и на едниот и на другиот сектор. **Комуникацијата меѓу засегнатите страни на овој простор не е на највисоко ниво и треба да се подобрува.**

На прашањето за **идентификација на целните пазари** најголем број од спортските организации ги посочуваат **земјите од Балканот**. **Домашниот пазар не се акцентира како потенцијал за пласман на спортско – туристичка понуда**. Меѓутоа, сметаме дека тој има круцијална важност во развојот на спортскиот туризам, бидејќи на него свое место можат да најдат пред се масовните форми од типот на училишни спортски игри, студентски спортски игри и сл.

**Иднината на врските меѓу спортските организации и спортскиот туризам**, најголем број од засегнатите страни ја гледаат преку призмата на развојната компонента во нивната цврста соработка кое би креирало **финансиски добивки** за сите засегнати страни. Тоа најчесто би се постигнало со **зголемената масовност во учество на спортските настани и манифестации**.

Во однос на **врсните кои постојат меѓу туризмот и спортот**, автономните коментари се дадени во насока на тоа дека треба да се обединат сите нивоа на општеството од локална самоуправа, држава, хотелиери и агенции и спортски организации во унапредување на оваа дејност. Ова коинцидира со ставот за **создавање на кластерски систем во функционирањето на спортскиот туризам** во Република Македонија кој беше посочен од најголем број на интервјуираните учесници. Дел од коментарите укажуваат на важноста на спортскиот туризам во развојот на руралните средини.

Во однос на генералната оценка на состојбите на спортскиот туризам интервјуираните познаватели на прилики можеа да се определат за прашања кои упатуваат на тоа каде сме сега и каде сметаме дека можеме да стигнеме до 2018 година, која е определена како година за реализација на Потстратегијата. Во тој контекст на испитаниците им беа понудени 4 одговори. Најголем број од нив се определиле за одговорите *„Република Македонија била домаќин на спортски настани, од областа на Вашата организација, од национален и меѓународен карактер, но не вклучила или е со ниско ниво на вклученост на туристичките организации и чинители на туризмот, при организирањето на тие настани“*. Меѓутоа, има и одговори кои значат дека во Република Македонија воопшто нема спортски туризам. Тоа значи дека **Република Македонија била домаќин на спортски настани од национален и меѓународен карактер, но со елементарна вклученост на туристичките организатори и чинители на туризмот при организирањето на настаните**. Овој одговор коинцидира со одговорите кои ги добивме од првиот дел од интервјето.

Ставовите кои се однесуваат на тоа каде можеме да ја видиме оваа соработка до 2018 година на истите прашања се со едно повисоко ниво. Преовладува одговорот кој упатува на тоа дека Република Македонија ќе биде домаќин на спортски настани од соодветните спортски области на национален и меѓународен карактер и ќе има значителни форми на вклученост на туристичките организации и чинители во туризмот. Овој одговор ни два за право да констатираме дека кај засегнатите страни постои оптимизам во поглед на унапредување на односите во спортскиот туризам.

**Планирањето на спортскиот туризам е многу важна активност**. Таа треба да има посебно место во сите организациски сегменти. На прашањето во врска со тоа постојат различни, понекогаш дури дијаметрално спротивни одговори за тоа каде се наоѓаме сега. Тоа шаренило упатува на организираност која има издржано планирање и онаа која е во зачетна фаза.

Оценката пак, за тоа каде можеме да го видиме планирањето во 2018 година е исто така дисонантно. Сите испитаници се определиле за истите ставови како и за состојбите во нивните организации што не дава аргументација за да се очекува напредок во овој поглед. **Затоа сметаме дека е многу важно одржување на семинари, трибини и обуки со кои ќе се укаже на значењето што го има**

**планирањето во спортскиот туризам и значењето што спортскиот туризам може да го има во нивните организации.**

**Организацијата и партнерството** се однесуваа на структурираност на системот на водење на спортскиот туризам и постоење на јадра кои ќе овозможат напредни форми на организираност во оваа дејност. Во таа смисла, испитаниците оценуваа ниво на кое сега се наоѓа Република Македонија. Најголем број од испитаниците се определиле за одговорот со кој упатуваат на тоа дека водењето на спортскиот туризам не го обавува посебна служба. Најголем дел од испитаниците **поддржуваат форма на Асоцијација за одржлив спортски туризам што укажува на потреба од формирање на екстерна организациска структура**. Тоа е добро решение затоа што легитимираниите интерни ресурси ќе бидат водени од други екстерни. Иднината во овој поглед се оценува како поволност која ќе се реализира во создавање екстерни партнерски односи.

Користењето на **човечките ресурси** е едно од најважните компоненти во одржливиот развој на спортскиот туризам. На прашањето да се оцртаат сегашните состојби или каде сме сега најголем број од испитаниците се определиле за одговорот дека **спортскиот туризам е дел од работата за кое е ангажирано едно лице, а која има и други обврски**. Ова може да се оцени како мошне рудиментирана форма на организирање на човечки ресурси и организациска структура. Иднината во оваа смисла до 2018 година, испитаниците различно ја гледаат. Некои од испитаниците сметаат дека спортскиот туризам може да го водат волонтери во нивната организација, додека пак, други предлагаат унапредени форми во кои ќе постои буџетски обезбедена структура во која едно лице целосно ќе се посвети само на спортскиот туризам. Ова не е најнапредна форма, меѓутоа дава позитивна конотација.

Што се однесува до буџетот **најголем број од испитаниците се изјасниле дека во моментот немаат буџет за спортски туризам**. Оние пак, кои се изјасниле дека имаат буџет, тој е поголем од 10.000 евра и ги покриваат годишните традиционални настани и манифестации. Меѓутоа, **постојат федерации и локални самоуправи кои имаат забележително висок буџет за спортски активности**. Нивните буџети се поголеми од 10.000 евра и претставуваат забележителен потенцијал за соединување на спортските со туристичките активности. Иднината во оваа смисла кај спортските федерации со низок буџет се гледа најчесто како непроменлива категорија во идниот период што претставува проблем во развојот на спортскиот туризам.

**Препознавањето на приходите и расходите во спортскиот туризам** и финансиските текови, односно економски резултати од оваа дејност, се многу важни. Со нив се согледуваат придобивките и се подига интересот за спортскиот туризам. На ова прашање состојбите се оценуваат најчесто со ставот дека партнерите, односно засегнатите страни имаат скромно познавање на финансиските текови во спортскиот туризам. Тоа значи дека е **слаба транспарентност и нема јасна слика за бенефитите кои можат да се добијат**. Иднината во оваа смисла до 2018 година се предвидува во

насока на подигање за едно ниво при разбирањето на економските резултати од спортскиот туризам. **Тоа значи дека во иднина ќе се воспостави јасна врска меѓу приходите и расходите со поголемо разбирање од финансиските ефекти од спортскиот туризам.**

Во врска со **капацитети за развој на спортскиот туризам** оценката на состојбите каде сме сега во најголем дел од одговорите е определена со ставот дека **спортските групи се присутни во туризмот, но секоја работи засебно**. Тоа укажува на недоволна кохерентност и парцијално делување што има негативни последици во оваа сфера. Иднината во овој поглед не се гледа во забележително унапредување на состојбите до 2018 година, бидејќи само кај поедини организации прифатена е реорганизација на телата, а со цел да се развие спортскиот туризам.

Во однос на **алатките и ресурсите за развој на спортскиот туризам** најголем број од испитаниците сметаат дека познаваат кои средства треба да се употребат за неговиот развој, а само исклучоци имаат веб-страница за промоција на спортскиот туризам. Иднината се гледа во тоа дека ќе **постојат веб-страни за промоција на спортскиот туризам**. Вака одговара најголем број од испитаниците. Исто така, кај определен број од испитаниците забележан е одговорот дека ќе постои разработен модел во нивната организација за да можат различни групи да нудат или да бидат домаќини на спортски туризам. но и ќе се унапредуваат и другите алатки за развој.

#### **АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОД РЕАЛИЗИРАНОТО ИНТЕРВЈУТО СО ТУРИСТИЧКИТЕ АГЕНЦИИ ЗА СОСТОЈБИТЕ И ПЕРСПЕКТИВИТЕ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

За да можеме да ги споредиме ставовите и мислењата на познавателите на приликите од спортските организации со чинителите во туристичката организираност во Република Македонија спроведовме интервју со најзначајните туристички агенции кои имаат учество во активностите од областа на спортскиот туризам.

Прашањата кои беа содржани во ова интервју се однесуваа на следниве тематски подрачја:

- Оценка на состојбите во односите со спортските организации во Република Македонија (ниво и форми на соработка);
- Форми на самостојна организација на спортски настани и манифестации од страна на туристичките агенции;
- Партнерско учество во организација на спортски настани и манифестации заедно со спортски организации;
- Посреднички активности во разни форми поврзани со спортски активности;

- Учество во промотивни активности;
- Креирање на туристички аранжмани во кои спортот е една од содржините и ангажирање на тематски туристички водичи од областа на спортот;
- Форми на изнајмување спортска опрема и реквизити и продажба на стоки поврзани со спортскиот туризам (сувенири, публикации);
- Оцена на кластерски пристап;
- Целни пазари;
- Перспективи на спортскиот туризам.

Во врска со нивото на односите со спортските организации во Република Македонија најголем број на **туристичките агенции имаат односи со спортските организации**. Тоа се однесува на односи скоро со сите спортски здруженија (федерации и клубови). Овие односи се најчесто **регулирани со склучени писмени договори** што е совпаѓа со ставовите и на спортските федерации. Најголем број од **туристичките агенции имаат позитивни искуства од односите со спортските организации**. Во овој поглед позитивните страни се гледаат во зголемувањето на продажбата и ефектите кои таа ги повлекува. Исто така, се нотирани определени **негативни искуства** кои се во помал број. Тие главно се однесуваат на **ненавремено плаќање** на извршените услуги од страна на спортските организации. Овој проблем ќе се разреши со донесувањето на Законот за финансиска дисциплина. **Навивачите и навивачките групи како предмет на овие односи им создаваат тешкотии во реализацијата, како на туристичките агенции, така и на спортските организации, затоа е потребно благовремено санирање на проблемите од страна на државата**. Примената на Законот за спречување на недостојно однесување ќе овозможи надминување на овие состојби.

Во врска со самостојната организација на спортските настани и манифестации, најголем број од туристичките агенции одговориле дека самостојно не организираат, со исклучок на некои позитивни примери (Синдикални спортски игри на пошти).

Во овој контекст влегува и **партнерското учество во организација на спортски настани** и манифестации заедно со спортски организации кое не е застапено во изразита мерка, но и во овој поглед постојат определени форми кои заслужуваат внимание (организација на патувања и излети за спортисти и навивачи). **Не се застапени можните партнерски форми** како на пример: организација на студиски и стручни собири и конференции, организација на тематски екскурзии сврзани со спортот и учество во организација на настани од страна на спортските организации.

**Посреднички активности** во разни форми поврзани со спортски активности е **најзастапено** и тоа се однесува на следниве облици: **продажба на билети, продажба на билети за превоз, трансфери, изнајмување на превозни средства, чартери и билети за посета на спортски настани**. Постојат појави на посредувањето во ангажирање на сместувачки капацитети и ресторански услуги за спортистите и



навивачите, а во определени случаи дури се утврдува и менито кое може да се користи.

**Учество во промотивни активности се сведува на сопствените аранжмани претежно за надвор од државата (outgoing).**

**Креирањето на туристички аранжмани** во кои спортот е една од содржините е **малку застапена**, и тоа само кај определен број на интервјуирани носители на туристичко-агенциската дејност. Во овој поглед слаба страна е што не постојат специјализирани водичи кои можат да се вклучат во спортскиот туризам, така што оваа функција ја обавуваат водичи од општ профил. Исклучок се планинските водичи кои се ангажираат од страна на туристичките агенции.

Формите на изнајмување спортска опрема и реквизити и продажба на стоки поврзани со спортскиот туризам (сувенири, публикации) не се детектирани во ова интервју.

**Оцената за примена на кластерскиот пристап и формирање на кластер за спортски пристап е прифатена** иако во Република Македонија тој не постои.

Како **целни пазари** се определени Република Македонија, **земјите од Балканскиот Полуостров и земјите од Европа** што се поклопува со ставовите на спортските организации

**Спортскиот туризам е оценет како перспектива во развојот на туризмот во целина во Република Македонија.**

## **КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА НА СОСТОЈБИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА**

Квантитативната анализа на состојбите во Република Македонија ги опфаќа карактеристиките кои се однесуваат на остварувањата на туризмот во целина и параметрите кои ја определуваат улогата на спортскиот туризам во овие движења. Тоа значи дека е извршена анализа на туристичката потрошувачка врз база на податоците кои ги даваат релевантните институции и анализа на учеството на туристи кои во посетата приоритет даваат на спортските и рекреативните активности. Бидејќи Југозападниот регион е репрезентативен во поглед на посетеноста и реализираната потрошувачка тој ни послужи како индикатор за учеството на спортскиот туризам во вкупната туристичка потрошувачка.

Исто така, сметајќи дека задоволството е одраз на вкупните состојби во рамките на спортот и рекреацијата извршивме и квантитативна анализа на степенот на задоволство од потенцијалите во оваа сфера.

## ВКУПНА ТУРИСТИЧКА ПОТРОШУВАЧКА

Туристичката потрошувачка во спортскиот туризам претставува одраз на реализираните активности и користените услуги. Овие индикатори ни овозможуваат да ја осмислиме важноста на овој вид туризам во вкупните економски резултати кои се постигнуваат врз оваа основа. Параметрите до кои дојдовме сметаме дека се најрелевантни бидејќи ги дава Народна Банка на Република Македонија. Тие ни покажуваат дека остварената туристичка потрошува во 2013 година изнесувала **149.191.538 УС долари**. Дневната потрошувачка изнесува **69,16 УС долари**.

Добиените показатели за потрошувачката во спортскиот туризам се совпаѓа со туристичката потрошувачка и изнесува околу 70 долари по едно ноќевање. **Карактеристично е дека 40,55 УС долари во спортскиот туризам припаѓа на вонпансионската потрошувачка**. Со оглед на тоа дека навивачите и спортистите се релативно млада популација, можеме да заклучиме дека нивните потреби се поголеми што зборува и за **повисока потрошувачка во однос на другите туристи**. Ова наведува на заклучок дека развојот на спортскиот туризам во поглед на реализираните придобивки има забележително место во вкупните резултати од развојот на туристичката дејност.

## УЧЕСТВО НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО ТУРИСТИЧКАТА ПОТРОШУВАЧКА

Анализите кои ги вршевме во Југозападниот плански регион покажуваат дека **учеството на туристи кои ја посетиле Република Македонија поради спорт и спортски активности е релативно ниско и изнесува околу 1 %**. Аналогно на тоа можеме да претпоставиме дека вкупната потрошувачка во спортскиот туризам изнесува 1.491.915 УС долари што претставува многу ниско учество и отвора простор за унапредување на спортскиот туризам. До овој индикатор дојдовме преку извршените анкетни истражувања. На испитаниците им поставивме прашање за причините за нивната посета на регионот.

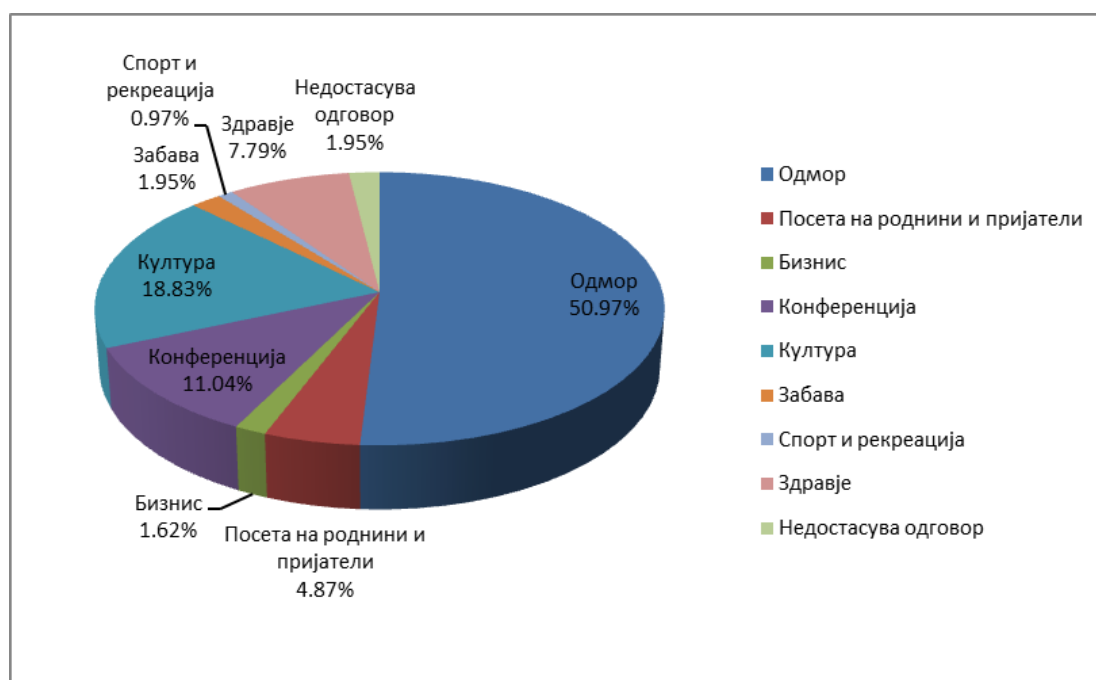
Од сите испитаници 1,9 % не одговориле на прашањето. Најголем дел од испитаниците - 51% го посетиле туристичкото место за одмор. Втора причина за посета на туристичкото место е посета на културно наследство и манифестации од областа на културата. Потоа следи бројот на испитаници кои го посетиле туристичкото место поради учество на конференции. Најмал број од посетителите како причина за посета навеле спорт и рекреација (1 %). Причината здравје е избрана од страна на 7,8 % испитаници.

Табела бр. 5 – Резултати од прашањето „Која е причината за Вашата посета на регионот?“

Причини за посета		Фреквенција	Процент	Валиден процент
Валидни	Одмор	157	51.0	52.0
	Посета на роднини и пријатели	15	4.9	5.0
	Бизнис	5	1.6	1.7
	Конференција	34	11.0	11.3
	Култура	58	18.8	19.2
	Забава	6	1.9	2.0
	Спорт и рекреација	3	1.0	1.0
	Здравје	24	7.8	7.9
	Вкупно	302	98.1	100.0
	Недостасува	Одговор	6	1.9
Вкупно		308	100.0	

Извор: Студија за туристичките потенцијали на Југозападниот плански регион, Охрид, 2013

График бр. 3 – Процентуален преглед на причините за посета на посетителите во регионот



Извор: Студија за туристичките потенцијали на Југозападниот плански регион, Охрид, 2013

## КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА НА ИНДИКАТОРИТЕ ЗА УТВРДУВАЊЕ НА СТЕПЕНОТ НА ЗАДОВОЛСТВО ОД МОЖНОСТА ЗА РЕКРЕАЦИЈА ВО ТУРИСТИЧКИОТ РЕГИОН ЈЗПР

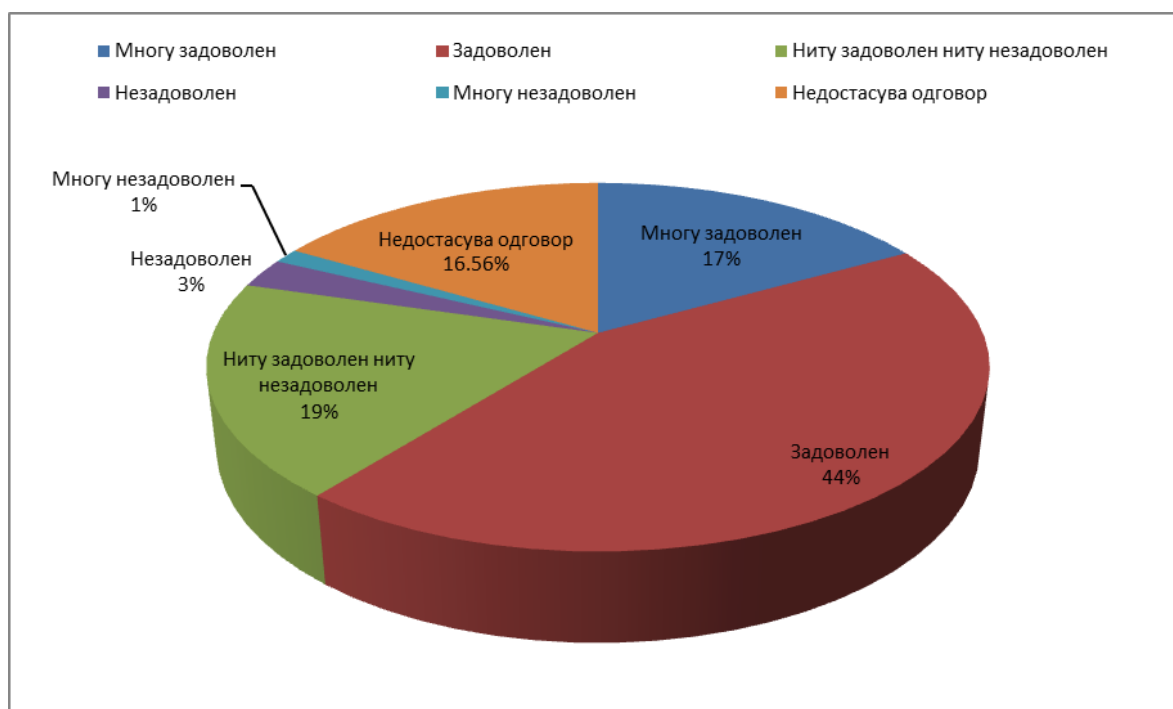
Нивото на задоволство од можностите за рекреација го утврдивме врз основа на анкетниот прашалник. Понудени беа алтернативни одговори степенувани од многу незадоволен до многу задоволен. Овие резултати се дадени во следната табела:

Табела бр. 6 - Резултати од прашањето „Колкав е степенот на задоволство од можностите за рекреација во туристичкото место“

Ниво на задоволство		Фреквенција	Процент	Валиден процент
Валидни	Многу задоволен	52	16.9	20.2
	Задоволен	135	43.8	52.5
	Ниту задоволен ниту незадоволен	58	18.8	22.6
	Незадоволен	8	2.6	3.1
	Многу незадоволен	4	1.3	1.6
	Вкупно	257	83.4	100.0
	Недостасува Одговор	51	16.6	
Вкупно		308	100.0	
Средна оценка и стандардна девијација		$\bar{x} = 2.132$	$\sigma = 0,823$	

Извор: Студија за туристичките потенцијали на Југозападниот плански регион, Охрид, 2013

График бр. 4 – Процентуален преглед на степенот на задоволство од можностите за рекреација



Извор: Студија за туристичките потенцијали на Југозападниот плански регион, Охрид, 2013

На второ место според број на избрани одговори (18,8%) е неутралниот одговор. Многу задоволни се 16,9% испитаници. Негативен став по ова прашање имаат 3,9% испитаници.

Испитаниците кои одговориле негативно имаат забелешка на разновидноста од рекреативните можности. Според мислењето на испитаниците очекуваат повеќе водени рекреации, можност за едрење, миниголф терени.

Дел од испитаниците кои се изјаснале како задоволни или многу задоволни како позитивен пример на рекреација ја навеле обуката за нуркање која се нуди на туристите.

## ТРЕНДОВИ ВО ТУРИЗМОТ

Трендовите во туризмот произлегуваат од анализата на туристичкиот промет во Република Македонија. Тој ни ги дава општите тенденции. Меѓутоа туристичката побарувачка во спортскиот туризам е содржана во општата побарувачка со издвојување на сегменти кои се важни во контекст на улогата што ја има спортот во оваа сфера. Туристичката побарувачка се однесува како на домашниот, така и на странскиот туристички пазар. Анализите се вршени според параметрите на

туристичката посетеност и престој во 5-годишниот период (2009-2013 г.). Вкупната посетеност и престој се дадени во следнава табела:

Табела бр. 7 - Доаѓања и ноќевања на туристи, 2009-2013 г.

	Број на туристи			Ноќевања на туристи		
	Вкупно	домашни	странски	вкупно	домашни	странски
2009	587 770	328 566	259 204	2 101 606	1 517 810	583 796
2010	586 241	324 545	261 696	2 020 217	1 461 185	559 032
2011	647 568	320 097	327 471	2 173 034	1 417 868	755 166
2012	663 633	312 274	351 359	2 151 692	1 339 946	811 746
2013	701 794	302 114	399 680	2 157 175	1 275 800	881 375

Извор: Туристички региони на РМ, Државен завод за статистика, Скопје 2014

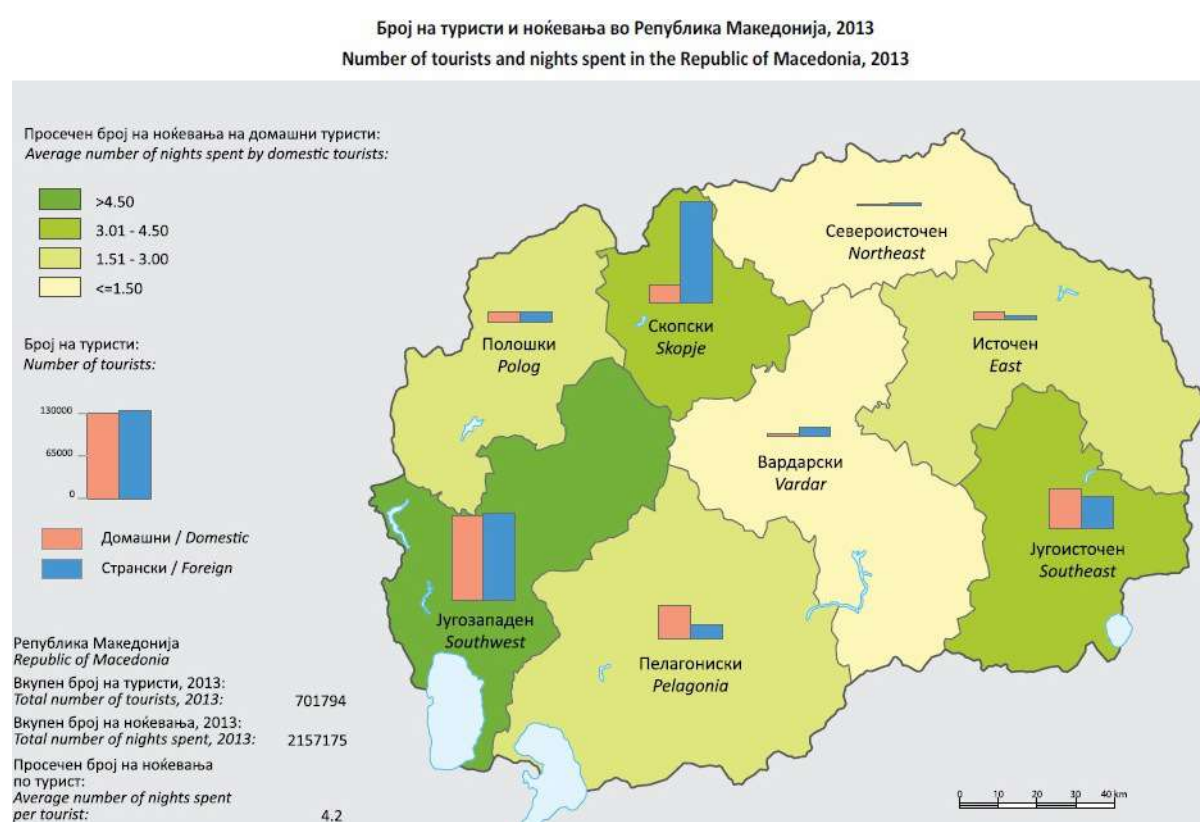
**Од табеларниот преглед може да се види дека е присутно зголемување на посетеноста во последните анализирани години.** Така, вкупниот број на посетители се зголемил од 587 770 во 2009 год. на 701 794 во 2013 год. Ова е зголемување од индекс 101,2. Посебно е значајно да се констатира дека **забележително е покачување на посетеноста од страна на странските туристи.** Бројот на странски посетители се зголемил на 399 680 во 2013 год. во однос во 2009 год. кога се забележани 259 204 туристи. Тоа е **зголемување од 101,5.** Ова се должи пред се на мерките преземени од Владата на Република Македонија за субвенционирање и генерално поттикнување на странската туристичка посетеност. Ваквите движења ќе имаат и позитивен одраз и на спортскиот туризам. Кај домашната посетеност се бележи благо намалување на посетеноста. Спортскиот туризам во оваа смисла треба да има значајна улога, бидејќи посебно домашната посетеност може да се стимулира со спортски форми на туристичка понуда.

**Анализата на посетеноста покажува дека најголем интерес за посета на Република Македонија се реализира во месеците јули и август со што се утврдува сезоналниот карактер на посетеност.** Во тој период побарувачката е забележително нагласена. Имено, посетеноста на домашните и странските туристи во месеците декември, јануари и февруари изнесува 12,92 % од вкупната посетеност во Република Македонија, додека летните месеци учествуваат со 87,02 %.

Во месеците април, мај, јуни, септември, октомври и ноември туристичката побарувачка се намалува за 51,98 %. Тоа го обележува вонсезонскиот период на туристичката побарувачка за посета на Република Македонија. Спортскиот туризам пак, кој ги опфаќа спортовите кои не зависат од задржувањето на снежната покривка се лоцира токму во овие месеци. Тоа значи дека развојот на спортскиот туризам може да биде фактор во урамнотежувањето на коњуктурата по месеци и намалување на проблемот на сезоналност на туризмот во Република Македонија на општ план.

Спортскиот туризам во функција на анулирање на сезоналноста е посебно значаен од гледна точка на зимски спортски активности. Тој се одвива во периодот кога е и најмала посетеноста што значи дека користењето на атрактивните потенцијали и издржаниот организациски пристап може да придонесе овој дел од годината да се покрие со забележителни туристички активности. Во прилог на овој став оди и сознанието дека тој временски интервал соодветствува и со подготвителниот период на поголемиот број на спортски гранки согласно годишниот тренажен циклус, а не се врзани со задржувањето на снежната покривка и другите климатски услови.

График бр. 5 – Број на туристи и ноќевања во Република Македонија по региони



Извор: Туристички региони на РМ, Државен завод за статистика, Скопје 2014

## АНАЛИЗА И ДИЈАГНОЗА (АНАЛИЗА НА ПРОДУКТНАТА ТУРИСТИЧКА ПОНУДА)

Анализата и дијагнозата се однесува на предностите и недостатоците кои се јавуваат во сферата на туристичката понуда обликувана како можност за формирање посебни туристички продукти во различни сфери на туристичката дејност. Тоа подразбира дека во утврдувањето на продуктната туристичка понуда свое место ќе најде како примарниот така и секундарниот сектор.

## АНАЛИЗА НА ПОНУДАТА НА ПРИМАРНИОТ СЕКТОР

Во рамките на примарниот сектор на спортскиот туризам се опфатени состојбите на транспортната инфраструктура и квалитетот на сообраќајна поврзаност, електронска комуникација, комунална уреденост и инфраструктурна опременост како услов за изградба на објекти и уредени локалитети. Анализата на примарната понуда ги опфаќа и карактеристиките на просторната функционалност, природните ресурси и човечките потенцијали.

Спортските манифестации се едни од најважните сегменти на туристичката понуда како примарна категорија. Нивната улога е содржана во учеството на спортистите и логистиката и посетителите кои се присутни на нивното одржување. Манифестациите се плод на односите кои се воспоставуваат меѓу спортските и туристичките работници и нивните организации.

### **Состојба на транспортната инфраструктура како фактор за развој на спортскиот туризам во Република Македонија**

Транспортната инфраструктура претставува фактор од круцијална важност на туризмот во целина и за сите селективни видови кои се диференцираат по различна основа. Според тоа, во оваа група влегува и спортскиот туризам. Сите инфраструктурални сообраќајни комуникации имаат влијание врз спортскиот туризам. Затоа е неопходно да се согледаат состојбите во поглед на должината на поврзаност и квалитетот на комуникациите.

**Железничкиот сообраќај** како еден од најсовремените комуникации во развиениот Свет може да има исклучително важна улога во поглед на масовноста во превозот која е карактеристична за превоз пред се на навивачки групи во спортскиот туризам. Затоа треба да му се придаде сериозно значење. Меѓутоа, анализите покажуваат дека во последните 5 години имаме евидентна стагнација на изграденоста на пруги. Вкупната должина не се менува во целиот анализиран период и изнесува 699 км. Бројот на превезени патници со железница е во забележителен пад. Така што од 1 523 превезени патници во 2009 година тој се намалил на 853 патници. Овој индикатор упатува на тоа дека **железницата претставува сериозна пречка за развој на спортскиот туризам**, особено врвниот кој се однесува на големи спортски манифестации.

Постојат програми за унапредување на железничкиот сообраќај во Република Македонија на правецот Север - Југ, како и магистралата Исток – Запад, меѓутоа во овој стратешки период не можеме да очекуваме сериозни подобрувања во оваа смисла.



Улогата на **патниот сообраќај** во Република Македонија во поглед на развојот на спортскиот туризам е исто така значајна. Анализата покажува дека вкупниот број на километри има нагорен тренд. Во овој 5-годишен период дошло до релативно мало зголемување на должината на патната комуникација. Така, индексот на зголемување во 2013 год. во однос на базната 2009 год. изнесува 101,02. Пораст на бројот на километри е забележан кај категоријата патишта од асфалт, бетон и коцка што е позитивна тенденција. Исто така, позитивна е тенденцијата на намалување на макадамски, земјени и непресечени патишта. Во поглед на структурата на поврзаноста загрижувачки е фактот дека **високо учество имаат макадамските, земјените и непресечените патишта кои учествуваат со 39,5 % во вкупната должина** на категоризирани патишта во Република Македонија. Сметаме дека **оваа категорија на патишта може да се искористи за трасирање на пешачки патеки и планински велосипедизам што може да биде во функција на развој специфични алтернативни форми на спортски туризам** (планински велосипедизам, крос-кантри спортови и други).

Изградбата на магистрални, регионални, автопатишта и меѓународни Е-патишта ќе овозможат полесен пристап на туристите и навивачите до туристичките локалитети и објекти од овој вид. Локалните пак, патишта треба да се унапредат во функција на интерна комуникативност како дел од туристичката понуда.

Во регионална смисла, најповолни се можностите во Полошкиот и Скопскиот регион кои што имаат најразвиена локална патна мрежа во 2013 година.

Посебно е важно во поглед на користењето на комуникативноста, а во врска со квалитетот на искуството или доживувањето на посетителите на спортски и рекреативни активности, да се води сметка за **еколошките стандарди, опрема за депонирање на отпадоци, како и одржување на патеките** кои инаку можат да се вклучат во спортскиот туризам. Индикативно е дека макадамските, **непресечените и земјени патишта кои можат да имаат ваква вредност најчесто се простор во кој се одложува цврст отпад.**

**Во сообраќајот по вода** карактеристика е нестабилност во превозот. Причина лежи во сообраќајната незгода која се случи во 2009 година од кога започнува рапидно намалување на бројот на превезени патници. До 2012 год. бројот се намалил на 17 690 патници од 62 530 во 2009 год. **Во 2013 год. веќе доаѓа до забележително зголемување на бројот во превезени патници.** Овој број изнесува 31 660 патници. Бидејќи превозот по вода има значајна улога за развој на спортовите на вода и бидејќи овој превоз може да го користат и другите спортисти, сметаме дека е многу важно да се посвети внимание на неговото унапредување. Меѓутоа, загрижува фактот дека бројот на поминати патнички километри во овој превоз постојано се намалува и од 2 414 км во 2009 год. се сведол на 608 км во 2013 год. Оптимизам влева фактот на

отворање на меѓународната езерска линија од Охрид до Поградец, која ќе овозможи подобрување на оваа комуникација.

**Авионскиот превоз** во Република Македонија е најважен превоз за масовен превоз кој е карактеристичен за спортскиот туризам со оглед на состојбите во железничкиот сообраќај. Затоа е важно да се посвети внимание на организација на чартер-тури и нискобуџетски превоз на аеродромите во Скопје и Охрид. Посебно важно е да се активира охридскиот аеродром кој заостанува во оваа смисла. Постојат интенции дека може да дојде до субвенционирање на нискобуџетскиот превоз од страна на општините во Југозападниот плански регион што може да се оцени како позитивна околност во унапредувањето на авионскиот превоз.

Спортските аеродроми се важна атрактивно-ресурска основа за овој вид на спортови (падобранство и едриличарство).

### ***Електронска комуникација***

**Покриеноста со интернет, особено со широкопојасно поврзување е на добро ниво кое што не би требало да претставува пречка за развој на спортскиот туризам.** Во оваа смисла, води Скопскиот регион каде што е забележано користење на широкопојасен интернет од страна на домаќинството во просек од 15% што значи дека дава можности. Придобивките од ваквата покриеност на Република Македонија со интернет комуникација се сметаат за многу значајни, затоа што тоа е најсовремено средство за разрешување на сите организациски предуслови за развој на овој вид туризам. Интернетот овозможува меѓусебна комуникација меѓу спортските и туристичките организации и ги премостува проблемите кои се јавуваат во користењето на издвоени услуги на спортскиот туризам.

Домаќинствата кои користеле компјутери и интернет во Република Македонија е релативно голема и изнесува околу 66 % што може да се оцени како исклучително високо ниво на застапеноста на интернетот на овој вид комуникација. Тоа отвора **можност за онлајн – резервации и промотивни активности од највисок вид на квалитет.**

### ***Инфраструктурна основа за лоцирање на капацитетите од спортскиот туризам***

Под капацитети од спортскиот туризам подразбираме спортски терени, објекти и локалитети во кои може да се одвиваат спортски активности од различни видови. Исто

така, како капацитети се сметаат туристички објекти во кои постојат можности за користење на услуги кои би биле во функција на спортскиот туризам.

Подлогата за изградба на објекти во функција на развој на спортскиот туризам треба да се бара во инфраструктурната уреденост и опременост на просторот која е во надлежност на локалните самоуправи во рамките на планските региони. Состојбите во оваа смисла ги покажуваат следниве параметри:

- **Водоснабдувањето** се оценува според процентот на расположливи инсталации на довод на вода. Врз основа на Предлог стратегијата за регионален развој на Република Македонија од 2009-2019 год. националниот просек на расположливост со инсталации за довод на вода изнесува 95.6 %. Овој податок ни зборува дека **постои извонредна основа за лоцирање на објекти во функција на спортскиот туризам.**
- **Одведување и пречистување на отпадни води.** Покриеноста на населението со системи за одведување на отпадните комунални води во урбаните центри се движи од 60 % до 100 %. Тоа значи дека **во определени целини не постои одведување и пречистување на отпадните води што треба да се артикулира при определбата за изградба на капацитети во функција на спортскиот туризам.** Меѓутоа, покриеноста на населението со станици за пречистување на отпадните води на ниво на Македонија изнесува 12.5% што е загрижувачки податок.

### **Туристичко – географска положба на Република Македонија во функција на развојот на спортскиот туризам**

Република Македонија спаѓа во групата на земји со нагласени функционални белези на туристичко - географската положба. Централната позиција на Балканскиот Полуостров и овозможува забележителна комуникативност. Со оглед на тоа дека спортскиот туризам претставува хетерогена, селективна форма која во голема мерка зависи од овие компоненти. Како вредности од функционален карактер се вбројуваат формите на користење во спортскиот туризам. Од тоа произлегува оценката на степенот на користење на овие вредности.

Табела бр. 8 – Функционалност на туристичко – географската положба на Република Македонија во функција на спортскиот туризам

Функционалност на туристичко – географска положба	Форми на користење во спортскиот туризам	Оценка на степенот на користење
Контактност	Можност за билатерални заеднички спортско - туристички производи со соседни земји Организација на Балкански спортски манифестации со учество на спортски и туристички организации.	Релативно ниско ниво на креирани вакви производи  Присуство на првенства и други натпревари (реви, семинари, кампови), но со слабо учество на туристичка организација .
Поливалентност	Можност за креирање на спортско – туристички производи во кои покрај вредностите што ги поседува РМ ќе се користат и вредности на окружувањето (на пр. вредностите на морето).	Слаба појава на поливалентни спортско – туристички аранжмани.
Транзитност	Користење на транзитниот простор за лоцирање на авто-кампови и мотелски објекти со спортско-туристички содржини и изградба на аква-центри. Можност за претставување пред спортистите, навивачите и туристите на вредностите на РМ кои можат да бидат во функција на развој на спортскиот туризам на интернационален план .	Слаба искористеност на можностите.  Слаба застапеност на информативни пунктови долж транзитните коридори на РМ.

Во врска со контактоста карактеристично е дека постои можност за билатерални заеднички спортско - туристички производи со соседните земји и водење меѓугранични развојни политики. Примери за тоа се ИПА – фондовите кои се пристапни и во областа на спортскиот туризам.

Поливалентноста овозможува да се креираат производи во спортскиот туризам врз база на комплексност и комплементарност, а тоа значи дека оние ресурси кои ги нема во нашата држава да се надополнуваат со ресурси од другите држави и обратно.

Транзитноста е многу важна бидејќи не само што овозможува проодност на спортистите, навивачите и другите чинители на спортскиот туризам и што врз таа основа можат да се искористат ресурсите кои се лоцирани во транзитниот простор и околу него, туку и да се отвори инвестициона активност во изградба на супраструктура сврзана со спортскиот туризам на самите транзитни правци.

Природните вредности се обработени на начин да се потенцира атрактивноста, можноста за користење во спортскиот туризам на атрактивните компоненти и да се оцени вредноста на користење. Овие показатели се дадени во табелите ја

обработуваат атрактивноста во геоморфолошката и хидрографската сфера. Во овој поглед важни се климатските услови како подлога за развој на рекреативните и спортските активности.

Табела бр. 9 – Геоморфолошки атрактивности на Република Македонија во функција на спортскиот туризам

Геоморфолошки атрактивности	Атрактивност (објекти, локалитети)	Можности за користење во спортскиот туризам	Оценка на вредноста на користење во спортскиот туризам
Планини	14 високи планини со над 40 врвови чија височина изнесува над 2.000 м.н.в. Кораб (Голем Кораб 2.764 м.), Шар Планина (Титов Врв 2.747 м.), Баба (Пелистер 2.601 м.), Јакупица (Солунска Глава 2.539 м.), Нице (Кајмакчалан 2.520 м.), Дешат (Веливар 2.373 м.), Стогово (Бик Дорук 2.268 м.), Галичица (Кота 2.265 м.), Јабланица (Црн Врв 2.257 м.), Осогово (Руен 2.252 м.), Бистра (Меденица 2.163 м.), Кожуф (Дудица 2.132 м.), Сува Гора (Добра Вода 2.062 м.), и Беласица	<p>Можности за активности на скијање за спортисти и рекреативци</p> <p>Скијачки дисциплини</p> <p>Алпинистички активности (качување по карпи) на спортисти и рекреативци</p> <p>Пешачење и планинарење (натпреварување во ориентација во просторот)</p> <p>Алтернативни натпреварувачки форми на планинско спортување (сноубординг, планински бординг, возење моторни санки санкање со кучиња, мотокрос и четирицикли, планински бординг, зорбинг, планински велосипедизам, параглајдинг, хенг-глајдинг, банџи скокови BASE-скокови, wing suit – скокови, спуштање и качување со јаже, планински мотокрос).</p>	<p>Застапеност во 7 зимско – спортски центри (Попова Шапка на Шар Планина, Маврово на Бистра, Крушево на Бушева Планина, Пелистер на Баба, Пониква на Осоговските Планини, Голак и Кожуф) - организација на национални шампионати во скијачки дисциплини</p> <p>Застапеност само во 2 центри (Попова Шапка и Маврово)- организација на интернационални натпревари и турнири</p> <p>Присутно на сите планини без натпреварувачки карактер</p> <p>Присутно на сите планини без натпреварувачки карактер</p> <p>Генерална слаба застапеност со исклучоци како: Крушево и Галичица – параглајдинг, Водно – планински велосипедизам, Кичево – мотокрос,</p>
Клисури и кањони	14 поголеми клисури и кањони Радика (Барич), Дервенска, Таорска, Демиркаписка, Матка, Скочивирската,	Алпинистички активности (качување по карпи) на спортисти и рекреативци	Генерална слаба застапеност со исклучоци како: Матка и Демир Капија.

	Црн Дрим, Бабуна, Бродска, Кључка, Истибањска клизура		
--	---	--	--

Од табеларниот приказ се гледа дека Република Македонија е исклучително богата со геоморфолошки ресурси во функција на спортскиот туризам. Овие атрактивности можат успешно да се вклучат во различни активности во спортот и туристичката понуда сврзана со него. Оценките на вредностите ни овозможуваат да низ анализите дојдеме до проекции на начините на користење во стратегиски определениот период.

Табела бр. 10 – Хидрографски атрактивности во Република Македонија во функција на спортскиот туризам

Хидрографски атрактивности	Атрактивност (објекти, локалитети)	Можности за користење во спортскиот туризам	Оценка на вредноста на користење во спортскиот туризам
Тектонски езера	3 тектонски езера: Охридско, Преспанско и Дојранско Езеро	<p>Пливачки активности (маратон, далечинско пливање)</p> <p>Веслање (кајак и кану) и едрење</p> <p>Спортски риболов</p> <p>Крајбрежни активности на копно (одбојка на песок, фудбал на песок).</p> <p>Алтернативни (скијање на вода, нуркање, сурфање, летање со штица – flyboarding, сурфање со падобран-parasailing, сурфање со змеј-kitesurfing, трки со моторни чамци, скутер на вода)</p>	<p>Интернационални застапени се на Охридско Езеро и национални на Дојранско и Преспанско Езеро.</p> <p>Интернационални натпревари на Охридско Езеро. Национални натпревари на Дојранско и Преспанско Езеро.</p> <p>Застапени на сите езера со интернационални карактеристики</p> <p>Национални и интернационални натпревари на сите езера.</p> <p>Слаба застапеност и опасност од загадување на водите (препорака – моторни чамци на електричен погон)</p>

<p>Вештачки езера</p>	<p>Мавровско, Дебарско, Глобочица, Матка, Козјак, Тиквешко, Калиманци, Гратче, Кочанско, Водоча, Глажња, Липковско, Прилепско, Турија, Беровско (Ратево), Стрежево, Младост, Слатинско</p>	<p>Пливање</p> <p>Веслање и едрење</p> <p>Спортски риболов</p>	<p>Слаба уреденост на литоралот и плажите. Далечинско пливање од национален карактер е застапено на езерата Козјак и Младост.</p> <p>Слаба застапеност со исклучоци на Дебарско и на Прилепско Езеро</p> <p>Доминантна форма на спортско – туристичка активност</p>
<p>Глацијални езера</p>	<p>Шарпланински езера (Боговинско, Црно, Голем Ѓол, Бело, Мал Ѓол, Кривошиско, Големо Делбешко, Мало Делбешко, Долно Доброшко, Горно Доброшко, Црн Ѓол, Горно Врачанско, Долно Врачанско, Мало Црно, Бозовачко, Вакувско, Прошевско, Караниколско) Корапски езера (Корапско, Мал Кораб, Бачилски Камен, Средно, Долно, Бабин Камен, Кобилино Поле<sup>1</sup>, Кобилино Поле 2), Дешатски езера (Локув, Света Недела, Горно, Долно, Маруша), Јабланички езера (Подгоречко, Вевчанско, Горно Лабунишко, Долно Лабунишко) Пелистерски езера (Големо Пелистерско Мало Пелистерско), Јакупички езера (Големо Салаковско, Мало Салаковско).</p>	<p>Трчање покрај бреговите (cross-country)</p>	<p>Слаба застапеност</p>
<p>Реки – сливни подрачја</p>	<p>Три главни речни системи: Сливовите на Вардар, Црн Дрим и Струмица</p>	<p>Спортски риболов</p> <p>Кајак на диви води и рафтинг</p> <p>Пливање</p> <p>Трчање покрај бреговите (cross-country)</p>	<p>Најзначајни риболовни центри: Дебар (Радика, Црн Дрим), Струга (Црн Дрим), Маврови Анови (Радика), Кавадарци (Вардар, Црна Река, Бошовица, Дошница), Кочани (Брегалница), Скопје (Вардар, Треска, Лепенец, Пчиња)</p> <p>Најзначаен центар со интернационално значење на реката Треска, а со национално значење на реката Вардар – Велес и Демир Капија. Се одржува веслачки маратон (рафтинг) од национално значење</p>

			<p>Неуредени брегови, загадени води, исклучок се Црн Дрим – Струга.</p> <p>Неуредени брегови, исклучок се Црн Дрим и Вардар</p>
--	--	--	---

Од табеларниот преглед може да се констатира дека Република Македонија има забележителни хидрографски ресурси кои се погодни пред се за спортовите за вода и туристичката понуда сврзана со нив, како и за користење на овие ресурси од страна на другите спортови во контекст на подготовка, одмор и рекреација.

### **Климата во функција на развој на спортскиот туризам во Република Македонија**

**Климата претставува една од најатрактивните фактори за развој на спортскиот туризам** со оглед на тоа дека таа влијае врз психофизичката состојба на спортистите. Погодностите се содржани во температурите во воздухот, режимот на врнежи, инсолацијата, влажноста на воздухот и проветреноста на просторот.

Параметрите со кои располагаме ни посочуваат дека во Република Македонија од оваа гледна точка имаме **погодности како во летниот, така и во зимскиот дел од годината**. Така, јулските температури имаат просечна од 21,19°C, а јануарските 0,34°C. Релативно пониските температури во планинските делови овозможуваат висински подготовки во летниот дел од годината.

**Режимот на врнежи е исто така погоден** бидејќи отсуството на врнежи во пролетните, есенските и летните месеци од годината овозможува погодни спортски активности. Посебно е важно дека во овој дел од годината отворените објекти за спортови на вода можат да се користат на оптимален начин. За скијачките активности погодноста е содржана во траењето на снежната покривка. Така во **најзначајните зимско-спортски центри со интернационално значење Попова Шапка и Маврово, просечното задржување на снежната покривка изнесува 209 денови или 58 % од вкупниот број денови во годината во Попова Шапка, а на Маврово снегот трае 166 дена годишно, скоро половина од годината што овозможува користење на овие погодности во подолг временски интервал.**

**Како најзначајна туристичка здравствено-рекреативна вредност се смета релативната влажност на воздухот, која ги содржи вредностите од 60 до 70%.** Токму овие вредности се застапени во мерните пунктови на Република Македонија, како во планинскиот, така и во котлинскиот простор.



**Македонија може да се означи како сончева земја**, со оглед на тоа дека има над 2.000 сончеви часа годишно, во скоро сите мерни пунктови што претставува изразита погодност.

Локалните ветрови во летниот дел од годината имаат позитивно влијание бидејќи делуваат освежувачки на посетителите и го расчистуваат воздухот.

### **Човечки ресурси (едукација и тренинг)**

Туризмот е специфична трудоинтензивна дејност која сама го определува бројот на работни профили и нивната одржливост, односно во целост зависи од работниот интензитет на инволвираните во дејноста. Инвестицијата во образованието е исклучително важна во двата сектори кои го креираат спортскиот туризам, секторот спорт и секторот туризам. Тоа подразбира дека спортските тела треба да поседуваат претприемачки дух преку препознавањето на можностите и предностите на туристичката вредност на спортските производи кои тие ги создаваат. Од друга страна, вработените во туристичките организации треба да поседуваат знаења поврзани со суштината на спортот и неговата структура, заедно со посебностите на туристите вклучени во спортските активности.

Постоечкиот човечки потенцијал ангажиран во спортскиот туризам и неговата посветеност произлегува од институциите за едукација, нивната мотивираност за избор и професионалната реализација и препознатливост на профилот кој тие го едуцираат.

Состојбата во квантитативна смисла во образовните институции прикажана е во табеларниот приказ (Табела бр. 11).

Табела бр. 11 – Број на едукативни институции за работна партиципација во спортски туризам во Република Македонија

<b>Профилирање на кадри по области</b>	<b>Бр. на средни училишта</b>	<b>Бр. на високообразовни институции</b>
ТУРИЗАМ	6	6
СПОРТ	1	3

Извор: Веб-страница на Министерство за образование и наука

Од табеларниот приказ се гледа дека поголем број на институции кои едуцираат кадри од областа на туризмот наспроти оние од спортот. Тоа се однесува и на двете нивоа на

образование, односно средното и високото. Се работи за изразит одраз на широка димензионираност на угостителско – туристичката дејност.

**Едукативните програми кои ја опфаќаат областа на спортскиот туризам се сосема ретки.** Имено, постои само една високообразовна специјализирана институција со додипломски и последипломски студии по спортски туризам, додека низ останатите ретко провејуваат дури и предметни програми со спортски туризам.

Но затоа, предметни програми од областа на спортот и од областа на туризмот се застапени на високообразовните институции. Застапеноста на предметните програми во конкретни високообразовни институции е дадена во табелата бр. 12.

Табела бр. 12 – Застапеноста на студиски програми на високообразовните институции во Република Македонија и присуство на предметни програми од областа на спортскиот туризам

	Студиски програми од областа на спортот			Студиски програми од областа на туризам					
	Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје	Државен Универзитет во Тетово	ФОН Универзитет	Универзитет „Св. Климент Охридски“ – Битола	Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип	Државен Универзитет во Тетово	Универзитет Југоисточна Европа	Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ - Скопје	Универзитет за туризам и менаџмент - Скопје
Високообразовна институција	Факултет за физичка култура	Факултет за физичка култура	Факултет за спортски менаџмент	Факултет за туризам и угостителство	Факултет за туризам и бизнис логистика	Факултет за туризам	Факултет за бизнис и економија (студии по туризам)	Природно – математички факултет (студии по туризам)	Факултет за спортски туризам
Присуство	нема	нема	има	Нема	нема	нема	има	нема	има

Извор: Анализа на наставните програми на факултетите за спорт и туризам во Република Македонија

**Карактеристично е дека туризмот и спортот се изучуваат во високообразовниот систем на Република Македонија, но во најголема мерка се издвоени без синергија.**

Од табеларниот приказ (Табела бр. 12) евидентно е дека застапеноста на спортскиот туризам како посебна академска дисциплина во курикулумите на високообразовните институции кои едуцираат кадри од областа на спортот и туризмот е мала. Само две високообразовни институции од кои една од спортот и една од туризмот ги изучуваат неговите основи. Оттаму е просторот за интервенција по наведеново прашање. Тоа треба да ја надмине независноста на дејствување на дејностите и системска интервенција при градење на производите на спортскиот туризам. На тој начин јасна ќе биде присутноста на **профилите како спортски менаџер, спортски аниматор или менаџер по спортски туризам** во номенклатурата на човечки ресурси во туризмот која и покрај широката екстензивност е дискутабилна по наведените.

Отсуството на иницијатива за континуирана дообука во центрите за неформална едукација од страна на релевантните фактори во туризмот е забележлива и конкурентноста во оваа насока мора да се интензивира. Тоа произлегува од специфичноста на спортот и туристичките вредности кои произлегуваат од него.

### Спортски манифестации како примарна туристичка понуда во спортскиот туризам во Република Македонија

Спортските манифестации како примарна понуда во спортскиот туризам во Република Македонија се идентификувани преку видови на спортови, тип на манифестации, нивна локациска одредба и оценката на нивната туристичка вредност.

Табела бр. 13 – Спортски манифестации и приредби во Република Македонија

Спорт	Домашни манифестации	Меѓународни манифестации	Професионална или рекреативна манифестација	Времетраење на манифестацијата по денови	Фреквенција по оджување (годишни, биенална итн, или еднократни)	Организатор на манифестацијата	Тип на капацитетот на сместување во близина на манифестацијата (хотели со број на ѕвезди, приватно категоризирано сместување и број на легла и сл.) на оддалеченост до 1 км
Пливање		„Охридски пливачки маратон“	Професионален	3	годишно	Пливачка Федерација на Македонија	Охрид
	Пливање – Државни првенства		Професионален	3	2 x годишно	Пливачка Федерација на Македонија	Скопје
	„Македонски куп во далечинско пливање“		Професионален	2	годишно	Пливачка Федерација на Македонија	Дојран
		Пливачки маратон - КОЗЈАК	Професионален	2	годишно	Пливачка Федерација на Македонија	Козјак
		Мал охридски пливачки маратон	Професионален	2	годишно	Пливачка Федерација на Македонија	Охрид
	Далечинско пливање		Професионален	1	годишно	Пливачка Федерација на Македонија	Велешко Езеро

		Пливачки митинзи* од сите клубови во РМ	Професионален		3	3 x годишно	Пливачка Федерација на Македонија со подинечни клубови	Скопје
<b>Мал фудбал</b>	турнири		Професионален	зависно од бројот на учесници		годишно	општините и ФФМ	низ цела Република Македонија
<b>Велосипедизам</b>	„Галичица“		Професионален		2	годишно	Велосипедска Федерација	Охрид
	Велосипедски маратон - „Мариово на дланка“		Професионален		2	годишно	Велосипедска Федерација	Мариово
	„Велосипедска трка - Водно“		Професионален		2	годишно	Велосипедска Федерација	Скопје
	„Шарски води“	+	Професионален		2	годишно	Велосипедска Федерација	Попова Шапка
<b>Рафтинг</b>	Вардарска регата- гемиции		Аматерски		1	годишно		Велес, Демир Капија
<b>Кајак</b>		икас илинденски кајак слалом	Професионален		3	годишно	кајакарска федерација на РМ	Матка, Скопје
		илинденска веслашка регата	Професионален		1	годишно	кајакарска федерација на РМ	Охрид
<b>Едрење</b>		меѓународна едриличарска регата	Професионален		3	годишно		Охрид
<b>Кошарка</b>		„Трофеј - Македонија“сениорската машка репрезентација	Професионален		3	годишно	Македонска Кошаркарска Федерација	Охрид
		„Трофеј - Македонија“сениорската машка репрезентација	Професионален		3	годишно	Македонска Кошаркарска Федерација	Скопје
	Државни првенства во сите категории		Професионален	цела натпреварувачка сезона		годишно	Македонска Кошаркарска Федерација	низ цела Македонија
<b>Бокс</b>	Државни првенства во сите категории		Професионален		3	годишно	Боксерска федерација на РМ	Скопје, Штип итн
		Златен гонг	Професионален		3	годишно	Боксерска федерација на РМ	Скопје
<b>Џуџу Цица</b>	Државни првенства во сите категории		Професионален		3	годишно	Џиуџица федерација на РМ	Зависно
		меѓународен турнир Скопје опен	Професионален		3	годишно	Џиуџица федерација на РМ	Скопје
<b>Ракомет</b>		„Струшки ракометен турнир“	Професионален		4	годишно	Ракометна Федерација	Струга
		квалификации за младинското ЕП 2014	Професионален		7	годишно	Ракометна Федерација	Скопје
		Светско Кадетско женско првенство 2014	Професионален		7		Ракометна Федерација	Скопје
	Државни првенства и купови во сите категории		Професионален			годишно	Ракометна Федерација	Скопје,Струмица итн
		Европско кадетско првенство во женска конкуренција 2015	Професионален		7	годишно	Ракометна Федерација	
<b>Маратон</b>		Скопје Опен	Професионален и Аматерски		3	годишно	сојуз на спортови на град Скопје, град Скопје и триатлон федерација	Скопје
<b>Дуатлон, Триатлон</b>		Македонија Опен	професионални		2	2 x годишно	триатлон федерација	Дојран, Струга
<b>Атлетика</b>	„Државно поединечно првенство во планинско трчање		Професионално		1	годишно	Атлетска федерација	Водно, Скопје
	„Државно првенство на Македонија во крос-кантри“		Професионално		1	годишно	Атлетска федерација	Водно, Скопје
	Државно првенство во полумаратон и маратон – „Маратон на Себе надминување“		Професионално		1	годишно	Атлетска федерација	Скопје

	Државно Зимско првенство на Македонија во фрлачки дисциплини		Професионално	2	годишно	Атлетска федерација	Охрид
	Светски ден на Атлетиката		Професионално	1	годишно	интернационална атлетска федерација	Скопје
	Европски Куп на 10.000м		Професионално	1	годишно	Атлетска федерација	Скопје
	Екипно првенство во планинско трчање		Професионално	1	годишно	Атлетска федерација	Славеј Планина
	Улична трка Велес		Професионално и аматерска	1	годишно	Атлетска федерација	Велес
	Охридски маратон 30 км	+	+	2	годишно	Атлетска федерација	Охрид
	Финале на Купот на Р.М за младинци-ки		+	1	годишно	Атлетска федерација	Скопје
	Улична Трка 13-ти Ноември		+	1	годишно	Атлетска федерација	Скопје
	Улична Трка 16-ти Ноември		+	1	годишно	Атлетска федерација	Тетово
	Митинг за Млади		+	1	годишно	Атлетска федерација	Куманово
<b>Автомобилски трки</b>		Ридско – брзинска трка на Водно - „Награда на Скопје“	Професионално	2	годишно	Автомобилистичка Федерација	Водно, Скопје
<b>Школски/Студентски спортски игри</b>	„Гимназијада“				цела година	сојуз на училишен спорт	низ цела Македонија
	Фудбал, кошарка, одбојка, атлетика, мал фудбал, карате итн		Аматерски				
<b>Скијање</b>		„Шарпланински куп“	Аматерски	3	годишно	Скијачка федерација	Попова Шапка
		„ФИС Сноуборд куп“	Аматерски	3	годишно	сноуборд федерација	Маврово
		“Мавровски меморијал”	Аматерски	3	годишно	Скијачка федерација	Маврово
<b>Тенис</b>	државни првенства сите категории		Професионално и Аматерски		годишно	Тениска Федерација	Скопје
		-2 тенис европа турнири за јуниори-ки до 14 години	Аматерски		2 x годишно	Тениска Федерација	Скопје
		- 3 тенис европа турнири за јуниори-ки до 16 години	Аматерски		3 x годишно	Тениска Федерација	Скопје
		-2 ИТФ турнири за јуниори-ки до 18 години	Аматерски		2 x годишно	Тениска Федерација	Скопје
		- 1 ИТФ-ТЕ Ветеарнски турнир	Аматерски		годишно	Тениска Федерација	Скопје
<b>Спортско качување</b>	Семинар и Курс за поставувачи на насоки на природна карпа – Државен Куп во болдер		Професионално	2	годишно	Спортско качувачка Федерација	Кадина Пештера Скопје
	Качувачки собир		Професионално	2	годишно	Спортско качувачка Федерација	Кадина Пештера Скопје
	Болдер собир		Професионално	2	годишно	Спортско качувачка Федерација	Златоврв Прилеп
	Качувачки Фестивал		Професионално	2	годишно	Спортско качувачка Федерација	Златоврв Прилеп
	Државен Куп во болдер		Професионално	2	годишно	Спортско качувачка Федерација	Прилеп
	Пластикмен – болдер маратон и избор на спортист спортски качувач!		Професионално	2	годишно	Спортско качувачка Федерација	Скопје
	Државно Првенство во болдер		Професионално	2	годишно	Спортско качувачка Федерација	Скопје
		Petzl Rock Trip “Balkan Trip”		3	годишно	Спортско качувачка Федерација	Прилеп
		собир “Paradise Climbing event”– предизвик во качување нови насоки		3	годишно	Спортско качувачка Федерација	Маврово

		Отворено првенство на Европа за деца до 14 години. Дисц. Тежинско/Брзинско/Болдер и Државно Првенство за деца до 14 години			3	годишно	Спортско качувачка Федерација	Скопје
<b>Пинг понг</b>	Државно првенство за основни училишта		Аматерски		2	годишно	Пингпонгарска Федерација	Куманово
	Поединечен турнир за сениори/ки по повод 8 ноември Ден на ослоб.на Штип		Професионално		2	годишно	Пингпонгарска Федерација	Куманово
	Државно екипно		Професионално		2	годишно	Пингпонгарска Федерација	Штип
	Илинденски куп		Професионално		2	годишно	Пингпонгарска Федерација	Штип
	Меморијален турнир Борче Кикиритков		Професионално		2	годишно	Пингпонгарска Федерација	Струга
	турнир ЗДРАВЈЕ РАДОВО		Професионално		2	годишно	Пингпонгарска Федерација	Штип
		Меѓународен турнир за пионери-пионерки и ветерани	Професионално		2	годишно	Пингпонгарска Федерација	Скопје
<b>Пеливанство</b>		- Од 1 до 5 мај - Чалакли-			5	годишно	Пеливанска Федерација	Валандовско
		- Од 15 до 30 мај -			5	годишно	Пеливанска Федерација	Студеничани
		- На 12.07 (Петровден)			3	годишно	Пеливанска Федерација	Костурино
<b>Кик боксинг</b>	државни првенства во сите категории		Професионално		3	2 x годишно	Кикбоксинг Федерација	Скопје
		- Вечер на боречки вештини 17години традиционално за роденденот на градот Скопје	Професионално		2	годишно	Кикбоксинг Федерација	Скопје
		- меморијален куп „Љупчо Неделковски	Професионално		2	годишно	Кикбоксинг Федерација	Скопје
<b>Кендо и иаидо</b>	Државно првенство во кендо, екипно и поединечно во три категории, сениори, јуниори и жени		Професионално		2	годишно	Кендо Федерација	Скопје
		Интернационален отворен Кендо – Иаидо Куп во склоп на Сакура манифестацијата	Професионално		2	годишно	Кендо Федерација	Скопје
		2016 Европско Првенство во Кендо, каде ќе бидат присутни Кендо репрезентации од цела европа со преку 1000 натпреварувачи, 40 Судии и официјална делегација од Јапонската Кендо Федерација	Професионално		7	еднаш	Кендо Федерација	Скопје
<b>Карате</b>	Државни првенства за сите категории 8 годишно		Професионално/Аматерски		3	годишно	Карате Федерација	Охрид
	Клубски турнири опен 8 годишно				3	годишно	Карате Федерација	

Согласно истражувањата и добиените податоци од националните спортски федерации и Агенцијата за млади и спорт, како и од општините, во Република Македонија најмногу се застапени државните првенства, од сите спортови, во сите категории, кои се одвиваат во текот на целата година, додека од меѓународните манифестации, кои

се застапени во солиден број, а се во согласност со календарот за меѓународни натпревари.

Секоја од федерациите на Република Македонија еднаш годишно организира минимум по еден митинг или меѓународно првенство (младинско/балканско).

Но инфраструктурата која ја поседува Р. Македонија, а е во мал број, односно не обезбедува А - категоризација на објектите, оневозможува да се организираат манифестации од типот на европско сениорско или светско сениорско првенство .

## АНАЛИЗА НА ПОНУДАТА НА СЕКУНДАРНИОТ СЕКТОР

Секундарната понуда на спортскиот туризам ги опфаќа оние сегменти во туристичката понуда кои овозможуваат да се обликуваат такви туристички производи во кои ќе се внесат содржини кои го преокупираат вниманието на посетителот, но не се во тесна врска со спортот и спортските активности. Во овој поглед, во прв план во Република Македонија влегува **едукативниот карактер на туристичките ресурси**. Така, во рамките на туристичкиот производ се соединува задоволството на потребите на телото и потребите на духот. Имено, бројни објекти кои имаат рекреативни карактеристики во исто време поседуваат и естетски, куриозитетни и монументални карактеристики. Како примери за тоа се богатството на планини и планинки форми. Проткаеноста се однесува на сите компоненти со кои Република Македонија изобилува. Туристите покрај рекреативно – натпреварувачките можности се наоѓаат пред вредности кои им го зголемуваат и знаењето и подигањето на нивото на култура. Туристичките програми за спортски туризам треба да опфатат и содржини кои ќе се однесуваат на начинот на настанок, на формите, нивната можност за користење, хармонијата на естетски елементи и содржини и слично. Содржините во оваа смисла се однесуваат и на климатските услови. Тие во основа се рекреативни и го опфаќаат примарниот сектор на понудата на спортскиот туризам, но во исто време се предмет и на набљудување и на расветлување на феномените со кои климатолошки Република Македонија изобилува. Сличен пристап може да се има и кон ресурсите од областа на хидрологијата и посебно, од областа на биодиверзитетот, заштитата на животната средина и начините на нејзино унапредување. Според тоа, секундарниот сектор треба да содржи елементи во рамките на конкретни туристички аранжмани со богатство на феноменолошки и едукативно – објективни карактеристики.

Втор многу важен **секундарен сектор на туристичката понуда** во Република Македонија кој се сврзува со развојот на спортскиот туризам претставува **културната понуда**. Културната понуда во оваа смисла опфаќа бројни содржини кои на туристите и на посетителите кои пристигнале од спортски причини им овозможува да ја

облагородат својата личност. Како основа на туристичката понуда може да послужи наследството кое се проткајува дури од предисторијата до современите услови.

Туристичките аранжмани треба да опфатат археолошки локалитети во Република Македонија, сакрално и профано наследство и јавни градби и институции од областа на културата. Во овој поглед многу блиски содржини во туристичката понуда се објекти кои потсетуваат на одржување на спортски настани, како што се театрите, борилиштата (палестри), спомен куќите на врвни спортисти и нивни споменици.

### **Производи на спортскиот туризам**

Односите меѓу спортските организации (федерации, здруженија, клубови и други форми) и туристичките стопански субјекти најдобро се илустрираат преку туристичките производи. Имено, туристичките производи се одраз на интеракциските врски кои постојат во сферата на спортскиот туризам.

За да ги отсликаме состојбите од оваа сфера на туристичките производи се определивме за користење на инструментот *интервју* со менаџерите на асоцијациите и стопанските комори од областа на туризмот. Сакавме да дојдеме до податоци дали во Република Македонија постојат специјализирани агенции кои се занимаваат со спортскиот туризам како и да го утврдиме местото и улогата што ваквите стопански субјекти го имаат. Формите на взаемна деловна соработка во оваа сфера во Република Македонија ги идентификувавме во следниве четири односи:

- Учество на туристичките организации во организација на спортски манифестации и настани;
- Формирање (подготовка, составување и определување на услови); негов пласман (опремување на мрежа, продажба, промоција и запишување на корисници) и реализација на туристички аранжмани од областа на спортскиот туризам;
- Посредување во поединечни услуги од областа на спортскиот туризам и
- Директно користење на сместувачки капацитети од страна на спортските организации.

Од добиените сознанија во рамките на интервјуто можеме да констатираме дека **најголем број од туристичките агенции во областа на спортскиот туризам имаат посредничка улога**. Формите на посредување се во областа на **посреднички договори за превоз на спортисти, навивачи и спортска опрема, посреднички договор за сместување, исхрана и пијалаци и договор за користење на содржини за време на престојот на спортистите и навивачите**. Овие договори се нудат од страна на скоро



сите туристички агенции во Република Македонија, така што во овој поглед не постои облик на ограничување.

**Високо ниво на односи се воспоставува помеѓу спортските организации и угостителските организации по повод користењето на сместувачките капацитети и услуги на храна и пијалаци.** Оваа форма ја исклучува туристичката организираност, така што може да се означи како **рудиментирана форма во спортскиот туризам**, бидејќи со користење на содржајни туристички производи не само што цената може да биде поприкладна, туку и содржината на престојот би била побогата. Економските резултати би биле поповолни во услови на взаемна соработка меѓу туристичките агенции, сместувачките капацитети и спортските организации.

**Најприкладна форма на користење на туристички производи е кога туристичките организации имаат активен однос во организацијата на туристичките настани и манифестации и кога тие се јавуваат како организатори на спортски кампинг и тренинг – активности.** Исто така, исклучително е важна улогата на туристичките организации во услови кога тие се јавуваат како спонзори или покровители на спортско – туристички активности. Вакви форми идентификувавме во организацијата на Скопскиот маратон и одржувањето на кајак-активностите во Република Македонија. Во овие активности беа вклучени туристички агенции и нискобуџетни авио-превозници.

**Најдобра солуција за спортскиот туризам кога во сите овие активности се вклучуваат специјализирани туристички агенции.** Низ интервјуто можевме да констатираме дека постојат вакви примери, но дека бројот на вакви субјекти е сосема мал.

### ***Идентификација на услуги на спортскиот туризам во Република Македонија***

За да можат да се воспостават релациите меѓу туристичките и спортските организации во врска со туристичките производи потребно беше да се идентификуваат услугите во спортскиот туризам во Република Македонија. Теренските истражувања со кој беше опфатена туристичката понуда од овој вид ни овозможија да ги утврдиме следниве форми на взаемен интерес во спортскиот туризам:

- Учество во организација на спортски настани и манифестации од страна на туристичката агенција;
- Организирање на патувања и излети на спортисти и навивачи во земјата и странство;
- Организирање на стручни и студиски собири и конференции од областа на спортот;

- Организирање на групни и поединечни посети на спортски приредби и манифестации;
- Организирање, прифаќање, сместување и испраќање на спортисти и навивачи кои престојуваат во местата кои со својата работа ги покрива туристичката агенција при што таа се јавува како сервис на друга агенција или спортска организација;
- Организирање на тематски екскурзии поврзани со спортот, спортски објекти и важни спортски личности;
- Организирање водичка служба за тематско водење во областа на спортот;
- Продажба на сите видови билети и други документи за патен, железнички, воздушен, морски, езерски и речен сообраќај во земјата и странство при организација;
- Обезбедување на услуги за сместување и исхрана на спортисти и навивачи во сите видови угостителски објекти во земјата и странство;
- Давање услуги за обезбедување визи за патување во земји во кои спортистите патуваат;
- Посредување во изнајмување автобуси, авиони, бродови и други превозни средства меѓу заинтересираните стопански претпријатија и спортските организации;
- Организирање на чартер превоз за спортисти и навивачи;
- Организирање на продажба на влезници и билети за спортски приредби;
- Набавка и изнајмување на спортска опрема и реквизити;
- Продавање аранжмани за спортски манифестации во земјата и странство;
- Учество во организација на школи, курсеви и кампови за скијање, пливање, едрење на вода, фудбал, тенис и други видови на спортови;
- Продажба на стоки во врска со спортскиот туризам во вид на сувенири и публикации;
- Посредување при осигурување на спортисти и навивачи при користење на услуги во областа на спортскиот туризам;
- Учество во организација на спортско – туристички авто-рели и караван форми на активности и
- Учество во промотивни активности од областа на спортскиот туризам.

Исто така, туристичките агенции на спортските организации им ги даваат и следниве услуги:

- Стручни совети во врска со патувањето и престојот;
- Организирање на активности во врска со промоцијата на спортските организации, нивните посебни активности, спортските манифестации и стручните собири од областа на спортот и

- Кредитирање на туристички патувања за спортисти.

Овој список на услуги претставува отворена можност или стратешка рамка во која свој интерес можат да најдат учесниците во спортскиот туризам.

### ***Препознатливи производи во спортскиот туризам на Република Македонија***

Како препознатливи производи во спортскиот туризам на Република Македонија, кои можат да се креираат за успешен настап на туристичкиот пазар и утврдената релевантност на аспирациите за користење на услуги во спортскиот туризам, при што спортската вредност се преплетува со туристичката вредност диференцирани се следниве **клучни типови**:

- **Спортски игри** под кои подразбираме учество во неколку спортски активности во различни спортови. Во оваа група спаѓаат натпревари од сите нивоа на просторен опфат, со доминантно балканско, национално и регионално ниво.

- **Турнири** – се спортски натпревари во кои доминира еден спорт, но не исклучуваат и пропратни туристички и спортски активности. Турнирите се со доминантен балкански и национален карактер, а можат да прераснат и во континентален и поширок ранг.

- **Спортски кампови** – претставуваат организирани форми кои вклучуваат спортски подготовки и тренинг активности, едукативни активности сврзани со тематска проблематика и психофизичка подготовка.

- **Спортско – рекреативни активности** кои опфаќаат спорт и рекреација во кои учествуваат туристи кои користат спортска инфраструктура и спортска логистика. Во оваа група влегуваат туристи со изразени афинитети кон спорт и рекреација (важна улога е опременоста на објектите и локалитетите со спортска инфраструктура).

**Перспективни производи** во спортскиот туризам во Република Македонија се:

- **Адреналинскиот (екстремниот) спортски туризам** се однесува на натпреварувања во спортови со висок степен на возбуда и одвивање во екстремни услови (со одредено ниво на ризик).

- **Шампионати** – циклични натпревари кои вклучуваат професионални и аматерски клубови и спортисти по различни дисциплини кои поради цикличноста овозможуваат екстензија на временскиот опфат на активностите. Масовноста на сите актери овозможува вклучување на активна и пасивна компонента во спортскиот

туризам. Исто така, отвора можност за внесување на содржини од различни туристички вредности на понудата како дел од интегрираниот производ.

- **Конференции и собири** – претставуваат пасивен облик на спортско-туристички производи со стручно и научно усовршување на спортистите, тренерите, делегати, судии и друга спортска логистика.

Табела бр. 14 – Приказ на клучните производи на спортскиот туризам

Производ	Пазарни сегменти	Ресурсна основа примарна понуда	Ресурсна основа секундарна понуда	Промоција и дистрибуција	Клучни индикатори за успех
<b>Спортски игри</b>					
1. ученички и студентски	1.образовно – воспитни институции	1.основна спортска инфраструктура, хостелско сместување, ученички и студентски домови, домашно сместување по основ на размена, детски и младински одморалишта	1. 2. 3. природни атрактивни ресурси со воспитно образовен карактер, културни атракции, забавни содржини	1. интернет, социјални мрежи, печатени форми на промоција (проспекти, флаери, плакати), кампањи на мас-медиуми, канали на дистрибуции: федерации, училишни одбори, студентски и ученички асоцијации	1. 2. 3. Професионалност на креаторите на спортскиот производ, ефективни склучени договори со аранжмански пристап
2.синдикални	2.синдикални организации, работни организации, стопански и нестопански правни субјекти	2.основна спортска инфраструктура, работнички одморалишта и хостели		2.печатени форми на промоција (проспекти, флаери, плакати), кампањи на мас-медиуми, канали на дистрибуции:синдикални организации	1.усоглаеност на термините за одржување на игрите со наставно образовниот процес,
3.пензионерски	3.пензионерски здруженија и невладини организации	3.основна спортска инфраструктура, работнички одморалишта и хостели		3. печатени форми на промоција (проспекти, флаери, плакати), кампањи на мас-медиуми, канали на дистрибуции:пензионерски здруженија и невладини организации	1.2.3. Стабилен буџет на игрите, воведување бенефиции и стимулативни мерки за учесниците утврдување на високи нивоа на безбедност на учесниците,
<b>Турнири</b>	Спортски клубови и федерации	Стандардизиран а спортска инфраструктура по меѓународни	Водички сервис за разгледување на	Интернет портали, мас медиуми, печатени форми на промоција, саеми за спорт и	Професионалност на креаторите на спортскиот производ,

		критериуми, хотелско сместување со дополнителни услуги од спортски карактер, добра интерна комуникациска поврзаност, специјализирана гастрономска понуда	туристички атракции	туризам канали на дистрибуција: клубови и федерации, навивачи и навивачки групи	ефективни склучени договори со аранжмански пристап, усогласен календар на спортски случувања
<p><b>Спортски кампови</b></p> <p>1. Едукативни кампови за деца</p> <p>2. Тренажни спортски кампови</p>	<p>1. Спортски клубови и федерации, училишни спортски клубови</p>	<p>1. Основна спортска инфраструктура, туристички кампови, стандардизирана гастрономска понуда соодветна на спортските активности и возрастна категорија, високоедуцирани и лиценцирани тренери</p> <p>2. Стандардизирана спортска инфраструктура по меѓународни критериуми, хотелско сместување со дополнителни услуги од спортски карактер, добра интерна комуникациска поврзаност, специјализирана гастрономска понуда</p>	<p>1.2. природни атрактивни ресурси со воспитно образовен карактер, културни атракции, забавни содржини</p>	<p>1. интернет и социјални мрежи, мас-медиуми, печатени форми, канали за дистрибуција: спортски клубови и федерации, училишни спортски клубови</p> <p>2. Интернет, печатен материјал (брошури), саеми за туризам и спорт канали за дистрибуција: спортски клубови и федерации</p>	<p>1.2. Професионалност на креаторите на спортскиот производ, ефективни склучени договори со аранжмански пристап, утврдување на високи нивоа на безбедност на учесниците.</p>
<b>Спортско – рекреативни</b>	Широка сегментација, со	Уредени спортско –	Природни и културни	Општа, посебна и комерцијална	Аранжмански

<b>активности</b>	доминантно учество на работоспособно и физички активно население (љубители на природа, планинари, членови на спортски здружени, членови на фитнес центар)	рекреативни центри, опремени патеки, хотели со дополнителна понуда за спорт и рекреација	атрактивности	туристичка промоција Канали за дистрибуција: здруженија на љубители на природата, спортски здруженија, здруженија за фитнес активности	договори
-------------------	---	--	---------------	---	----------

## ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА МИСИЈА И ВИЗИЈА НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

### МИСИЈА

Глобалната мисија на спортскиот туризам во Република Македонија е поврзување на компонентите на спортот и туризмот во една заедничка целина која ќе овозможи оптимално користење на ресурсите кои стојат на располагање. Со тоа ќе се обезбеди долгорочен развој на чинителите кои се лоцирани во овие дејности.

Спортскиот живот во Република Македонија е вграден во менталитетот на населението. Така што и најмал успех на спортски план се доживува како национална гордост. Популарноста на спортските настани успешно се вклучува во туристичката понуда на Република Македонија како целина и тоа е успешна подлога за креирање на туристички производи и поединечни услуги за нивно користење.

Спортскиот туризам има мисија да во единството на спортот и туризмот ги промовира вредностите на Република Македонија и да ја подобри репутацијата која како држава ја има во Светот. Организирањето на некои големи манифестации (светска, европски првенства во различни спортови), како и на оние од понизок ранг побудува чувства на самореализација и остварува економски бенефити.

Развојните начела на спортскиот туризам се:

- Партнерство меѓу сите засегнати страни од областа на спортот и туризмот;
- Рамномерен територијален развој на Република Македонија преку унапредување на спортската и туристичката инфраструктура, селективен пристап во развојот на туризмот со внесување на автентичност и креативност во специфичната туристичка понуда, зачувување и

- унапредување на заштитените простори и целини и ставање во функција на спортски активности;
- Унапредување и диверзификација на угостителската понуда во областа на специјализирани услуги сврзани со спортско -туристички активности;
  - Подигнување на квалитетот на услугите во понудата преку примена на најновите норми и стандарди во спортскиот туризам како одговор на софистицирана побарувачка.

## ВИЗИЈА

Визијата за спортскиот туризам на Република Македонија се темели на следниве постулати:

- Каков треба да биде спортскиот туризам во Република Македонија до 2018 година?
- Кои предуслови треба да се исполнат за да може да се дојде до успешен почеток на развојот на спортскиот туризам во Република Македонија?
- На кој начин треба да се создадат услови во настапот на туристичкиот пазар Република Македонија да биде конкурентна спортско–туристичка дестинација?
- Како да се организира и управува со процесите во спортскиот туризам за да се реализираат основните претпоставки?

Република Македонија во 2018 година се етаблира како земја во која спортскиот туризам ќе претставува еден од селективните видови на туристичкиот пазар со јасно определени содржински елементи и фактори кои го обликуваат. Во него се издиференцираат посебни производи сврзани со доминантност на спортот или туризмот, како спортско-туристички или туристичко-спортски производи и јасен бренд во понудата. Атрактивноста на просторот, менталитетот на населението, квалитетните човечки ресурси, подобрената структура на сместувачките капацитети и спортската инфраструктура се дел од прифатливата понуда на туристичките пазари кои се сегментирани, а се просторно лоцирани. Конкурентноста на спортскиот туризам е унапредена со избалансиран цени и подигнато ниво на квалитет на услуги. Организациското приспособување е едно од главните претпоставки кои се реализирани во функција на динамичен развој

## ЦЕЛНИ ПАЗАРИ

Утврдувањето на целните пазари ја опфаќа сегментацијата, оценката на конкурентност на туризмот и спортскиот туризам во негови рамки, со модел за определување на конкурентност во спортскиот туризам и доминантните пазари базирани на емитивните зони.

### СЕГМЕНТАЦИЈА НА ПАЗАРОТ ПО ВИДОВИ СПОРТСКО-ТУРИСТИЧКИ АКТИВНОСТИ

Сегментацијата на пазарот во спортскиот туризам опфаќа различна клиентела која може да се вклучи во овие активности. Бидејќи корисниците на услуги во спортскиот туризам се во зависност од видот на спортско-туристичката активност систематизацијата треба да ги има во предвид токму формите на спортскиот туризам. Во спортските игри основна клиентела се навивачите и спортистите, тренерите, делегатите и давателите на друга спортска логистика. Тоа значи дека организаторите на спортско-туристичките манифестации можат да сметаат на клиентела која во овој контекст пројавува интерес за учество. Таргет-групи ќе бидат организирани навивачки средини и спортските клубови.

Кај ученичките и студентските игри основни сегменти се активните ученици и спортисти, како и нивните колеги кои се во функција на користење на услуги сврзани со директните активности во рамките на игрите и пропратната туристичка понуда во рамките на оваа понуда. Тоа значи дека овие производи треба да бидат насочени кон образовно-воспитните установи (училиштата, факултетите и сл.).

Во рамките на игрите од синдикален карактер учесници се струковните работнички синдикални организации, работниците и нивните семејства. Тоа значи дека понудата треба да биде насочена кон стопанските и нестопанските правни субјекти, кои се организирани во рамките на синдикалните форми.

Пензионерските игри како основна клиентела како опфаќаат пензионери така што на туристичкиот пазар понудата треба да биде насочена кон пензионерските здруженија и асоцијации. Во Република Македонија веќе постојат бенефицирани форми на вакви активности (Владата на РМ стимулира туристички посети на бањи и други туристички локалитети).

Спортските дефилеја и церемонии имаат широк дијапазон на клиентела, така што можат да бидат основа за посета од туристичка клиентела со различни карактеристики.



Едукативните спортски активности се вид на туристички производи во кои се вклучува стручна и научна клиентела од оваа област како и спортисти, судии, тренери, делегати и давателите на друга спортска логистика, наставници и професори од областа на спортот и туризмот и спортисти и студенти. Тоа значи дека понудата треба да биде насочена кон образовно–воспитните установи, спортски клубови, здруженија поврзани со спортот и туризмот и слично.

Спортско–тренажниот туризам ги опфаќа спортските подготовки и спортските тренинг кампови во кои корисници на услугите се спортистите и тренерите. Сегменти на побарувачката за вакви форми на понуда се спортските федерации и клубови.

Туристичко–спортските патувања се карактеристични по доминантноста на туристичка клиентела, додека спортските активности се дел од туристичката понуда. Овде се работи за туристичка клиентела од поширок карактер. Бидејќи тие поседуваат потреба за користење на услуги од определени спортови како доминантни сегменти треба да се таргетираат здруженија на граѓани од типот на љубители на природата, планинарење, планинарски здруженија, здруженија за алтернативни и рекреативни активности, здруженија за заштита на правата на младите, жените, ранливи групи и слично.

Под специфични сегменти на спортскиот туризам подразбираме корисници на услуги од областа на спортот какви што се на пример:

- Учесници во т.н. „спортските кампови од фантазијата“. Во оваа група спаѓаат посетители кои тренираат со своите омилен спортисти, познати тренери или познати спортски арени, клубови и слично, што значи дека се работи за сегменти на побарувачката која опфаќа страствени навивачи и навивачки групи.
- Екстремни патувања во кои туристите користат услуги на спортистите за активно вклучување во активноста (параглајдинг со професионалци, патувања со алпинисти и слично). Здруженијата на љубители на екстремни спортови претставуваат сегмент на туристичката побарувачка.
- Патувања поврзани со посета на спортски музеи, „куќи на славните“ и спортски објекти. Сегментите на оваа побарувачка се лоцирани во клиентелата со спортски и културни афинитети што значи дека се работи за широка пазарна популација.

## **ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТНОСТА НА ТУРИЗМОТ И СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО НЕГОВИ РАМКИ**

Спортскиот туризам во Република Македонија е составен дел на вкупната селективна понуда. Тој зазема место во вкупните процеси од оваа област, така што користењето

на параметрите за определување на конкурентноста може да се прифати во корелативна смисла со вкупните карактеристики на туризмот. Определувањето на конкурентноста се темели на OECD документите чии резултатите кои ги дава Travel and Tourism Competitiveness Report (Извештај на конкурентноста на патувањето и туризмот). Според овие податоци **туризмот на Република Македонија се наоѓа на 75. место во Светот и 36. место во Европа, што значи дека има релативно ниска позиција. Меѓутоа, мерејќи ја конкурентноста со балканските земји може да се констатира дека пред нас се наоѓаат Грција, Бугарија, Турција, Црна Гора, Хрватска и Романија, додека Србија, Босна и Херцеговина и Албанија се наоѓаат на пониска позиција од Република Македонија.**

Како параметри кои влијаат врз глобалната конкурентност во туризмот на една земја се земени регулативата, бизнис климата и инфраструктурата, како и човечките, културните и природните ресурси. Овие параметри се важни за определување на конкурентноста и на спортскиот туризам. Со оглед на тоа што спортскиот туризам не излегува од рамките на горенаведените критериуми.

Анализата на позицијата на Република Македонија во поглед на **регулативата** на туризмот и патувањата покажува релативно повисоко ниво во однос на позицијата на вкупната светска конкурентност. По овој параметар Република Македонија се наоѓа на **57. место**. И во овој поглед зад неа заостануваат Албанија, Србија, Босна и Херцеговина, кои беа пониско рангирани во вкупното рангирање, но во овој поглед зад Македонија заостануваат Бугарија, Турција и Романија кои беа подобри во генералниот пласман. **Тоа значи дека регулативата на Република Македонија можеме да ја оцениме како позитивна и нуди релативно поволни услови за развој на туризмот генерално, и во негови рамки спортскиот туризам.**

Во поглед на спортскиот туризам потребно е дополнително унапредување на регулативата со што ќе се подигне рангот на Република Македонија во овој поглед во целина.

Следејќи ги **подиндексите за бизнис–клима генерална инфраструктура**, Република Македонија се наоѓа на **74. место** во Светот што е скоро ист ранг како и генералната позиција во поглед на конкурентноста. Во овој поглед од балканските конкурентни земји зад Република Македонија се наоѓаат само Албанија, Србија и Босна и Херцеговина, а останатите се наоѓаат над повисоки позиции во рангирањето. Од ова може да се заклучи дека е неопходно унапредување на бизнис – климата и посебно на општата инфраструктура која ќе придонесе за позначајни поместувања во областа на спортскиот туризам и другите селективни видови туризам во Република Македонија. Сметаме дека е **посебно важно да се унапреди поврзаноста, уреденоста и опременоста на туристичките објекти и локалитети поволни за развој на спортскиот туризам.**

Еден од најважните столбови за развој на туризмот и спортскиот туризам поединечно е **групацијата на културните и природните вредности и човечките ресурси** конкурентноста на Република Македонија можеме да ја оцениме како многу лоша. Во овој поглед таа е рангирана на **100<sup>-то</sup> место** и единствена од балканските земји послаба рангирана е Србија. Успешен пример за унапредување на овие односи е Турција, која е рангирана на **27<sup>-мо</sup> место** во Светот и е најдобра балканска земја во овој поглед. Сметаме дека **ваквата позиција се должи на слабата искористеност на природните и културните ресурси и дека во тој поглед заостанува човечкиот потенцијал во спортскиот туризам.** Излегувањето од овие состојби го гледаме во **подигањето на нивото на компетенциите на сите вклучени во туризмот.**

### МОДЕЛ ЗА ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТНОСТА ВО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ

Утврдениот ранг на конкурентност на Република Македонија се базира врз моделот на ОЕЦД кој ги содржи критериумите за конкурентност. коментарите кои по параметрите се даваат во врска со идентификација на клучните елементи и успешните примери на држави кои ги развиле овие содржински елементи.

Користејќи го овој модел ќе пристапиме кон модификување на генералната конкурентивност на Република Македонија за да утврдиме **конкурентност на спортскиот туризам.**

Табела бр. 15 – Клучни елементи на конкурентноста на спортскиот туризам во Република Македонија

ИДЕНТИФИКУВАНИ КЛУЧНИ ЕЛЕМЕНТИ	СОСТОЈБИ	ЗАБЕЛЕШКИ
Управување со спортскиот туризам	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Владина поддршка на спортскиот туризам постои во контекст на определбата за изработка на Потстратегија за развој на спортски туризам, постоење на Стратегија за развој на туризам во РМ до 2015 год. и други плански документи со кои се поттикнува развојот на спортскиот туризам;</li> <li>- Гарантираната безбедност и сигурност оди во прилог на успешен развој на спортскиот туризам;</li> <li>- Особена е важна поддршката во буџетот за туризмот преку обезбедување на субвенции за странска туристичка посетеност, утврдени туристички зони во кои место може да најде спортскиот туризам, отворање на кредитни линии и грантови за бизнис во туризмот;</li> </ul>	<p>Република Македонија во најголем дел од овие параметри на конкурентност претставува позитивен пример.</p> <p>Од балканските земји кои се наоѓаат во конкурентни односи со Република Македонија во однос на управување со туризмот лидери се Грција и Турција. Тие се во групата на земји кои по ова прашање имаат највисоки оценки во светски рамки така што Македонија се судрува со светска конкуренција.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Поддршка на јавното-приватно партнерство кое во спортскиот туризам има посебно место со оглед на користењето на спортските терени и објекти;</li> <li>- Формиран Комитет за туризам на највисоко владино ниво каде што проблемите во спортскиот туризам можат успешно да се согледаат и решаваат;</li> <li>- Вертикалната поврзаност во спортскиот туризам е релативно ниска што бара структурно приспособување од локално, преку општинско и регионално ниво до владино ниво во областа на спортскиот туризам;</li> <li>- Посебен проблем претставува недостатокот на статистички податоци од областа на спортскиот туризам, што условува потешкотии во анализата на можностите и ефектите од развојот на спортскиот туризам.</li> </ul>	
<b>Креирање на производи во спортскиот туризам</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Диференцијацијата на производи во Република Македонија во однос на спортскиот туризам е на изразито ниско ниво затоа што нема иновации;</li> <li>- Настапот на туристичкиот пазар во однос на спортскиот туризам е дифузен;</li> <li>- Изостануваат уникатни искуства затоа што доминира посредничката функционалност на спортскиот туризам без вклучување на дополнителни понуди;</li> <li>- Вклученоста на стејхолдерите во креирање на туристичките производи од спортскиот туризам е минимално;</li> <li>- Развивање на сегменти со висок квалитет има инцидентен карактер;</li> <li>- Пазарната перспектива за вклучување на патници, туроператори и мали бизниси е остварлива, но присутна е расцепканост во тој поглед.</li> </ul>	<p>Постојат позитивни примери за креирање на производи во спортскиот туризам. Така, определени туристички агенции организирале патувања за професионалните спортови за одредени светски и европски натпреварувања. Исто така, присутни се понуди за рафтинг и едрење во соседните земји. Но, неопходно е унапредување на производите, посебно во сегментот на инкаминг-туризмот.</p> <p>Во однос на конкурентната позиција на Република Македонија креирањето на производи во областа на туризмот еден од лидерите во светски рамки е Турција која може да послужи како пример за пристапување кон овие активности.</p>
<b>Квалитет на туристички услуги во спортскиот туризам</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Подобрувањето на квалитетот на услугите е постојана заложба на сите учесници во спортскиот туризам;</li> <li>- Постои високо ниво на гостопримливост на спортистите и навивачите во Република Македонија;</li> <li>- Квалитетот на живеење бара подобрувања во сите сфери што ќе се одрази на социјалната стабилност и кохезија;</li> <li>- Услугите за консументите се приспособливи, што упатува на позитивна околност во унапредување на квалитетот на услугите.</li> </ul>	<p>Спортскиот туризам треба да биде фактор не само на остварување на поголема профитабилност базирана на квалитетот на услугите, туку и на подобрување на условите на живеење на давателите на услуги.</p> <p>Во поглед на квалитетот на услугите балканските земји не се во врвот на ранг-листата. Од поширокото окружување се издвојува единствено Словенија како лидер во сферата на обезбеден висок квалитет на туристички услуги</p>
<b>Конкурентност на цените</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Цените се избалансирани и во споредба со конкурентните балкански земји и релативно ниски;</li> </ul>	<p>Ова се позитивни околности за развој на спортскиот туризам. Неопходно е</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Постои валутна стабилност и дисциплина што претставува позитивна околност;</li> <li>- Цената одговара на квалитетот на услугите;</li> <li>- Постојат даночни олеснувања од страна на државата, а во Охрид е субвенционирана и туристичката такса од 40 ден. на 20 ден.</li> </ul>	<p>унапредување на квалитетот на услугите.</p> <p>Грција е една од земјите лидери во поглед на конкурентноста на цените во Светот што упатува на тоа дека Република Македонија во овој поглед може да ги искористи искуствата од оваа земја.</p>
<p><b>Пристапност и комуникативност на спортските туристички дестинации во Република Македонија</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Геостратешката позиција е поволна со оглед на тоа што се наоѓа во централниот дел на Балканскиот полуостров кон кој гравитираат земјите од Источна, Средна, Западна и Северна Европа;</li> <li>- Постои релативно добра комуникативност со окружувањето по патни комуникации и преку воздушен превоз;</li> <li>- Внатрешната комуникативност треба да се унапреди со изградба на автопатишта до најзначајните туристички зони и локалитети;</li> <li>- Внатрешната патна мрежа е во релативно лоша состојба.</li> </ul>	<p>Потребно е да се подобри сообраќајната инфраструктура, посебно во делот на патничкиот и железничкиот промет.</p> <p>Европските фондови кои ги искористи Грција во областа на поврзувањето и пристапноста на туристичките вредности придонесоа таа да биде една од лидерите кои во овој поглед имаат нагласена конкурентност. Тоа може да послужи како модел кој ќе се искористи и во Република Македонија</p>
<p><b>Брендирање на спортско-туристичките производи</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Релативно слаба утврденост на идентитетот на спортските производи;</li> <li>- Имиџот има генерални карактеристики;</li> <li>- Промоцијата и маркетингот се однесуваат на општите туристички производи од општите и другите сектори на туризмот;</li> <li>- Релативно слабо познавање на можностите кои ги пружа РМ како туристичка дестинација во спортскиот туризам;</li> <li>- Големината на контрактивната зона во спортскиот туризам е релативно широка, но ресурсите не се доволно искористени;</li> <li>- Диверзификацијата на пазарот е слаба бидејќи туристичката понуда не е селектирана по видови на туристички производи.</li> </ul>	<p>Напори се чинат во општото брендирање на Република Македонија како туристичка дестинација, но потребно е проширување во спортскиот туризам. <i>macedonia timeless</i> како воспоставен бренд повеќе асоцира на културен туризам, одошто на спортски и други видови туризам сврзани со задоволување на здравствено – рекреативните потреби.</p> <p>Брендирањето на спортско – туристичките производи не е на високо ниво кај балканските земји. Поради тоа треба да се прифатат моделите на Австралија, Австрија и Канада.</p>
<p><b>Природни и културни ресурси</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Природните и културните ресурси се со забележителна застапеност;</li> <li>- Степенот на нивната заштита е на високо ниво со оглед на тоа дека не е навлезено длабоко во уништувањето на овие вредности;</li> <li>- Високиот режим на заштита во определени случаи (Јасен) беше пречка за нивната поголема афирмација. Тие треба да се користат без нивна деградација и девастација;</li> <li>- Македонската гастрономска традиција се одликува со богатство со компоненти на здрава и свежа храна која одговара на понудата во спортскиот туризам, но</li> </ul>	<p>Во поглед на конкурентноста која се однесува на одржливото користење на природните и културните ресурси, гастрономијата, климата и биодиверзитетот, повторно Грција и Турција се лидери во регионот и во светски рамки, така што можат да се прифатат како сериозна конкуренција, но и инспирација и модел за урамнотежување на овие конкурентни односи.</p>

	<p>овие компоненти не се доволно искористени во реалната понуда;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Климатските услови погодуваат на развој на спортскиот туризам со оглед на тоа дека на просторот на Република Македонија се вкрстуваат медитеранските, континенталните и арктичките влијанија;</li> <li>- Ваквите климатски карактеристики како и почвените и хидролошките прилики овозможуваат мошне разновиден растителен свет во кој свој ареал обезбедуваат различни животни;</li> <li>- Во поглед на спортовите на вода погодност е што Република Македонија располага со брзи и мирни води.</li> </ul>	
Развивање на човечки ресурси	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Едукацијата се одвива на средношколско и високообразовно ниво во сепаратно издвоени институции;</li> <li>- Многу малку се застапени програми кои ги обединуваат спортот и туризмот;</li> <li>- Постојат тренинзи и обуки во рамките на клубовите на спортот која е нормална околност, но изворни обуки за занимавање со спортски туризам многу ретко се застапени;</li> <li>- Во државата постојат неколку туристички центри за неформално образование;</li> <li>- Потребно е сите инволвирани во туризмот и спортот да се вклучат во перманентно образование и обуки од оваа област (ЛЛЛ)</li> </ul>	Грција и Турција се лидери во светски рамки и во поглед на развивање на човечки ресурси во поглед туризмот.

Од табеларниот преглед може да се констатира дека **Република Македонија по сите основи се наоѓа во една сериозна конкуренција од блиското и поширокото окружување (посебно Грција и Турција)**, така што е неопходно е да се уважуваат добиените сознанија по идентификуваните клучни елементи за конкурентност. Тоа треба да се има во предвид во настапот на туристичкиот пазар, со понуда која е од општ карактер и понуда која е специјализирана од областа на спортскиот туризам. Користејќи ги добрите позиции на соседните држави конкурентноста би се ублажила доколку се пристапува кон креирање на производи од спортскиот туризам во поливалентна форма или со взаемно учество на туристичкиот пазар. Тоа би биле заеднички туристички производи, креирани во насока на успешна реализација на дизајнираните програми.

## ДОМИНАНТНИ ПАЗАРИ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ

Туристичкиот пазар на овој селективен вид се определува според општиот туристички промет и прометот кој се остварува во рамките на спортските активности. Врз основа на карактерот на спортскиот туризам можеме да констатираме дека доминантно место за пласман на туристичката понуда зазема туристичкиот пазар лоциран во Република Македонија. Ова произлегува оттука што развојот на спортскиот туризам има интенција да обезбеди инкаминг (incoming) и да ги поттикне спортските и туристичките организации да овозможат поголема посетеност на Република Македонија.

Утврдувањето на **емитивните зони** на странската посетеност во Република Македонија се базира на структурата на посетеноста и престојот. Врз основа на тоа можат да се издиференцираат емитивните зони. Овие параметри се дадени во табелата бр. 16 и графикот бр. 6.

Табела бр. 16 - Доаѓања на туристи, според земјата на припадност

	2009	2010	2011	2012	2013
<b>ВКУПНО</b>	<b>587</b>	<b>586</b>	<b>647</b>	<b>663</b>	<b>701</b>
<b>ДОМАШНИ</b>	<b>770</b>	<b>241</b>	<b>568</b>	<b>633</b>	<b>794</b>
<b>СТРАНСКИ</b>	<b>328</b>	<b>324</b>	<b>320</b>	<b>312</b>	<b>302</b>
	<b>566</b>	<b>545</b>	<b>097</b>	<b>274</b>	<b>114</b>
<b>СТРАНСКИ</b>	<b>259</b>	<b>261</b>	<b>327</b>	<b>351</b>	<b>399</b>
	<b>204</b>	<b>696</b>	<b>471</b>	<b>359</b>	<b>680</b>
Австрија	6 437	6 143	5 681	6 275	8 376
<b>Албанија</b>	<b>19 757</b>	<b>17 110</b>	<b>13 614</b>	<b>13 412</b>	<b>16 982</b>
Белгија	1 839	1 848	2 519	3 716	5 104
Белорусија	178	101	1 151	329	314
Босна и Херцеговина	4 672	5 619	4 959	4 740	4 540
<b>Бугарија</b>	<b>23 619</b>	<b>15 513</b>	<b>18 541</b>	<b>19 815</b>	<b>20 914</b>
Велика Британија	5 309	5 647	6 139	6 278	6 935
Германија	9 795	9 573	9 822	11 306	13 065
<b>Грција</b>	<b>22 253</b>	<b>26 843</b>	<b>45 509</b>	<b>43 976</b>	<b>46 184</b>
Данска	1 338	1 273	1 251	1 307	1 811
Естонија	-	176	260	390	336
Ирска	610	745	1 500	715	738
Исланд	161	164	137	99	107
Италија	6 050	6 181	7 140	7 926	7 894
Кипар	-	194	675	570	792
Косово	-	9 480	9 829	9 613	11 887
Латвија	-	239	308	587	738
Литванија	-	251	280	729	722
Луксембург	-	53	107	71	134
Малта	-	23	60	274	61
Норвешка	1 618	1 503	1 212	1 499	1 638
Полска	5 827	6 182	6 758	7 490	12 980
Португалија	601	655	727	835	736
Романија	2 677	3 351	3 882	4 964	6 444
Руска Федерација	1 872	2 848	3 545	3 613	4 538
Словачка	1 140	1 082	1 099	1 277	2 551
Словенија	13 970	12 606	14 063	13 252	13 404

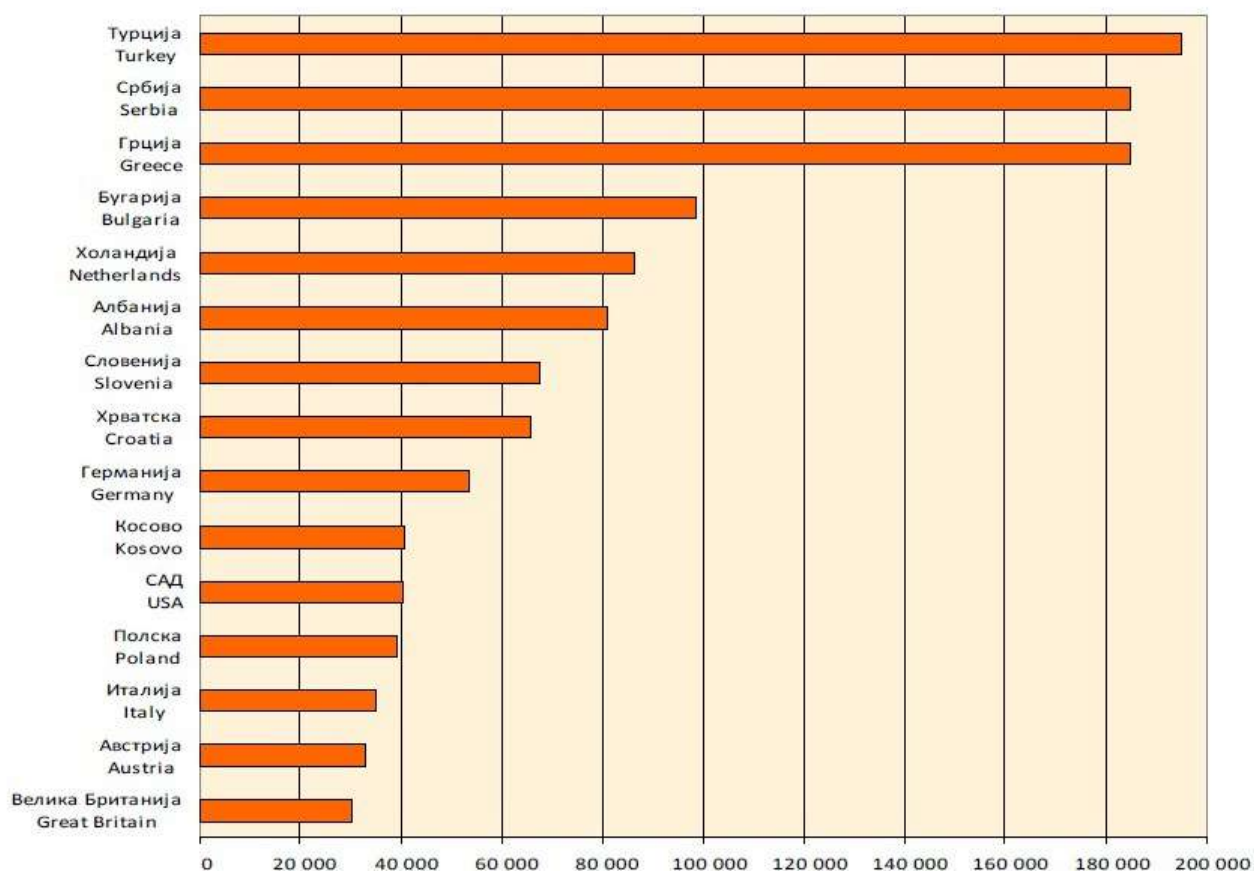
<b>Србија</b>	<b>38 744</b>	<b>35 840</b>	<b>35 692</b>	<b>36 530</b>	<b>38 127</b>
<b>Турција</b>	<b>16 962</b>	<b>20 047</b>	<b>39 251</b>	<b>50 406</b>	<b>68 124</b>
Украина	772	981	1 042	1 699	3 017
Унгарија	3 365	3 492	3 342	2 829	3 361
Финска	1 220	1 233	3 432	2 379	1 018
Франција	4 914	4 858	4 901	5 663	5 180
<b>Холандија</b>	<b>4 988</b>	<b>6 612</b>	<b>22 219</b>	<b>27 121</b>	<b>25 542</b>
Хрватска	12 519	12 791	13 885	13 939	12 722
Црна Гора	2 653	4 180	3 522	3 197	3 498
Чешка	2 583	2 423	2 695	2 830	2 875
Швајцарија	1 848	2 153	2 733	3 041	2 861
Шведска	2 355	2 530	2 702	2 654	3 421
Шпанија	2 091	1 711	1 726	1 801	1 972
Други европски земји	9 486	4 274	2 947	2 458	3 175
Јужна Африка	-	32	52	61	89
Други африкански земји	-	196	356	272	650
Канада	1 257	1 247	1 366	1 465	1 532
САД	7 826	7 655	8 082	7 773	9 258
Други северноамерикански земји	-	451	636	287	707
Бразил	-	142	252	411	626
Други земји од Јужна и Средна Америка	-	229	408	676	735
Израел	6 110	2 885	3 309	3 278	3 461
Јапонија	1 268	1 621	2 194	2 488	2 458
Кина	-	853	1 664	2 828	4 075
Кореја, Република	-	686	1 070	1 179	1 722
Други азиски земји	-	2 015	2 755	2 676	3 194
Австралија	2 784	3 967	3 974	5 668	5 687
Нов Зеланд	203	207	253	273	447
Други земји од Австралија и Океанија	-	982	243	419	221
Други воневропски земји	5 533	-	-	-	-

Извор: Туристички региони на РМ, Државен завод за статистика, Скопје 2014



График бр. 6 – Доаѓања на туристи според земјата на припадност

G-06: Доаѓања на туристи според земјата на припадност, вкупно 2009-2013  
G-06: Tourist arrivals by country of origin, total 2009-2013



Извор: Туристички региони на РМ, Државен завод за статистика, Скопје 2014

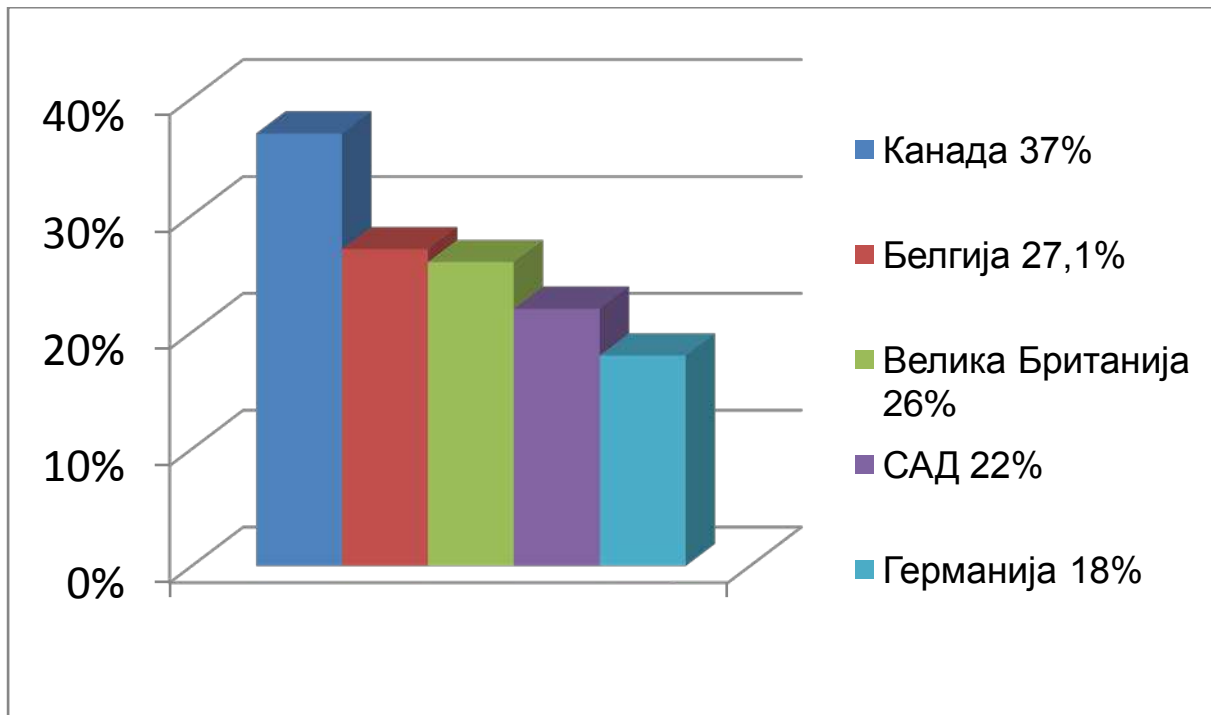
Од анализата на странската посетеност во последните 5 години можеме да констатираме дека **доминантно место зазема Турција** со 194 790 посетители. На **второ место се посетителите од Р. Србија** со 184 933, а **следат Грција и Бугарија**. **Високо место заземаат и Албанските и Хрватските туристи**. Тоа значи дека **најзначајна емитивна зона за Република Македонија е Балканскиот Полуостров**.

Овие показатели за доминантноста на туристичкиот пазар се совпаѓа со добиените резултати од спроведеното интервју со познавателите на прилики од спортот кои исто така балканскиот пазар го апострофираат како најважен во овој период.

Во **втората емитивна зона доминантно место зазема Холандија**. На оваа група и припаѓаат **Словенија, Германија и Полска**. Во овие земји се негува култот кон спортот и рекреацијата како резултат на високо развиената спортска свест и био-социјалните придобивки од физичката активност, односно спортот и рекреацијата. Тоа упатува на фактот дека се работи за сериозен пазар за овој вид туризам.

**Како перспективни пазари за спортскиот туризам треба да се прифатат водечките 5 емитивни држави во Светот.** Тоа се: Канада, во која спортскиот туризам учествува со 37% во вкупниот туристички промет што значи дека се работи за доминантен селективен вид туризам. Во Белгија учеството на спортскиот туризам во вкупниот туристички промет изнесува 27,1%, во Велика Британија 26% и во САД 22%.

График бр. 7 – Топ 5 емитивни држави за спортски туристи во Светот



Извор: СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ И АТРАКТИВНОСТ НА ТУРИСТИЧКАТА ДЕСТИНАЦИЈА – Докторска дисертација, Лиза Чакареска, Охрид, 2011

Со оглед на застапеноста на спортисти и големината на популација посебен респект како пазар на вакви услуги заслужуваат Русија и Кина.

## SWOT – АНАЛИЗИ НА ТЕРИТОРИЈА НА ЦЕЛА РЕПУБЛИКА ЗА РАЗВОЈ НА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ

SWOT анализата е вршена на регулативата и нормативата во спортскиот туризам во Република Македонија како многу важна состојба, понудата и побарувачката и пазарот во целина.

**SWOT – АНАЛИЗА НА РЕГУЛАТИВАТА И НОРМАТИВАТА ВО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

ПРЕДНОСТИ	НЕДОСТАТОЦИ	МОЖНОСТИ	ЗАКАНИ
<p>Усвоени стандарди од страна на спортски федерации во РМ по видови на спортови.</p> <p>Усвоени закони од областа на туризмот, угостителството, спортот.</p> <p>Постоење на Закон за автокампови и Закон за развојни туристички зони</p> <p>Билатерални и мултилатерални договори од областа на туризмот, угостителството и спортот</p> <p>Донесена просторно-планска документација на сите нивоа</p> <p>Постоење на стратешки документи од областа на туризмот, угостителството и спортот</p> <p>Субвенционирање на странска туристичка посетеност</p> <p>Субвенционирање на манифестации од областа на спортот</p> <p>Даночни олеснувања во областа на туризмот и угостителството</p>	<p>Некоординација и неспроведување на стандардите</p> <p>Нерегулираноста на спортскиот туризам како посебен вид туризам во Законот за туристичка дејност (пр. по аналогија на рурален туризам)</p> <p>Парцијална примена на законите од областа на туризмот и спортот</p> <p>Стандардите од спортската инфраструктура не се пропишани како минимално технички услови за стандардизација на објектите</p> <p>Неусогласеност на просторно-планските документи по вертикала и хоризонтала во локациско определување на содржините на спортскиот туризам</p> <p>Застареност и неусогласеност на стратегиите за развој на туризмот, угостителството и спортот</p> <p>Недоволна законска дефинираност на номенклатурата за човечки ресурси по дејности во спортскиот</p>	<p>Усвоени стандарди во светски рамки за квалитет на услуги во спортскиот туризам</p> <p>Следење на светските искуства во однос на нормирањето на минимално-техничките услови и воведување на категорија „спортски хотел“</p> <p>Користење на директиви за просторно-планска усогласеност во користењето на просторот во функција на спортскиот туризам</p> <p>Постоење на стратешкиот тренд за развој на спортски туризам во светски рамки</p>	<p>Утврдување на прогресивни норми кои тешко би можеле да се применат во РМ (пр. квалитет на фудбалските игралишта)</p> <p>Постоење на визни режими за спортисти, спортска логистика и навивачи</p>

	туризам		
--	---------	--	--

**SWOT – АНАЛИЗА НА ПОНУДАТА ВО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА  
МАКЕДОНИЈА**

<b>ПРЕДНОСТИ</b>	<b>НЕДОСТАТОЦИ</b>	<b>МОЖНОСТИ</b>	<b>ЗАКАНИ</b>
<p>Функционалност на туристичко-географската положба</p> <p>Добра локациска поврзаност и комуникативност</p> <p>Програми на Владата за унапредување на комуникативноста во РМ</p> <p>Постоење на извонредна релјефна, климатска и хидрографска атрактивност за развој на спортскиот туризам</p> <p>Постоење на сместувачки капацитети во функција на спортскиот туризам</p> <p>Постоење на спортска опременост на сместувачките</p>	<p>Слаба искористеност на ресурсите</p> <p>Лоша патна инфраструктура</p> <p>Слаба туристичка валоризација во функција на спортскиот туризам</p> <p>Недоволна изграденост, уреденост и опременост на локациите</p> <p>Висок степен на загаденост на ресурсите (посебно на водените ресурси)</p> <p>Постоење на девастација и деградација</p> <p>Висок степен на</p>	<p>Постоење на меѓународен транзитен правец од прв ред во Европа (E-75)</p> <p>Меѓународни кредитни линии за унапредување на комуникативната инфраструктура</p> <p>Користење на грантови за унапредување на локалните патишта</p> <p>Постоење на нискобуџетни авионски линии</p> <p>Успешни примери на конзистентност во користењето на атрактивните фактори во спортскиот туризам</p> <p>Користење на позитивни искуства во вклучувањето на атрактивностите во</p>	<p>Постоење на коридори кои ја заобиколуваат Република Македонија</p> <p>Загадување на животната средина на глобално ниво</p> <p>Климатски промени во Светот</p> <p>Урбанизацијата на атрактивните простори</p> <p>Проблеми во евро-атлантските интегративните процеси</p> <p>Рецесија и светска економска криза</p> <p>Временска лимитираност на инвестициски фондови</p>

<p>капацитети</p> <p>Постоење на спортска инфраструктура која е релативно добро дисперзирана</p> <p>Постоење на училишна спортска инфраструктура</p> <p>Добра инвестициска политика во изградбата на спортска инфраструктура</p> <p>Постоење на студиски и предметни програми за спортски туризам</p> <p>Постоење на посреднички форми на односи меѓу туристичките агенции и спортските организации и асоцијации</p> <p>Постоење на успешни примери за спонзорирање на спортски активности и манифестации од страна на туристички организации</p> <p>Мерки на Владата во функција на поттикнување на јавно-приватното партнерство во спортскиот туризам</p> <p>Постоење на препознатливи производи во спортскиот туризам во Македонија</p>	<p>урбанизација</p> <p>Слаба застапеност на објекти и легла со концентрирано сместување (хостели, хостелско сместување, кампови, одморалишта)</p> <p>Дисперзирана разместеност на сместувачки единици</p> <p>Постоење на висок степен на некатегоризирани сместувачки објекти</p> <p>Слабо постоење на ексклузивни сместувачки капацитети за врвни спортски случувања</p> <p>Недоволна квалитативна и квантитативна спортска опременост во сместувачките капацитети</p> <p>Слабо одржување на спортските објекти</p> <p>Нерешен статус на сопственоста на спортски објекти</p> <p>Слаба поврзаност на спортските објекти со сместувачките објекти (слаба локациска поврзаност)</p> <p>Недостаток на спортска опрема</p> <p>Слаба туристичка содржина во близина на спортските објекти</p> <p>Непостоење на</p>	<p>спортскиот туризам</p> <p>Високи стандарди на светско ниво за користење на заштитени простори</p> <p>Постоење на специјализирани спортски кампуси во Светот</p> <p>Постоење на стандарди на сместувачки капацитети во функција на спортскиот туризам</p> <p>Постоење на инвестициски можности за сместувачки капацитети од ексклузивен</p> <p>Постоење на клима за дисперзија на спортско – туристичките синџири во Светот</p> <p>Користење на препристапни европски фондови за инвестирање во спортскиот туризам</p> <p>Користење на меѓународни искуства во структурирањето на спортската инфраструктура</p> <p>Постоење на светски искуства во образованието за спортски туризам на сите нивоа</p> <p>Постоење на успешни примери во Светот за специјализирани туроператори за спортско-туристичка</p>	<p>Еластичност и динамичност на туристичката побарувачка во Светот</p>
--	--	--	--

	<p>спортска инфраструктура за спортски манифестации и настани</p> <p>Слаба професионализација на човечките ресурси</p> <p>Некоординирана активност на човечките ресурси помеѓу спортот и туризмот</p> <p>Слабо ниво на едуцираност на кадри од областа на спортскиот туризам</p> <p>Непостоење на спортски аниматори</p> <p>Непостоење на програми и незаинтересираност за доедукација во формалното и неформалното образование</p> <p>Слаба препознатливост на стручните кадри од странство во спортскиот туризам</p> <p>Недоволна пристапност до светски програми за образование на кадри во спортскиот туризам</p> <p>Слаба екипираност на спортските клубови и федерации со управувачки кадар за туризам и воопшто</p> <p>Рудиментирано ниво на односи меѓу спортските и туристичките организации</p> <p>Слаба застапеност на склучени договори за</p>	<p>понуда</p> <p>Успешни примери во Светот од областа на јавното – приватното партнерство</p> <p>Отвореност за вклучување на странски туроператори за вклучување во спортскиот туризам</p> <p>Постоење позитивни искуства во Светот за успешни спортски производи</p>	
--	--	---	--

	<p>организирано патување во областа на спортскиот туризам</p> <p>Слабо учество на туристичките организации во организацијата на спортските манифестации</p> <p>Лоша комуникација и непрофесионализам од страна на туристичките организации во спортот (особено кај ученичкиот и студентскиот спорт)</p> <p>Слаба застапеност на специјализирани туристички агенции за спортски туризам</p> <p>Слабо користење на јавно-приватното партнерство</p> <p>Слаба вклученост на спортските производи во туристичката понуда</p> <p>Неконзистентност во календарот на спортските турнири и манифестации во РМ</p> <p>Слаба застапеност на туристички аранжмани од областа на спортскиот туризам</p>		
--	---	--	--

**SWOT – АНАЛИЗА НА ПОБАРУВАЧКАТА И ПОТРОШУВАЧКАТА ВО СПОРТСКИОТ  
ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

<b>ПРЕДНОСТИ</b>	<b>НЕДОСТАТОЦИ</b>	<b>МОЖНОСТИ</b>	<b>ЗАКАНИ</b>
<p>Постоење на забележителен интерес на домашна јавност за вклучување во спортскиот туризам</p> <p>Етаблираност на навивачи и навивачки групи за спортски активности</p> <p>Предвидливост на времето за вклучување во спортско – туристичките активности</p> <p>Постоење на спортска организираност на спортисти, спортска логистика и навивачи</p> <p>Утврдени емитивни зони на туризмот и спортскиот туризам во окружувањето и Светот</p> <p>Зголемување на туристичката посетеност на странските туристи во Република Македонија</p> <p>Преовладување на релативно млада популација и широк дијапазон во структурата со релативно високи платежни можности</p>	<p>Слаби оперативни активности во сферата на побарувачката</p> <p>Слаба усогласеност на фериите со календарот на спортските настани</p> <p>Лоша финансиска состојба на спортските клубови</p> <p>Слаба учество на посетителите кои доаѓаат поради спорт и рекреација</p> <p>Слабо учество на спортскиот туризам во вкупниот туристички промет</p> <p>Лоша методологија во регистрација на спортските туристи</p>	<p>Широка сегментираност на спортскиот туризам во Светот</p> <p>Позитивни трендови во туристичкиот промет во Светот</p> <p>Спортскиот туризам троши повеќе средства за туристички услуги (посебно за вонпансионска услуга)</p> <p>Висок степен на стационарност во просторот</p> <p>Висок општествен статус на спортскиот турист и поголема моќ за медиумско влијание</p>	<p>Предрасуди и стереотипи во врска со спортскиот туризам во Светот за односите на Балканот во оваа сфера</p> <p>Девијантно однесување на навивачки групи</p>



**SWOT – АНАЛИЗА ЗА ПАЗАРОТ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА  
МАКЕДОНИЈА**

<b>ПРЕДНОСТИ</b>	<b>НЕДОСТАТОЦИ</b>	<b>МОЖНОСТИ</b>	<b>ЗАКАНИ</b>
Преземени мерки кои ја поттикнуваат конкурентноста на РМ во спортскиот туризам	Недоволно користење на мерките од страна на туристичките организации	Постоење можност за билатерален и мултилатерален настап на туристичкиот пазар и формирање на туристички аранжмани	Изразито силна конкуренција на пазарот на спортскиот туризам во Светот
Лоциран буџет за поддршка на туризмот во РМ	Недоволни буџетски средства за подмирување на потребите за спортските активности во туризмот	Користење на ИПАРД фондови за спортски туризам	Опасност од меѓународен тероризам
Висока безбедност во спортските настани и манифестации	Појава на издвоени инциденти на спортските натпревари	Користење на искуства од Словенија и Полска во користење на буџетските средства за креирање на производи кои ќе бидат успешни на туристичкиот пазар	Импликации од политички процеси (името на држава Македонија)
Преземени промотивни активности на туризмот во РМ	Слаби промотивни активности на спортскиот туризам	Преземање на искуства од Светот во справување со инциденти	
Утврдена сегментација на туристичката клиентела на туристичкиот пазар	Слаба насоченост на дистрибутивните канали кон клиентелата	Вклучување во светски каталози за спортски туризам	
Општо брендирање на РМ како туристичка дестинација	Непостоење на брендирање на Македонија како спортско – туристичка дестинација	Искуства од познати спортско – туристички брендови во Светот	
Цените се избалансирани во споредба со конкурентните балкански земји и релативно ниски	Квалитетот на содржините во спортскиот туризам е на релативно ниско ниво	Постоење на кластер за спортски туризам во Светот	
Постои издржана организираност на туризмот	Слаба вертикална и хоризонтална координација		
	Непостоење на кластерско организирање по примерот на светски искуства		
	Изразита сезоналност		

	на туризмот на РМ		
--	-------------------	--	--

## **СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ ЗА РАЗВОЈОТ НА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА**

Стратешките цели се клучни елементи на развојните постулати на спортскиот туризам во Република Македонија. Тие произлегуваат од визијата за развој на овој вид туризам и систематизирани се на следниот начин:

- Спортскиот туризам до 2018 година треба да се етаблира како посебен селективен вид на туристички производи и препознатливост во меѓународни рамки;
- Подобрена спортска инфраструктура, унапредена и диверзифицирана структура на сместувачките капацитети нивната спортска опременост, подобрена инвестициона клима за вложување во спортскиот туризам, користење и унапредување на заштитените простори во функција на спортскиот туризам, унапредени знаења и вештини на човечките ресурси ангажирани во дејноста;
- Утврдени специфични производи на спортскиот туризам со автентични, атрактивни содржини, подобрена сигурност на учесниците во спортскиот туризам, традиционална гостопримливост, отворени можности за користење на алтернативни содржини, избалансирани цени на туристичките услуги кои ќе бидат конкурентни на туристичкиот пазар, подобрен квалитет на туристичките услуги, сертификација за давање услуги во спортскиот туризам;
- Формиран кластер за спортски туризам, реализирана туристичка стратегија за спортски туризам, обезбедени јавно-приватни партнерства во спортскиот туризам, издвоени статистички елементи кои го пратат спортскиот туризам дефиниран и конзистентен буџет за спортски туризам.

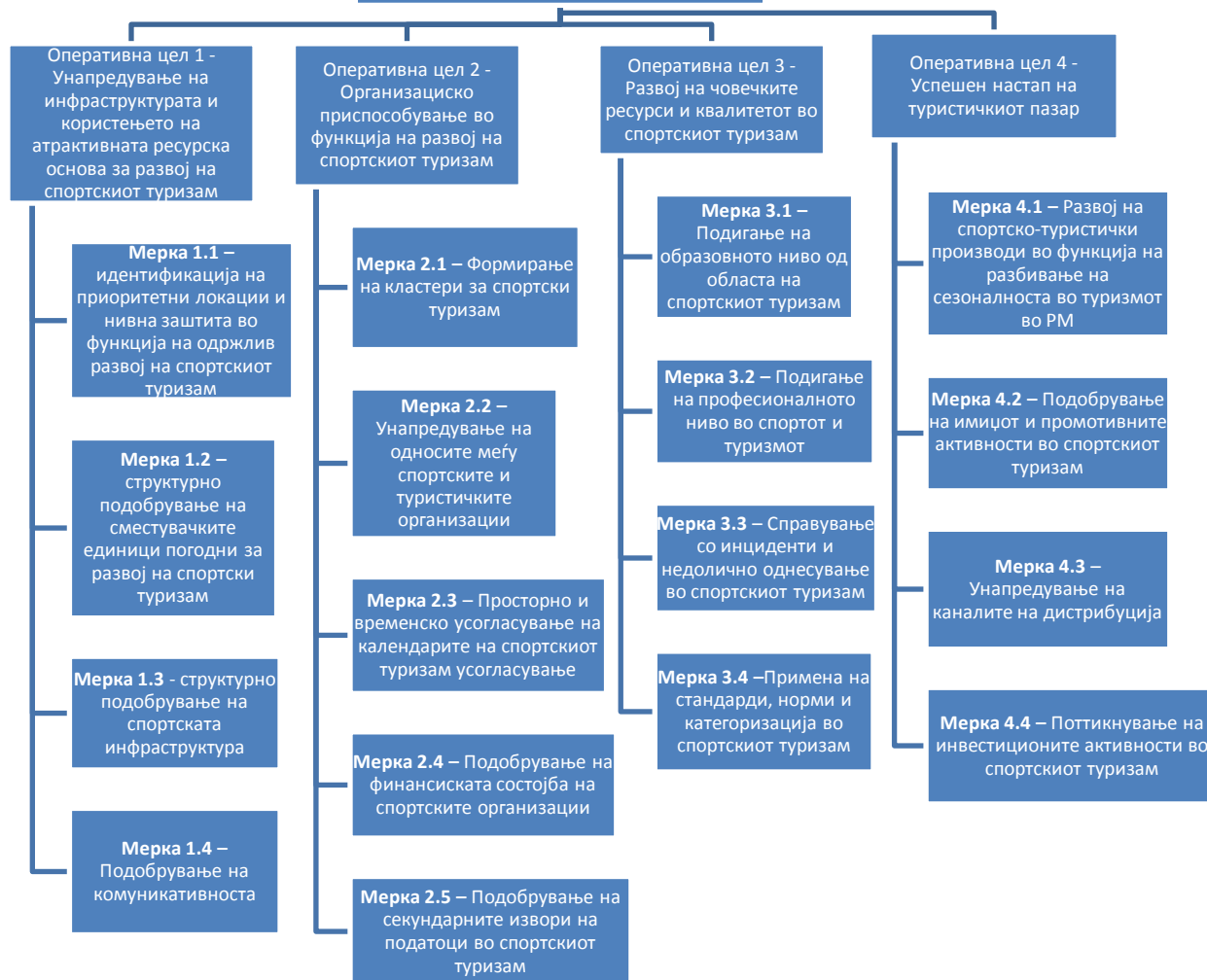
## **АКЦИОНЕН ПЛАН ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА ПОТСТРАТЕГИЈАТА ЗА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ЗА ПЕРИОДОТ ОД 2015-2018 ГОДИНА**

Утврдувањето на Акциониот план произлегува од визијата за развој на спортскиот туризам до 2018 година, клучните постулати кои таа ги содржи и оперативните цели изложени како приоритетните категории. Тие произлегуваат од извршените SWOT – анализи по сите релевантни компоненти на состојбите во спортскиот туризам во Република Македонија.

Основна стратешка цел е подигање на учеството на спортскиот туризам во вкупниот туризам на Република Македонија. За исполнување на основната стратешка цел се разработуваат оперативни цели со акциона димензија во која се опфатени мерки, содржини на мерките, активности, носители, временска рамка и критериуми за успех.

График бр. 8 – Преглед на оперативните цели и мерките за постигнување на основната стратешка цел на Потстратегијата за спортски туризам во Република Македонија

**Основна стратешка цел - подигање на учеството на спортскиот туризам во вкупниот туризам на Република Македонија**



<b>Оперативна цел 1 - Унапредување на инфраструктурата и користењето на атрактивната ресурска основа за развој на спортскиот туризам</b>				
	Активности	Носители	Временски рамки	Критериуми/индикатори за успех
<b>Мерка 1.1.</b> - Идентификација на приоритетни локации и нивна заштита во функција на одржлив развој на спортскиот туризам	Селектирање на приоритетни локации согласно со просторно – планската документација	Агенција за просторно и урбанистичко планирање на РМ, Агенција за поддршка и промоција на туризмот и локалните самоуправи	Јануари – март 2015	Утврдени приоритетни локации во посебен документ
	Преземање мерки за отклонување на рецентните загадувачи во приоритетните локации	Министерство за просторно планирање и заштита на животната средина	Април – септември 2015	Донесени законски и подзаконски акти за отклонување на загадувачите
	Аплицирање на ИПА фондови за одржлив развој на спортскиот туризам	Локални самоуправи, јавни институции и бизнис заедница	Март - ноември 2015	Поднесени апликации
	Јавна презентација на идентификуваните приоритетни локации	Агенција за промоција и поддршка на туризмот	Април 2015	Одржани промотивни настани, објавен информации на веб страната на АППТ
<b>Мерка 1.2</b> – структурно подобрување на сместувачките единици погодни за развој на спортски туризам	Поддршка на изградба и опременост на сместувачки единици погодни за спортски туризам (субвенции и даночни ослободувања)	Министерство за финансии и Локални самоуправи	До декември 2018	Изградени и опремени сместувачки единици
	Користење на донесените законски акти (Закон за авто-кампови и Закон за туристички зони) во функција на спортскиот туризам	Агенција за промоција и поддршка на туризмот Агенција за странски инвестиции Инвеститори	До декември 2018	Изградени авто-кампови и други сместувачки објекти со спортска содржина

	Користење на моделот на јавно-приватно партнерство во користењето на спортските објекти во сопственост на државата на РМ како основа за туристички содржини	Инвеститори, Локална самоуправа Јавно претпријатие за стопанисување со спортски објекти	До декември 2018	Изградени и опремени единици со туристички содржини во рамките на спортските објекти
<b>Мерка 1.3</b> - структурно подобрување на спортската инфраструктура	Поддршка во изградбата и опремувањето на спортски центри и објекти	Инвеститори, Локална самоуправа Јавно претпријатие за стопанисување со спортски објекти	До декември 2018	Изградени и опремени на спортски центри и објекти
	Поддршка на инвеститорите во ревитализацијата на спортските објекти и нивна опременост	Инвеститори, Министерство за локална самоуправа, Агенција за млади и спорт, Јавно претпријатие за стопанисување со спортски објекти	До декември 2018	Ревитализирани и опремени спортски објекти
<b>Мерка 1.4</b> – Подобрување на комуникативноста	Изградба и осовременување на патната и железничката мрежа	Министерство за транспорт и врски, Локални самоуправи	До декември 2018	Должина на изградена и реконструирана патна мрежа
	Унапредување на ниско-буџетни летови, чартер превозот, трансфери и инклузив тури	Министерство за транспорт и врски, локални самоуправи, сообраќајни претпријатија, туристички агенции	До декември 2018	Број на превезени патници

<b>Оперативна цел 2 - Организациско приспособување во функција на развој на спортскиот туризам</b>				
	Активности	Носители	Временски рамки	Критериуми/индикатори за успех
<b>Мерка 2.1. -</b> Формирање на кластери за спортски туризам	Формирање на национален кластер за спортски туризам	Министерство за економија, Агенција за млади и спорт, Стопански комори од областа на туризмот, Спортски федерации и здруженија, Здруженија на превозници	Јануари – Март 2015	Донесени акти за формирање на кластер
	Формирање на регионални кластери за спортски туризам	Локални здруженија на превозници, Администрација на локална самоуправа, Центри за развој на планските региони, спортско-рекреативни клубови	Април- Јуни 2015	Донесени акти за формирање на кластер
	Одржување на работилници (workshops) за развој на спортскиот туризам	Агенција за промоција и поддршка на туризмот, Центри за неформално образование, Стопански комори за туризам, Спортски федерации и здруженија	До јуни 2015	Број на одржани часови, број на учесници и сертификати
<b>Мерка 2.2 –</b> Унапредување на односите меѓу спортските и туристичките организации	Формирање на мешовити организациски одбори при одвивање на спортско – туристички манифестации	Агенција за млади и спорт Спортски федерации, Кластери за спортски туризам	До јуни 2015	Одржани манифестации со заеднички соучества
	Спонзорирање на спортски манифестации од туристички	Бизнис заедница, Јавни претпријатија за стопанисување со спортски објекти	До декември 2018	Број на спонзорирани манифестации, конзистентност во одржување на

	субјекти			спортските манифестации
<b>Мерка 2.3 –</b> Просторно и временско усогласување на календарите на спортскиот туризам усогласување	Достапност на информациите за календарите за спортските активности	Спортски организации, Локални самоуправи,	До март 2015	Објавени календари на веб-страни
	Усогласување на работните обврски на учениците и студентите со календарите на спортските случувања (ученички, студентски игри)	Агенција за млади и спорт, Министерство за образование и наука, Универзитети, Спортски федерации и здруженија, локална самоуправа, јавни претпријатија за стопанисување со спортски објекти	До септември 2016	Усогласени календари на спортски случувања со испитни сесии, колоквиумски недели, интерно и екстерно тестирање, работни и неработни денови.
<b>Мерка 2.4 –</b> Подобрување на финансиската состојба на спортските организации	Примена на законска легислатива за даночно олеснување при инвестирање и финансирање во спортот	Влада на РМ	До март 2015	Донесени законски и подзаконски акти
	Отворање на процес на приватизација според Закон за спорт	Агенција за млади и спорт, Државен инспекторат	До декември 2016	Број на професионализирани спортски клубови
	Зголемување на буџетски средства за унапредување на спортот	Министерство за финансии, Локални самоуправи,	До декември 2015	Зголемени и стабилни буџети на спортските федерации
	Подобрување на кадровската екипираност на спортските организации со одредување на ингеренции за спортски туризам	Спортски организации	До декември 2018	Број на лица кои го покриваат секторот за спортски туризам
<b>Мерка 2.5 –</b> Подобрување на секундарните извори на податоци во	Структурирање на податоци кои се однесуваат на спортскиот туризам во	Државен завод за статистика, Центри за развој на планските региони, Локални самоуправи,	До декември 2015	Структурирани податоци кои се однесуваат на спортскиот туризам



спортскиот туризам	публикации од јавен интерес	Спортски федерации, Агенција за млади и спорт		
	Спроведување на евиденција на спортски објекти, спортисти и спортска логистика, спортски манифестации, остварен туристички промет по основ на спорт и нивно објавување на веб страни	Државен завод за статистика, спортски федерации, Агенција за млади и спорт, Агенција за промоција и поддршка во туризмот	До декември 2018	Објавени податоци

<b>Оперативна цел 3 - Развој на човечките ресурси и квалитетот во спортскиот туризам</b>				
<b>Мерка 3.1 –</b> Подигање на образовното ниво од областа на спортскиот туризам	Активности	Носители	Временски рамки	Критериуми/индикатори за успех
	Воведување студиски програми за спортски туризам	Министерство за образование и наука, Универзитети	До декември 2016	Акредитирани студиски програми
	Структурирање предметни програми со проблематика од спортски туризам	Универзитети и факултети	До декември 2016	Рedefинирани студиски програми
	Воведување на курсеви за туристички аниматори по аналогија на туристички водичи	Министерство за економија, Агенција за млади и спорт, Министерство за образование и наука, Факултети, Центри за неформално образование	До декември 2016	Усвоена програма за сертификација, Издадени сертификати
	Работилници од областа на спортскиот туризам	Центри за неформално образование, Факултети	До декември 2016	Број на издадени сертификати
<b>Мерка 3.2 –</b> Подигање на професионалното ниво во спортот и туризмот	Усвојување на систематизации за вклучување на професионален менаџмент во спортот	Спортските федерации и клубови	До декември 2016	Усвоени измени во статутите со вградени систематизации
	Препораки за воведување на шалтери и служби за спортски туризам во туристичките агенции	Стопански комори за туризам	До декември 2016	Изменети статuti на туристичките агенции
	Трибини и собири за значењето на спортскиот туризам за агенциското работење и угостителството	Стопански комори за туризам, Спортски федерации, Високообразовни институции	Јануари - април 2015	Број на одржани собири и трибини

<b>Мерка 3.3 –</b> Справување со инциденти и недолично однесување во спортскиот туризам	Заострување на мерки за инциденти и недолично однесување на спортските терени и при патувањата и престојот на навивачите	Министерство за внатрешни работи	До декември 2015	Донесени законски прописи
	Работилници и трибини за навивачи и навивачки групи посветени на безбедноста во спортскиот туризам	Министерство за внатрешни работи, Спортските федерации, Факултети од областа на безбедноста	До декември 2015	Број на одржани трибини и работилници, број на учесници
	Техничко приспособување на спортските објекти за избегнување на можни инциденти	Агенција за млади и спорт, Спортските федерации, јавни претпријатија за стопанисување со спортски објекти, сопственици на спортски објекти	До декември 2016	Приспособени објекти
<b>Мерка 3.4 –</b> Примена на стандарди, норми и категоризација во спортскиот туризам	Измени и дополнување на подзаконските акти за минимални материјално-технички услови на спортски објекти и услуги во угостителската дејност	Министерство за економија, Агенција за млади и спорт	До декември 2015	Број на изменети и дополнети подзаконски акти
	Воведување категорија „спортски хотел“	Министерство за економија	До декември 2015	Број на донесени законски акти за категорија „спортски хотел“
	Категоризација на некатегоризираните објекти во туризмот и спортот	Локална самоуправа, Агенција за млади и спорт	До декември 2015	Број на категоризирани вакви објекти
	Покренување на кампањи за значењето на категоризациите и стандардите во спортскиот туризам	Стопанските комори за туризам, Спортските федерации	До март 2015	Број на одржани собири и јавни настапи

<b>Оперативна цел 4 - Успешен настап на туристичкиот пазар</b>				
	Активности	Носители	Временски рамки	Критериуми/индикатори за успех
<b>Мерка 4.1 – Развој на спортско-туристички производи во функција на разбивање на сезоналноста во туризмот во РМ</b>	Организирање на спортски игри, спортски кампови, спортско – рекреативни активности и конференции и собири пред сезонскиот и по сезонскиот период	Спортски федерации, Стопански комори за туризам	Јануари 2015 – Декември 2018	Организирани спортски активности во вонзесонскиот период
	Формирање на туристички аранжмани со спортски содржини во вонсезонскиот пењриод	Стопански комори за туризам, Бизнес заедница	Јануари 2015 – Декември 2018	Број на формирани туристички аранжмани и остварен промет во спортски туризам
	Изработка на веб-страница за спортски туризам	Агенција за промоција и поддршка на туризмот, Агенција за млади и спорт	До јуни 2015	Изработена активна веб-страница
<b>Мерка 4.2 – Подобрување на имиџот и промотивните активности во спортскиот туризам</b>	Утврдување на македонски бренд за спортски туризам	Агенција за промоција и поддршка на туризмот	До јуни 2015	Изработено лого и бренд-порака
	Електронска, печатена и саемска промоција на спортскиот туризам	Агенција за промоција и поддршка на туризмот, ЛЕР-ови, Бизнес заедницата	До декември 2015	Присуство на други веб-страни, печатени материјали, саемски учества
	Изработка на сувенири	Министерство за култура	До декември 2015	Изработени сувенири со спортска тематика
<b>Мерка 4.3 – Унапредување на каналите за дистрибуција</b>	Поврзување на туристичките агенции во РМ со специјализирани туроператори на туристичкиот пазар	Агенција за промоција и поддршка на туризмот, Економски промотори на РМ во странство, Стопански комори за туризам	Јануари 2015 – Декември 2018	Број на склучени договори

	Склучување договори за организирање патување и посреднички договори со спортски федерации во земјата и странство	Бизнис заедница, Спортски федерации	Јануари 2015 – Декември 2018	Број на склучени договори
	Склучени алотмански договори и договори за закуп и договори за соработка меѓу туристички агенции, сместувачки капацитети, спортски капацитети и манифестации	Бизнис заедница, Спортски федерации, Јавни претпријатија за стопанисување со спортски објекти, Сопственици на спортски објекти	Јануари 2015 – Декември 2018	Број на склучени договори
<b>Мерка 4.4 –</b> Поттикнување на инвестиционите активности во спортскиот туризам	Користење на средства од ИПА – програмите за меѓугранична соработка	Заеднички технички секретаријат за ИПА - програми	До декември 2018	Износ на искористени средства
	Користење на средства од ИПАРД - програми	Заеднички технички секретаријат за ИПА - програми	До декември 2018	Износ на искористени средства
	Субвенционирање на изградба на спортски објекти и опрема	Влада на РМ	До декември 2015	Донесен закон за субвенционирање на спортски објекти и опрема
	Зајакнување на формите на јавно – приватно партнерство во спортскиот туризам	Бизнис заедница, Сопственици на спортски објекти, Локална самоуправа	До декември 2018	Склучени договори за јавно – приватно партнерство
	Користење на погодностите содржани во туристичките развојни зони	Бизнис заедница	До декември 2018	Лоцирани објекти и комплекси за спортски туризам во зоните
	Привлекување на странски инвестиции	Инвест-македонија, Бизнис заедница	До декември 2018	Реализирани странски инвестиции, број на изградени единици

## ПРЕДЛОГ КОНЦЕПТ – ПРОЕКТИ ЗА РАЗВОЈ НА СПОРТОТ И СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ

Како предлог концепт за развој на спортскиот туризам е земен спортскиот центар „Билјанини Извори“ кој е раководен од Јавно претпријатие со исто име. Овој концепт проект може да послужи како развоен проект за спорт и спортски туризам и во други средини во Република Македонија. Со оглед на полифункционалноста, изборот упатува на моделарен пристап во различни ресурсни содржини во рамките на Република Македонија. Изборот на концептот е направен според степенот на покриеност на спортско – туристичките активности во Југозападниот плански регион и условите што ги нуди во примарниот и секундарниот сектор на туристичката понуда.

Спортска и туристичка инфраструктура	Содржини	Состојби	Развојна проекција	Активности	Носители	Партнери	Временска рамка	Модел за реализација	Критериум за успех
<b>Фудбалски стадион</b>	Фудбалски натпревари Тренажен процес Едукативни кампови Спортски ревији и дефилеа Стари (традиционални) спортски активности	Многу добра	Квалитативно усогласување со повисоките меѓународните стандарди	1. Уредување на трибински простор со критериуми за безбедност  2. Уредување на под трибински простор со трговски и угостителски содржини	1. Агенција за млади и спорт и ФФМ, Локална самоуправа 2. ЈП „Билјанини Извори“	1. ЈП „Билјанини Извори“ 2. Бизнес заедница	До 2016	1. Донација или инвестиции на Влада на РМ и локална самоуправа 2. Јавно – приватно партнерство	1. Добиен сертификат за повисоки стандарди 2. Склучени договори за јавно – приватно партнерство
<b>Фудбалски терен на вештачка трева</b>	Фудбалски натпревари Тренажен процес Едукативни кампови	Во изградба	Изграден според највисоки Уефа стандарди за терени со вештачка трева	Изградба и опремување на теренот	УЕФА и локална самоуправа	ЈП „Билјанини Извори“	Септември – декември 2014	3. Донации	3. Добиен сертификат за највисок стандард
<b>Помошни фудбалски игралишта (3)</b>	Турнири Едукативни кампови Тренажен процес	Две во одлична и едно во солидно	1. Приспособување кон одржување на тренижен процес од повисоки стандарди 2. Организирање на ученички синдикални и други видови спортски игри и традиционални спортови 3. Опремување на едно фудбалско игралиште за одржување на натпревари во хокеј на трева	1. Тековно одржување 2. Реконструкција 3. Обележување и поставување опрема по стандардите на спортот	1. ЈП „Билјанини Извори“	1. Бизнес заедница и локална самоуправа 2. Федерација на хокеј на трева	Декември, 2016	1. Донации и јавно – приватно партнерство 2. Донација	1. Ставени во функција сите помошни фудбалски игралишта 2. Степен на искористеност на капацитетите
<b>Атлетска патека</b>	Тренажен процес Едукативни кампови Атлетски натпревари	Сертифициран квалитет со највисоки стандарди од Меѓународната атлетска федерација	Пораст на број на организирани натпреварувања и подготовки	1. Воведување на безбедносни стандарди при организацијана други настани (концерти)	ЈП „Билјанини Извори“	Бизнес заедница	Септември, 2014	1. Договори за организација на настани и превземени обврски	1. Високо ниво на функционалност на патеката

		(IAAF)		2.Тековно одржување					
<b>Спортска сала</b>	Тренажен процес Едукативни кампови Натпревари во спортските гранки на сите нивоа:ракомет, кошарка, одбојка, мал фудбал, спортска гимнастика, бокс, борење, танци, пинг понг, бадминтон Ресторанска понуда Трговска понуда	Одлична, со отсуство на трговска понуда	1.Внесување на нови содржини од областа на спортот 2.Внесување на нови содржини од областа на угостителството и трговијата	1.Адаптирање на простор за велнес и спа услуги 2.Уредување на простор за кулгана 3.Адаптација на под трибински простор за ресторан со храна прилагодена на спортисти 4. Обезбедување на просторија за изнајмување на спортски реквизити	1.ЈП „Билјанини Извори 2. исто  4. ЈП „Билјанини извори“	1.Бизнис заедница 2. исто  Спортски клубови и федерации	Декември, 2016	1. Јавно – приватно партнерство 2. Исто Договори за соработка	1. Обезбедени услуги 2. Исто  Обезбедени простори и опрема и реквизити за изнајмување
<b>Мала спортска сала со капацитет до 1000 седишта</b>	Тренажен процес, рекреативни активности, Натпреварувачки активности од помал карактер	Донесена планска документација	Изградена мала спортска сала	Отпочнати градежни работи	Локална самоуправа	. ЈП „Билјанини извори	Декември, 2016	Донација	Отпочнување со работа
<b>Отворен олимписки и базен</b>	Тренажен процес Едукативни кампови (спортски школи) Натпревари во спортските гранки: пливачко, ватерполо, уметничко пливачко	Одлична	1.Организација на натпревари од национален и меѓународен карактер 2.Спортски подготовки 3.Оспособување на спомен соба на охридските пливачки легенди	1.Тековно одржување 2.Унапредување на експонатската понуда во спомен соба	1.ЈП „Билјанини извори“ 2.Локална самоуправа	1. Бизнис заедница 2.Пливачка федерација и локални пливачки клубови	Декември, 2016	1. Договори за соработка 2. Договор за соработка и донација	1. Високо ниво на функционалност на базенот 2. Збогатена содржина на спомен соба
<b>Тениски терени (2)</b>	Тренажен процес Натпреварувачки активности Рекреативни активности	Одлична	2.Пораст на број на тениски игралишта (4 нови, од кои две отворени две балон)	Изградба и тековно одржување	Бизнис заедница Локална самоуправа	2. ЈП „Билјанини извори	ДЕКЕМВРИ, 2016	1. Јавно – приватно партнерство 2. Донација	Терени во одлична кондиција Број на новоизградени терени
<b>Повеќенаменски спортски игралишта</b>	Тренажен процес Натпреварувачки активности Рекреативни активности Едукативни кампови	Донесена архитектонско – урбанистичка и планска документација	Изградба на едно повеќенаменско игралиште	Отпочнување со градба	Локална самоуправа	ЈП „Билјанини извори	Декември, 2016	Донација	Изградено повеќенаменско игралиште
<b>Отворени кошаркарски терени (2)</b>	Тренажен процес Натпреварувачки активности Рекреативни активности Едукативни кампови	Донесена архитектонско – урбанистичка и планска документација	Изградба на отворени кошаркарски терени	Отпочнување со градба	Локална самоуправа	ЈП „Билјанини извори	Декември, 2016		1. Изградени терени
		определен	Уреден простор	Опремување на	. ЈП	Бизнис	Декемвр	1. Донации	Уреден и опремен

Полигон	Тренажен процес, Анимациски содржини	простор каде може да се лоцира		простор за полигон со патеки и пречки од различен карактер	„Билјанини извори	заедница	и, 2015	2. Договор за соработка	простор
Стрелиште	Тренажен процес Натпреварувачки активности Рекреативни активности	Лоша	Внесување на стрелаштвото како дел од понудата на спортскиот центар „Билјанини извори“	1.Решавање на сопственички статус за користење на стрелиштето Бејбунар 2.Приспособување на стрелиштето за одржување на натпревари 3.Унапредување на угостителските услуги во рамките на ресторанот	1.ЈП „Билјанини извори“	1.Стрелачка федерација на РМ и локална самоуправа	Декември, 2014	1. Нотарски договор за утврдување на сповестност	Потпишан нотарски договор за сопственост
Затворен пливачки базен	Тренажен процес Натпреварувачки активности Рекреативни активности	Изработена планска документација	Организација на пливачки, ватерполо натпревари	Завршување на градежните работи по планската документација	Влада на РМ и АМС	ЈП „Билјанини извори	Декември, 2016	1. Донација	Одржани натпревари
Велосипедски, пешачки и јавачки патеки	рекреативни и натпреварувачки активности	Присуство во регионот (уредени)	Дополнителни тренажни активности	Склучување на договори за соработка	1.ЈП „Билјанини извори	Национален парк „Галичица,, и спортски клубови	Септември – декември, 2014	Договор за соработка	Потпишан договор за соработка
Локалитет и за подводни активности	Адреналински активности	Прецизно локализиран центар	Организациско поврзување со постоечкиот локалитет	Склучување на договори за соработка	1.ЈП „Билјанини извори	Спортски клубови и федерации	Септември – декември, 2014	Договор за соработка	Потпишан договор за соработка
Локалитет и за спортови на вода со пловни објекти (кајај, веслање, едрење)	Тренажен процес Натпреварувачки активности Рекреативни активности (обуки)	Точно локализирани центри	Организациско поврзување со постоечкиот локалитет	Склучување на договори за соработка	1.ЈП „Билјанини извори	Спортски клубови и федерации	Септември – декември, 2014	Договор за соработка	Потпишан договор за соработка
Локалитет за рибарење	рекреативни и натпреварувачки активности (риболов)	во непосредна близина, но необележани	Овозможување на натпревари во спортски риболов	Обележување и опремување на риболовни места	1.ЈП „Билјанини извори	Спортски клубови и федерации	Септември – декември, 2014	Договор за соработка	Потпишан договор за соработка
Марина	Стационарање на пловни објекти, АТРАКТИВЕН ПОТЕНЦИЈАЛ	Процес на изработка на планска документација	Донесена планска документација	Започната изградба	Локална самоуправа	Влада на РМ, јавни претпријатија и бизнис заедница	Декември, 2016	Јавно – приватно партнерство	Изградена марина и ставена во функција
Сместувачки капацитет и	Сместување, исхрана и други содржини	Категоризирани објекти во радиус кој задоволува организациски спорти стандарди	Организациско поврзување на спортскиот центар со постоечкиот локалитет	Склучување на договори за соработка	1.ЈП „Билјанини извори	Сместувачки капацитети	Септември – декември, 2014	Договор за соработка	Потпишан договор за соработка
Туристички агенции	Организација на аранмански услуги од спорти карактер со внесени секундарни содржини (култура, екологија)	нема	Организациско поврзување на спортскиот центар со туристичките агенции	Склучување на договори за соработка	1.ЈП „Билјанини извори	Туристички и агенции	Септември – декември, 2014	Договор за соработка	Потпишан договор за соработка



## СОДРЖИНА

<b>ВОВЕД</b> .....	<b>1</b>
<b>ОПШТИ ОДРЕДНИЦИ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ</b> .....	<b>6</b>
<b>СТАНДАРДИ ЗА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ</b> .....	<b>7</b>
<b>ОПШТИ ПОДАТОЦИ ЗА СОСТОЈБАТА ЗА СПОРТСКИ АКТИВНОСТИ ВО МАКЕДОНИЈА ....</b>	<b>8</b>
<b>ПРЕГЛЕД НА ПОТЕНЦИЈАЛИТЕ И СМЕСТУВАЧКИТЕ КАПАЦИТЕТИ ПОВРЗАНИ СО</b>	
<b>СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ПО РЕГИОНИ</b> .....	<b>8</b>
СМЕСТУВАЧКИТЕ КАПАЦИТЕТИ ВО ФУНКЦИЈА НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА	
МАКЕДОНИЈА.....	11
Обем, динамика и структура на сместувачките капацитети.....	11
Опременост на сместувачките капацитети за давање спортски и рекреативно –	
здравствени услуги .....	16
РЕГИОНАЛНА РАЗМЕСТЕНОСТ НА СМЕСТУВАЧКИТЕ КАПАЦИТЕТИ ВО РЕПУБЛИКА	
МАКЕДОНИЈА.....	21
<b>КВАЛИТАТИВНА АНАЛИЗА ЗА СОСТОЈБИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА</b> .....	<b>23</b>
ЗАКОНСКА РЕГУЛАТИВА.....	23
АНАЛИЗА НА ДОСЕГАШНИТЕ ДОКУМЕНТИ СВРЗАНИ СО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ .....	25
РЕГУЛАТИВИ – ЦАРИНСКИ И ВИЗНИ ФОРМАЛНОСТИ.....	26
АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ НА ИНТЕРВЈУТО ЗА СОСТОЈБИТЕ И ПЕРСПЕКТИВИТЕ НА	
СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА .....	26
АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОД РЕАЛИЗИРАНОТО ИНТЕРВЈУТО СО ТУРИСТИЧКИТЕ АГЕНЦИИ	
ЗА СОСТОЈБИТЕ И ПЕРСПЕКТИВИТЕ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
.....	31
<b>КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА НА СОСТОЈБИТЕ ВО МАКЕДОНИЈА</b> .....	<b>33</b>
ВКУПНА ТУРИСТИЧКА ПОТРОШУВАЧКА.....	34
УЧЕСТВО НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО ТУРИСТИЧКАТА ПОТРОШУВАЧКА .....	34
КВАНТИТАТИВНА АНАЛИЗА НА ИНДИКАТОРИТЕ ЗА УТВРДУВАЊЕ НА СТЕПЕНОТ НА	
ЗАДОВОЛСТВО ОД МОЖНОСТА ЗА РЕКРЕАЦИЈА ВО ТУРИСТИЧКИОТ РЕГИОН ЈЗПР.....	36
<b>ТРЕНДОВИ ВО ТУРИЗМОТ</b> .....	<b>37</b>
<b>АНАЛИЗА И ДИЈАГНОЗА (АНАЛИЗА НА ПРОДУКТНАТА ТУРИСТИЧКА ПОНУДА)</b> .....	<b>39</b>
АНАЛИЗА НА ПОНУДАТА НА ПРИМАРНИОТ СЕКТОР .....	40
Состојба на транспортната инфраструктура како фактор за развој на спортскиот туризам во	
Република Македонија.....	40
Електронска комуникација .....	42
Инфраструктурна основа за лоцирање на капацитетите од спортскиот туризам.....	42
Туристичко – географска положба на Република Македонија во функција на развојот на	
спортскиот туризам .....	43
Климата во функција на развој на спортскиот туризам во Република Македонија.....	48

Човечки ресурси (едукација и тренинг) .....	49
Спортски манифестации како примарна туристичка понуда во спортскиот туризам во Република Македонија.....	51
АНАЛИЗА НА ПОНУДАТА НА СЕКУНДАРНИОТ СЕКТОР .....	55
Производи на спортскиот туризам.....	56
Идентификација на услуги на спортскиот туризам во Република Македонија.....	57
Препознатливи производи во спортскиот туризам на Република Македонија.....	59
<b>ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА МИСИЈА И ВИЗИЈА НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА.....</b>	<b>62</b>
МИСИЈА .....	62
ВИЗИЈА .....	63
<b>ЦЕЛНИ ПАЗАРИ .....</b>	<b>64</b>
ОЦЕНКА НА КОНКУРЕНТНОСТА НА ТУРИЗМОТ И СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО НЕГОВИ РАМКИ 65	
МОДЕЛ ЗА ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА КОНКУРЕНТНОСТА ВО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ.....	67
ДОМИНАНТНИ ПАЗАРИ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ.....	71
<b>SWOT – АНАЛИЗИ НА ТЕРИТОРИЈА НА ЦЕЛА РЕПУБЛИКА ЗА РАЗВОЈ НА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ .....</b>	<b>74</b>
SWOT – АНАЛИЗА НА РЕГУЛАТИВАТА И НОРМАТИВАТА ВО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА.....	75
SWOT – АНАЛИЗА НА ПОНУДАТА ВО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА. 76	
SWOT – АНАЛИЗА НА ПОБАРУВАЧКАТА И ПОТРОШУВАЧКАТА ВО СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА.....	80
SWOT – АНАЛИЗА ЗА ПАЗАРОТ НА СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА.....	81
<b>СТРАТЕШКИ ЦЕЛИ ЗА РАЗВОЈОТ НА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА.....</b>	<b>82</b>
<b>АКЦИОНЕН ПЛАН ЗА РЕАЛИЗАЦИЈА НА ПОТСТРАТЕГИЈАТА ЗА СПОРТСКИ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ЗА ПЕРИОДОТ ОД 2015-2018 ГОДИНА.....</b>	<b>83</b>
<b>ПРЕДЛОГ КОНЦЕПТ – ПРОЕКТИ ЗА РАЗВОЈ НА СПОРТОТ И СПОРТСКИОТ ТУРИЗАМ ....</b>	<b>94</b>