

**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА – ГЕВГЕЛИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП**



П Р И Р А Ч Н И К

- ЗА ПОЛАГАЊЕ СТРУЧЕН ИСПИТ ЗА ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧ -



Штип, 2018

**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА – ГЕВГЕЛИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ – ШТИП**



ЕДИЦИЈА „ТУР РЕТУР“

КНИГА 1

П Р И Р А Ч Н И К

- ЗА ПОЛАГАЊЕ СТРУЧЕН ИСПИТ ЗА ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧ -



Штип, 2018

ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА – ГЕВГЕЛИЈА

ЕДИЦИЈА: „ТУТ РЕТУР“

КНИГА 1:

Никола В. Димитров, Нако Ташков, Златко Јаковлев, Цане Котески, Билјана Петревска, Дејан Методијески, **Прирачник за полагање стручен испит за туристички водич**

Издавач:

ФТБЛ – Гевгелија, УГД – Штип

За издавачот

Проф. д-р Никола В. Димитров, *декан*

Компјутерска обработка

Група автори

Уредил

Проф. д-р Никола В. Димитров

Дизајн на корица:

Проф. д-р Никола В. Димитров

Лектор:

Проф. д-р Трајко Огненовски

Печати:

„2^{ри} Август“ - Штип

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

338.48(035)

ПРИРАЧНИК за полагање стручен испит за туристички водич. Кн. 1 /
[уредил Никола В. Димитров]. - Штип : Универзитет "Гоце Делчев", 2018. -
195 стр. : илустр. ; 30 см. - (Едиција Тур ретур)

Фусноти кон текстот. - Библиографија кон главите

ISBN 978-608-244-486-4

а) Туризам - Прирачници

COBISS.MK-ID 106065418

СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР

1. ОСНОВИ НА ТУРИЗМОТ	6
(Проф. д-р Златко Јаковлев)	
2. ТУРИСТИЧКА ГЕОГРАФИЈА	32
(Проф. д-р Никола В. Димитров)	
3. ХОТЕЛИЕРСТВО И ПАТНИЧКИ АГЕНЦИИ	78
(Проф. д-р Нако Ташков)	
4. КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО	110
(проф. д-р Никола В. Димитров, проф. д-р Цане Котески)	
5. КОМУНИКАТИВНО ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ	143
(Проф. д-р Билјана Петревска)	
6. КУЛТУРА НА ОДНЕСУВАЊЕ	178
(Проф. д-р Дејан Методијески)	

ПРЕДГОВОР

Туризмот во Република Македонија повеќе години претставува значајна дејност од која зависи целокупниот развој на државата. Едукацијата на стручни кадри од областа на туризмот и угостителството е процес кој постојано треба да се надградува и усовршува.

Факултетот за туризам и бизнис логистика - Гевгелија при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип, покрај редовна настава на едукација на кадри од областа на туризмот и угостителството, организира и реализира полагање на стручен испит за туристички водич, туристички придружник и раководење со туристичка агенција, со што на индиректен начин се вклучува во туристичката политика од македонската држава.

Подготовката, организирањето и реализацијата на оваа активност се спроведува повеќе години преку соодветен проект со наслов „ТУР РЕТУР“. Така, ФТБЛ, на два пати, од 2010 до 2015 (*прва согласност број 12-5125/2 од 08.10.2010 година издадена од страна на Министерството за образование и наука*) и од 2016 година (*втора согласност број 14-3114/2 од 08.02.2016 година издадена од страна на Министерството за образование и наука*) па наваму успешно реализира полагање стручен испит за туристички водич, туристички придружник и за раководење со туристичка агенција. Кандидатите кои ги положиле стручните испити се здобиле со соодветни уверенија и сертификати, согласно законот за високото образование, законот за туристичка дејност и националната рамка за класификација.

За полесно совладување на стручните испити професорски тим на ФТБЛ (проф. д-р Никола В. Димитров, проф. д-р Нако Ташков, проф. д-р Златко Јаковлев, проф. д-р Цане Котески, проф. д-р Билјана Петревска и проф. д-р Дејан Методијески) подготви Едиција „Тур ретур“ од три книги во кои се поместени прилагодени материјали за полагање стручен испит за туристички водич, за туристички придружник и за раководење со туристичка агенција.

Во првата книга се поместени материјали кои на корисниците ќе им овозможи полесно да го совладаат градивото за полагање на стручен испит за туристички водич и тоа за содржините од наставните предмети: основи на туризам, туристичка географија, хотелиерство и патнички агенции, културно наследство, комуникативно пропагандна дејност и култура на однесување.

Во оваа прилика, од името на ФТБЛ и тимот кој ја реализира програмата, сакам да изразам благодарност на Министерството за образование и наука за позитивното мислење за реализација на активностите согласно програмата, како и на Министерството за економија – сектор за туризам, Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот и Здружението на туристички водичи за сесрдна поддршка на активностите кои го реализира факултетот за туризам и бизнис логистика.

Штип
јануари 2018

Декан на ФТБЛ – Гевгелија
Проф. д-р Никола В. Димитров

ОСНОВИ НА ТУРИЗМОТ

1. Етимолошко значење на зборот туризам

Развојот на оваа појава условува терминот туризам да се користи во врска со разни активности. Тој е присутен во скоро сите земји во светот и е одомаќен кај сите народи во сите јазици. Поради тоа можеме да го сретнеме во сите речници. Со термилошката употреба на зборот туризам се изразуваат мошне различни појави и односи. Со него се определува патувањето, учесниците во движењето, дејноста, стопанството, научното проучување, однесувањата и сл. Така многу често се слуша за туристички патувања, туристички движења, туристичко стопанство, туристичка психологија, и многу други термилошки одредби.

Во научната литература се наведува дека зборот “турист” се јавува во 1830 година. Овој збор го користи Виктор Жан Мон во своите “писма”, а во 1838 година тоа го прави Стендал во своето дело “Мемоарите на еден турист”. Така се создава етимолошката основа за употреба на терминалот туризам и турист. Прво, се прави објаснување на специфично патување со кружни карактеристики. А потоа и како специфичен процес-туризмот, односно соучесници во него-туристи.

Туризмот води потекло и од англискиот збор “тоур” кој во англискиот речник значи “задоволство од патување со задржување на различни места. Лицата кои се вклучуваат во вакви патувања се означуваат како туристи.

2. Дефинирање на поимот туризам

Со оглед на тоа дека туризмот добива маркантни карактеристики, како и дека се јавува како современ феномен потребно е научно да се определи и да се дефинира. Меѓутоа многу е полесно овој термин да се искаже одошто прецизно да се дефинира. Потешкотиите произлегуваат токму од неговиот карактер. Неговата комплексност и хетерогеност се причини тој различно да се третира. Бројните аспекти на проучувањето го дефинираат туризмот на свој начин. Така е во дефинициите кои ги центрираат карактеристиките на научните полиња на кои им припаѓаат.

Ретки се научните работници кои се занимаваат со истражувањето на туризмот, а не дале своја дефиниција на овој современ феномен. Најчесто се наидува на опишување на поимот туризам, затоа што тешко може со еден поим да се опфатат сите моменти за кои треба да се води сметка при негово дефинирање. Напротив, со опишување на поимот туризам, затоа што тешко може со еден поим да се опфатат сите моменти за кои треба да се води сметка при неговото дефинирање. Напротив, со опишување на самите учесници во туризмот, мотивите за нивните патувања, најчесто усвоени од статистиката, исто така се настојува по посреден пат да се утврди поимот туризам.

И покрај ваквата хетерогеност на дефинициите на туризмот во рамките на различните научни дисциплини и многубројни автори, треба да констатираме дека сепак тие можат да се групираат. Врз основа на научната општост и содржајност дефинициите за туризам може да се поделат во четири групи и тоа:

- Номиналистички
- Економистички
- Статистички
- Уневерзални

Номиналистички дефиниции за туризмот се блиски до синонимните дефиниции.

Тие се дефиниции кои го објаснуваат туризмот преку значењето на овој термин. По својата природа номинлистичките дефиниции се доста тесни и не можат да ја опфатат целината на проблемот. Овие дефиниции се сведуваат на една од компонентите од туризмот.

Економските дефиниции како основа за одредувањето на поимот туризам го земаат неговиот економски карактер. Туризмот се сфаќа како плод на економскиот прогрес. Туризмот се набљудува како стопанска дејност, а при дефинирањето во прв план е туристичката потрошувачка. Со овие дефиниции се објаснуваат релациите помеѓу потрошувачите на туристички услуги и дејностите кои овозможуваат задоволување на туристичките потреби.

Статистичките дефиниции на туризмот служат за да се овозможи статистичко евидентирање и следење на неговите елементи. Од овие дефиниции и не може да се очекува да ги објаснат причинско-последините врски и меѓузависности во туризмот. Нив ги интересира одделните каи ја сочинуваат туристичката дејност. Во тој поглед посебно се нагласува туристичкиот промет, односно посетеноста и престојот на туристите, туристичката потрошувачка и рецептивните капацитети.

Универзалните дефиниции овозможуваат да се согледа комплексноста и хетерогеноста на туристичкиот феномен. Тие пледираат да ја објаснат вкупната сложеност на туризмот. Од овие дефиниции на W. Hunziker i K. Krapf која гласи: "туризмот е збир на односи и појави кои произлегуваат од патувањето и престојот на странци во едно место, доколку тоа не значи постојано наследување и доколку не се врзува за вршење стопанска дејност".

3. Дефинирање на поимот турист

Комитетот на туристичките експерти на Друштвото на народите во 1937 год. Ја предложил следната дефиниција: Турист е секое лице кое на своето патување вон местото на постојан престој се задржува најмалку 24 часа.

Со поблиски одредби е определено на кои лица се мисли како на туристи:

- Лица кои патуваат поради задоволство, фамилијарни и здравствени причини
- Лица кои поради некои општествени обврски патуваат, при што се мисли на учесници на различни собири-научни, административни, дипломатски, религиозни спортски и др.
- Лица кои патуваат поради деловни причини
- Учесници во кружни патувања со брод, дури и кога се задржуваат во тие места и пократко од 24 часа.

Се даваат одредби и за оние лица кои не се сметаат за туристи: □ Лица кои ќе стигаат со договор или без договор за вработување и кои ќе се вклучуваат во било каква лукративна дејност во конкретна земја

- Лица кои бараат постојано населување
- Студенти или ученици во разни училишта во домови и интернати
- Транзитни патници кои проаѓаат низ земјстс без задржување и кога патувањето низ таа земја трае повеќе од 24 часа.

4. Терминолошки и поимно содржински дистинкцииво теоретско и практично сваќање на туризмот

Во изнесените дефиниции за туризмот и туристот се сетнавме со бројни ставови. Во нив покрај зборовите турист и туризам се користат и други термини. Некои пак термини и поими можат да придонесат за дообјаснување на туристичкиот

феномен. Затоа е потребно да се воспостави поимно содржинска и термилошка дистинкција.

Ќе се задржиме на следниве поимни и термилошки разгледувања:

- Туризам и авантуризам
- Туризам-патување-патник
- Турист-посетител-излетник-екскурзијант
- Турист-рекреативец

a. Иако во интерпретациите кои го определуваат туризмот не се сретнува авантуризмот, тој често се изедначува со туризмот. Меѓу овие термини постојат сличности. Сличностите се содржани во движењето, во потрожувачката и во задоволствата. Ова се впрочем и основните компоненти кои определуваат туризмот. Меѓутоа треба да се констатира дека постојат мошне изразени разлики.

Тие се огледаат во:

- Организираноста
 - Информативноста
 - Определеност на дестинацијата и
 - Ризичноста
- Туризмот претставува организирана дејност. Тоа значи дека организациските структури овозможуваат негово одвивање. Организациските структури кај авантуризмот се користат инцидентно и само во случај на неопходност.
- Информативноста во туризмот е од круцијална важност. Без информирање нема туризам. Тоа е рамка која овозможува вклучување во туристичките движења затоа што туристот најпрво се информира за сите поединости, а после носи одлука за патување. Авантуризмот информациите ги добива во текот на патувањето така што патувањето може да го започне без детални информации. - Целта на патувањето е задоволството и кај туристот и кај авантуристот. Но кај туристот потрага по задоволство е дефинирано и јасно определена, додека авантуристот потрагата ја врши без да ја однапред детално определи. Затоа туристот ја има определено дестинацијата. Така често се сведува на бесцелно движење или скитање.
- Туризмот како организирана активност го намалува ризикот при патувањето и престојот. За разлика од тоа авантуризмот се карактеризира со извонредна доза на ризик. Затоа ризикот претставува една од највоочливите компоненти во оваа теориска дистинкција. За разлика од туристот кои се труди да го избегне ризикот, за авантуризмот ризикот е предизвик дури и основен мотив на неговото движење и активност.
- b. Мошне значајна дистинкција постои меѓу туризмот-патувањето и туристот и патникот. Треба да се констатира дека патувањето во однос на туризмот се јавува во поширока смисла и во потесна смисла. Патувањата се од најразичен карактер. Туристичкото патување е едно од можните видови патувања, така што патувањето се користи во поширока смисла од туризмот. Од друга страна патувањето е само една од компонентите кои го сочинуваат туризмот. Овде патувањето има постеесен карактер. Релацијата меѓу туристот и патникот ќе се овјасни со ставот дека секој турист е патник но секој патник не е турист.
- c. Во дефинирањето на туристот внесен е терминот посетител. Констатираваме дека тој ја олеснува работата на стилистика но не успева да ги разреши проблемите. Затоа е потребно да се разгледаат разликите меѓу туристот и посетителот.
- Посетителот е поим со општи карактеристики, тој во теориска смисла ги опфаќа сите личности кои пристигнуваат во едно место без разлика на причината или поводот за нивно доаѓање. Меѓутоа за туризмот се значајни привремени

посетители кои ги задоволуваат туристичките потреби. Во оваа смисла туристот се изедначува туристичкиот посетител.

- Исто така се воведува поимот иселеник за да се објасни посетителот кои престојува помалку од 24 часа. Така се сака да се направи дестинкција меѓу туристот и излетникот. Меѓутоа карактеристично е дека излетот претставува една туристичка форма која се врзува за краток престој. Така овде не постои битна разлика меѓу турист и излетник во теориска смисла. Излетник е лице кое се наоѓа веќе во некое туристичко место и за кратко ја менува оваа дестинација. Излетот е вид на туристичка активност.
- Во литературата, а и од страна на официјалните меѓународни служби се користи терминот екскурзијант. Тој се изедначува со излетник. Екскурзијантот е дефиниран како привремен посетител кој престојува помалку од 24 часа во земјата која ја посетува вклучувајќи ги и поморските кружни патувања.

Меѓутоа треба да се каже исто така дека екскурзијантот е турист кои што се вклучува во посебен вид на туристичка активност која се нарекува екскурзија или екскурзивен туризам. Токму со овој израз може да се поткрепи ирелевантноста на временската рамка при определување на поимот туризам. Токму со овој израз може да се поткрепи ирелевантноста на временската рамка при определување на поимот туризам. Туристот кои се вклучува во екскурзиите престојува во подолг временски интервал во повеќе места во кои може да се задржи и помалку од 24 часа. Според тоа ако се земе временската рамка од 24 час за посета на едно место тоа не би бил турист иако тој може да биде вклучен во туристичката активност во временски интервал подолг од недела или месец.

Според тоа не моожеда се прифати екскурзијантот како нешто друго освен како специфичен вид турист.

- Со желба да се објасни цалта на туристичката активност туристот често се поистоветува со рекреативецот, меѓутоа иако задоволувањето на рекреативните потреби претставува една од целите на туристичката активност во која туристот и рекреативецот се изедначуваат сепак треба да се направи дестинкција. Туристот дури и во рекреативните активности задоволуваат определени културни потреби. Но комплексноста на туристичката активност подразбира дека туризмот има и културни задовлства кои се преплетуваат со рекреативните. Категоријата рекреативец може и да постои без туристичка активност. Имено, рекреацијата може да се обавува и во местото на спостојано живеење така што во ова смисла има пошироко значење од туристот. Рекреативецот од друга страна е турист со специфични потреби и како таков и припаѓа на туристичката маса. Така туристот е термин со поопшто значење во однос на рекреативецот.

5. Практично значење на дефинирањето на туризмот

Дефинирањето на туризмот нема само теориско значење туку е важно и во практиката. Веќе констатиравме дека едно од многуакцентричните полиња на практиката претставува статистиката. Без статистика не е можно да се следат појавите и односите и да се предвиди развојот.

Туризмот претставува акцелератор на економскиот и социјалниот развој на определен простор. Поради тоа е потребно да се дефинира туризмот за да може да се стимулира. Важно е да се определи туристичкото место, да се определат туристичките субјекти и да се утврди туристичката организација за да може од страна на државта и со локалните власти да се интервенира.

Во голем број земји туристичката дејност или не се опорезуваат или се воведуваат повеќе даночни стапки. Затоа е потребно таа јасно да се дефинира за да можат овие олеснувања да се применат.

Во практиката за туризмот се применуваат разни повластици така што е потребно да се знае за каква категорија се работи, кои лица можат нив да ги искористат. Професионалните активности во туризмот се во врска со прецизното определување на компонентите кои го сочинуваат овој процес. Според тоа основните одредби на туризмот се мошне важни во туристичката практика.

6. Фактори на туризмот

Мултипликативноста не е својствена само за туристичките потреби. Комплексноста и сложеноста на туристичкиот феномен управува на тоа дека на него делуваат мошне важни фактори.

Факторите претставуваат влијанија кои ги определуваат квантитативните и квалитативните карактеристики на туристичкиот феномен. Тие го прават целиот процес на туристичката активност од појавата на туристичката потреба до нејзиноти задоволување. Тие го определуваат обемот и правците на движење на туристичката потреба до нејзиното задоволување. Тие го определуваат обемот и правците на движење на туристичкото движење.

Туристичките фактори претставуваат условна категорија. Имено условите го определуваат карактерот на туристичката дејност. Според тоа факторите во туризмот се услови кои овозможуваат оваа дејност да се појави и развие.

Факторите кои го условуваат туризмот треба да се проучат поради тоа што врз база на нивното теоретско толкување можжеме да ја осмислиме туристичката активност во целина.

Исто така многу е важно да се согледаат факторите во туризмот и од практична гледна точка. Имено со изучувањето на факторите можно е да се определи нивното унапредување, селекција и анулирање. На тој начин треба да се дојде до оптимален развој на туризмот. Освен тоа познавањето на факторите во туризмот имаат големо значење за одвивање на оперативните активности. Нивното познавање овозможува во работниот процес да се сихноризираат и правилно да се насочат.

Со оглед на тоа дека станува збор за различни фактори потребно е тие да се дефинираат и да се групираат.

Често пати кога се зборува за туризмот се потенцираат услови за постанок и развој. Дури и се набројуваат факторите, а да не се води сметка за кави фактори станува збор, односно врз која основа се издвоени. Затоа е потребно да се определи критериум која овозможи да се изврши подеба на факторите во туризмот. Не само што оваа дејност зависи од голем број на фактори туку и нивната поделба може да се изврши врз база на повеќе критериуми. Факторите на туризмот можат да деференцираат врз база на следниве критериуми:

- значењето на услугата
- делувањето на врска со средиптетот на туризмот
- зависност можноста да влијае на индивидуата
- просторна големина на влијанието
- трајноста на делување
- пазарните услови
- сфера на делување во туристичката дејност

6.1. Фактори на туризмот според зналењето и услугата која ја имаат Според афирмативноста факторите можат да бидат:

- афирмативни или позитивни
- ограничувачки или негативни

6.2. Фактори на туризмот според средината во која делуваат

Факторите на туризмот можат да се поделат врз база на средината во која делуваат. Под срединско влијание кои делуваат од надвор од неа. Врз база на тоа можжеме да дефинираме две групи на фактори и тоа:

- внатрешни или интерни

- надворешни или екстерни

6.3. Фактори на туризмот во зависност од можностите за влијание на индивидуата

Во туризмот делуваат фактори кои треба да се диференцираат врз основа на тоа дали индивидуата може да делува на појавите и одностите и нивниот развој или не. Врз основа овој на овој критериум можат да се издвојат две групи на фактори. Тоа се:

- субјективни фактори
- објективни фактори

6.4. Фактори на туризмот во зависност од просторната големина на влијанието

Влијанието на факторите на факторите во туризмот е просторно ограничено. Тие можат да делуваат на помал и на поголем простор, така што според овој критериум можат да се диференцираат следниве фактори:

- локални
- регионални
- национални
- интернационални

6.5. Фактори на туризмот во зависност од трајноста на делување

Во зависност од овој критериум факторите во туризмот можат да се поделат на:

- повремени
- привремени
- трајни

6.6. Фактори на туризмот во зависност од пазарниот карактер

- според овој критериум факторите можат да бидат:
- фактори на туристичката побарувачка
- фактори на туристичката понуда

6.7. Фактори на туристичката побарувачка

Со оглед на содржајната условеност на туристичката побарувачка таа се карактеризира со определени специфичности. Туристичката побарувачка има забележителна хетерогеност, висок степен на еластичност и подложност на бројни не економски фактори.

6.8. Фактори на туристичката понуда

Основни карактеристики на туристичката понуда се:

- содржинска и просторна одветност на дејностите кои учествуваат во формирањето на туристичката понуда и елементите кои ја сочинуваат понудата.
- сезоналноста како одлика на понудата
- услугите во туристичката понуда не се складираат
- непреносливост на содржините кои учествуваат во задоволувањето на туристичките потреби
- забележителна крутост на туристичката понуда

6.9. Фактори на туризмот во зависност од сверата на делување на туристичката активност

Туризмот како специфична активност се карактеризира со повеќе свери во кои делуваат соодветните фактори

Сверата во која се создава туристичката потреба и од која туристите се движат кон туристичките дестинации се нарекува емитативна свера.

Комуникативната свера е сверата во која се остварува поврзаноста а со тоа и движењето на туристите од просторот во кој се создава туристичката потреба до просторот во кој таа се задоволува се нарекува комуникативна сфера.

Рецептивна сфера е сферата во која се врши пречек на туристите и во која туристите добиваат содржини кои им овозможуваат да ги оствараат животните функции односно ги задоволуваат примарните човекови потреби.

Атрактивно мотивациската сфера е сферата во која се лоцирани елементите на животната средина кои е основен повод за доаѓање на туристите поради тоа ги привлекуваат.

Посредничката сфера се наоѓа помеѓу споменатите сфери така што во нив делува и ги поврзува.

Според тоа врз основа на свој критериум треба да се издвојат следниве фактори:

- иницијативни
- комуникативни
- атрактивни- мотивациски
- рецептивни
- посреднички

6.10. Иницијативни фактори

Врз донесувањето на одлуката за вклучување во туристичката активност како и врз можностите донесената одлука да се оствари делуваат факторите кои ги означуваме како иницијативни или поттикнувачки. Ови фактори ја детерминираат туристичката потреба и со свеста дека таа на соодветен начин може да се разреши поттикнувањето на туристичко движење. Поттикнувачките фактори делуваат во местото на постојано живеење така што од условите во иминитивната сфера зависи нивото на вклучување на населението во туристичката активност. Тоа наведува дека под иницијативни факториподразбираме фактори кои освен тоа што делуваат ба создавањето на туристичката потреба и свеста за нејзино разрешување како поттик претставува и рамка на можностите за вклучување на туристите и поттецијалните туристи во туристичката активност. Во оваа група на фактори спаѓаат следниве: □ Условите во животната и работната средина

- расположливиот фонд на слободно време
- финансиски средства за туристичка намена
- политичките фактори
- организациските фактори
- културните фактори

6.11. Комуникативни фактори

Од дефиницијата на туризмот може да се извлече дека нејзина која не е спорна е совладувањето на просторот. Во рамките на општественствено економската условеност на туристичката активност го определуваме местото и улогата на сообраќајот во појавата и нејзиниот развој. Комуникативните фактори се основа на туристичкиот развој. Без постоење на сообраќајни услови не е можно постоењето на оваа дејност. Сообраќајот овозможува да се пренесат луѓе, стоки и информации. Сите овие елементи се битни за туристичкиот развој.

Развојот на туризмот од своја страна условува сообраќајот и сообраќајните средства нему да му се приспособуваат. Во таа насока сообраќајната инфраструктура се насочува кон туристичките места кои освен туристичките вредности, можат да имаат и други но и немораат. Исто така сообраќајните средства се приспособуваат така да овозможуваат туристите да го задржат вниманието на содржини во просторот во кој се патува и се користат услуги кои ќе им ја одвратат помислата на должината на патувањето.

Карактеристично е ангажирањето на сообраќајни средства можат да се користат во туризмот под специфични услови.

Во врска со значењето на комуникативниот фактор на развој на туризмот треба да се констатира дека во оваа смисла се дормира и посебна туристичка понуда. Такв е случајот со понудата на туристички услуги во рамките на услугите кои му се потребни на сообраќајот. Дури во оваа функција можат да се прифатат специфични сместувачки капацитети и специфични услуги. Таа е основната угостителска и занаетчиска понуда во рамките на посебен вид туризам кој се нарекува транзитен туризам.

Услугата на сообраќајот во туризмот е содржана во тоа што тој овозможува достапност на туристичките простори омасовување на туристичката активност и релативно брза комуникативност.

Комуникативноста треба да се набљудува низ призма на поврзување на емитивно со атрактивно мотивациска и рецептивна сфера како и комуницирањето во рамките на туристичкиот простор. како комуникативни фактори се јавуваат различни видови на сообраќај. Секој од нив поседува определени специфични. Мошне е важно да се воочат нивните предности и недостатоци во условување на појавата на развој на туризмот.

Врз база на влијанијето кое го имаат овие фактори во туризмот диференцирани се и посебни видови туризам.

Во туризмот свое место како комуникативни фактори имаат сите видови на сообраќај. Според тоа местото и услугата на комуникативните фактори ќе го согледаме низ призам на следниве видови сообраќај:

- железнички
- патен
- воздушен сообраќај на вода
- поштенски

6.12. Атрактивно мотивациски фактор

Развојот на туризмот во определена средина зависи од постоењето на содржини кои ќе му овозможуваат на туристот да ги задоволи своите туристички потреби. Наспроти емитивната сфера во која се создава туристичката потреба сферата во која делуваат овие фактори овозможува нивно разрешување.

Овие фактори во струлната литература се среќаваат и како туристички мотиви, туристички ресурси или туристички атракции. При тоа се мисли на идентични фактори.

Кога се употребува зборот ресурс во туризмот се исли на средства кои овозможуваат развој на туризмот. Тоа се сите добра и потенцијали кои се во функција на туристичката дејност.

Користењето на терминот мотив на туризмот се спори во оваа смисла бидејќи се поаѓа од ставот дека мотивот е психолошка категорија која означува поттик за определено дејство. На овие ставови може да се одговори дека мотивот може да биде и надворешна причина за определени активности. Така на пр, во уметноста се користи како основа на делото кое се создава. Лајтмотивот е идеја која води низ целото дело. Во спортот исто така се користи овој термин како мотив за победа, а во економијата платата се означува како еден од мотивите за работа. Сперед тоа не може да се каже дека е погршно користењето терминот мотив во туризмот затоа што под него се подразбира причина или повод за посета на поределени појави или односи кои се наоѓаат надвор на местот на постојано живеење.

Активноста се користи како привлечност која го преокупира вниманието на туристите. Тоа значи дека под атрактивно се подразбира појава и односи кои ги привлекува туристите а се наоѓаат надвор од местото на нивното постојано живеење.

Кованиците атрактивно мотивациски фактори се темели на значењето на значењето кое го има мотивот и атрактивноста. Таа ја опфаќа и причината и привлечноста.

Врз оваа основа произлегува можноста да се дефинираат атрактивномотивациските фактори. Под овие фактори се подразбираат појави, односи и процеси кои ги привлекуваат туристите и претставуваат причина за нивно користење. Атрактивно-мотивациските фактори им овозможуваат на туристите да ги задоволат своите рекреативни и културни потреби, со карактеристиките кои ги поседуваат.

За да можат да им ги задоволат туристичките потреби атрактивномотивациските фактори треба да поседуваат определено атрактивно својство кое ќе биде причина за туристичката посета.

Атрактивните својства претставуваат развиена категорија затоа што врз нивото на нивната изразеност се темели и степенот на посетеност.

Според основата врз која за туристите претставуваат причина за посета атрактивните својства на појавите и односите можат да бидат:

- рекреативни
- куриозитетни
- естетски
- знаменити

6.13. Поделба на туристичките атрактивно-мотивациски фактори според потеклото

Атрактивно мотивациските фактори можат да се поделат според потеклото. При оваа поделба треба да се има во предвид дека не постои потполна одреденост во оваа смисла. Имено факторите кои имаат ваков карактер не се имуни од различни влијанија во постојанието.

Но, сепак поделбата се врши врз основа на тоа кои генетско еволутивни карактеристики преовладуваат.

Според овој критериум туристичките атрактивно-мотивациски фактори можат да бидат:

- природни
- антропогени

6.13.1. Природни туристички мотиви

Природните туристички мотиви се такви појави и процеси во природата кои поседуваат туристички атрактивни својства, а настанале под влијание на природните сили. Иако и човекот со својата активност може да делува врз модификацијата на одредени природни појави и процеси, сепак основата на нивната генеза лежи во дејствувањето на ендегените и егзогените фактори во природата. Овие сили условуваат такви форми чие меѓудејство и карактеристики ја изразува природната средина. Природната средина различно се одразува врз туристичката подвижност на населението. Посетеноста на одредена природна средина зависи во голема мерка од степенот на атрактивност и видовите атрактивни атрибути кои ги поседуваат одделни групи на природни туристички вредности. Најчесто природната средина претставува изразна повеќе групи на природни форми. Колку нивната застапеност е поголема толку е и туристичката атрактивност поизразена. Посебна атрактивност на просторот му даваат природните елементи и групи на мотиви кои не се широко распространети, кои имаат посебни облици односно претставуваат природни реткости.

Познавањето на карактеристиките на природните туристичките мотиви и нивното групирање е од голема важност за нивното валоризирање и туристичко активирање.

Природните мотиви можеме да ги групираме како:

- геоморфолошки
- климатски
- хидрографски
- биогеографски
- пејсажни

Просторните односи на одредени природни мотиви заедно со евентуално постоење на антропогени форми ја чинат оваа група посодржајна.

6.13.2. Антропогени туристички мотиви

Богатството на туристичката простори е поголемо, ако во него постои заемна поврзаност на природните и антропогените форми. За разлика од природните туристички мотиви претставуваат такви појави и процеси во просторот кои ги привлекуваат туристите, а настанале под влијание на човековата активност и креативност. Во групата на антропогени туристички мотиви спаѓаат:

- етносоцијалните
- културно-историските
- манифестациски
- амбиенталните

6.14. Рецептивни фактори

Во рецептивната сфера на туристичката активност делуваат соодветни фактори. Тоа се фактори кои означуваат прием на туристи, а опфаќаат пречек сместување, обезбедување на услови за задоволување на туристичките потреби и испраќање. Рецептивните фактори овозможуваат туристите да ги искористат вредностите од атрактивно-мотивациска природа. Тоа се такви фактори кои во најголема мерка делуваат на задоволување на примарните потреби но учествуваат и во задоволувањето на специфични потреби на туристите.

Овие фактори се од фундаментално значење за развој на туризмот од проста причина што без нивното влијание тој едноставно не може да постои. Дури кога се анализира нивото на туристичките развој тие се еден од основните индикатори. Во таа смисла бројот на објекти бројот на посебни единици во објектите и нивото на туристичката изграденост се показатели кои во оваа смисла не можат да се занемарат.

Во групата на рецептивни фактори се вбројуваат следниве:

- инфраструктурална опременост и комунална уредност
- угостителски капацитети
- трговска мрежа
- занаетчиска дејност
- здравствена организираност
- банкарска служба
- туристичка владина и невладина организираност
- политички состојби
- Културно ниво

6.15. Посреднички фактори

Посредувањето во патувањето е старко колку и самото патување. Меѓутоа, со појавата на туризмот посредништвото добива нова димензија. Тоа не се сведува само на услуги во патувањето туку и на услуги во врска со престојот на туристите и други услуги.

Од самиот термин *посредување* произлегува дека станува збор за тесен карактер на оваа дејност. Тоа значи дека за интерес на трети лица се врши определена активност. Но сепак треба да се констатира дека посредништвото не треба да се сфати само како учество во давање и користење на поединечни услуги. Посредништвото е многу посложена дејност. Развојот на туризмот придонесува туристичкото посредништво да се издигне на значително повисоко ниво. Посредништвото во туризмот се јавува како комплексна форма. Под него се подразбираат покрај посредувањето посредувањето и информативносоветувалните и организациските активности. Според тоа посредничките фактори не треба да се сфатат во номинална форма. Тоа се фактори кои овозможуваат на туристичкиот пазар да се оствари размена на комплекс на услуги како туристичка понуда, за потребите на туристичката побарувачка. Така посредничка фактори се наоѓаат во улога на синхронизација на различни учесници во туристичката понуда кои треба да овозможат задоволување на потребите на туристите. Тие ја релативизираат сезоналноста како мошне ригидна појава во туризмот. Овозможуваат да се ублажат односите меѓу крутоста на туристичката понуда и еластичноста на туристичката побарувачка. Ја обединуваат раситнетата туристичка понуда за интересите на туристичките корисници на услуги. Посредничките фактори овозможуваат да се вклучат нови содржини и просторни вредности во туристичката понуда. На туристите им овозможуваат без проблеми да дојдат до содржините со кои ќе ги задоволат туристичките потреби.

Со оглед на тоа дека во туризмот делуваат повеќе организациски форми туристичките посреднички форми можат да се јават како:

- туристичките агенции
- туристичко биро
- шалтери и служби на организации во туризмот

7. Функции на туризмот

Со оглед на тоа дека туризмот претставува комплексна појава карактеристично е неговото влијание. Така се јавува взаемен однос меѓу условеноста на туризмот и промените кои туризмот ги условува. Тој се одразува на чинителите од кои зависи, но претставува чинител на нови појави и односи.

7.1. Функционални елементи на туризмот

Под функционални елементи во туризмот подразбираме компоненти кои го сочинуваат овој феномен. Секој вид на туризам поседува специфични содржински карактеристики кои произлегуваат од значењето на неговите елементи. Но, основните функционални елементи се наоѓаат во секоја туристичка активност. Тоа се следниве елементи:

- Патувања
- Престој
- Потрошувачка

Туризмот како трансформатор на просторот

Развојот на туризмот не само што се темели на просторните вредности туку тој делува на просторот. Со неговото влијание просторот се менува. Така се релативизира резистентноста на просторните елементи под влијание на туризмот. Функционалниот карактер на туризмот во оваа смисла може да се прати во сите негови просторни сфери. Промените во емитивната сфера се огледаат во тоа што во него се внесуваат туристички содржински елементи, кои на овој простор му даваат нова физиономија. Посебно тоа се однесува на централните и фреквентните просторни целини во урбаната средина.

7.2. Забавна функција

Во буквален превод забавата може да се толкува како продулција на смеење. Всушност тоа е таква функција на туризмот која овозможува туристите да се расположени и увеселени. Од нивото на влијанието кое туризмот со своите карактеристики го врши врз туристите ќе зависи нивото на расположението. Тоа може да се сфати како процес на орасположување или овеселување. Така често се зборува за весела атмосфера која е директна на функционална карактеристика на туризмот. Таа може да се подигне по ниво на екстаза како посебна психолошка состојба која произлегува од интензитетот на влијанието кое го вршат определени содржински елементи.

7.3. Едукативна функција

Туризмот претставува таква активност низ која определени научни и основни сознанија може да се интерпретираат.

Со туристичката активност се овозможува туристите да ги потврдат знаењата кои ги поседуваат. Туристите во определена средина можат непосредно да се сретнат со појавите и односите кое се предмет на нивната едукација. Имено низ туристичката активност најчесто учениците и студентите доаѓаат во контакт со вакви содржини. Тие учат за природните и антропогените услови во определена средина и со помош на туристичката активност знаењата ги потврдуваат.

Учениците посетуваат фабрики геоморфолошки близи, вегетација и слично за да можат да ги потврдат теориските сознанија кои ги поседуваат. Во ова смисла се организираат ученички екскурзии таканаречените училишта во природа.

7.4. Здравствено- рекреативна функција

Здравствено - рекреативната функција на туризмот произлегува од карактерот на задоволувањето на соодветни потреби. Зборувајќи за факторите во туризмот констатиравме дека заморот како сублимат на различни влијанија претставува фактор кој ги тера луѓето да се вклучат во оваа активност за да можат да го отклонат. Исто така констатиравме дека, ако заморот не се отклони тој преминува во петолошка

состојба која ја означивме како премор кој мора да се лекува. Туризмот овозможува исто така да се избегне можното загрозување на здравјето. Оваа функционална карактеристика се одразува врз продуктивноста на трудот и креативната способност на населението, така што се јавува и како функција која има општествена вредност.

7.5. Психолошка функција

Психолошката функција на туризмот се огледа во влијанието кое туризмот го врши врз психолошката состојба на човекот.

Може да се констатира дека психолошката функција е присутна дека во сите фази и во сите сфери на туристичката активност.

Во подготвителната фаза размислувањата се насочени кон патувањето и престојот. Добивањето информации околу туристичкото патување и договарањето, разговорите и консултациите управуваат на прекопацијата која е присутна кај туристите. Туристот во овоја дел од туристичката активност се наоѓа во посебна психолошка состојба. Карактеристична е возбудата кај него. Најчесто се чувствува радост и развеселеност, напнатост, исчекување, надежи нервоза. Сето тоа се означува како патна грозница.

Во текот на патувањето туристот различно ги чувствува средствата со кои патува. Не е ретка состојбата на исплашеност и напнатост поради изборот на превозно средство. Ваквите психолошки состојби се пристапуваат посебно кога се патува со авион. Дури се случува да се јави и фобија од патувањето со ова превозно средство.

Стравот во патувањето присутен во услови за брзо возење во автомобилскиот сообраќај. Возбуда предизвикува нагло кочење разминување и претекнување. Слични психолошки состојби продуцира и железничкиот сообраќај.

Брзината на превозот исто така може да придонесе уживање изадоволство кај туристот.

Психолошката функција на туризмот е содржана во доживувањето на содржините на просторот низ која се патува или кој се набљудува од височините. Кај туристот се појавува чувство на убавина и восхит.

Во самото патување се воспоставуваат контактите со другите туристипатници или даватели на услуги. Контактите продуцираат временски или трајни чувства. Тие можат да водат кон зближување и кон создавање на емотивни состојби.

За време на престојот туристот е во допир со елементите кои треба да му овозможат задоволување на потребите. Во тој дел од туристичката активност туристот ги спротиставува „сонувачката на стварноста,, тука се лоцирани најинтензивните и највисоките доживувања.

Престојот на туристот му овозможува да се опушти и да се релаксира. Но исто така да доживее нови возбуди. Возбудите моѓат да бидат од најразличен карактер. Тие се доживуваат во чувство на хармонија преку инпресираност до возхит од содржините на престојот.

Враќањето на туристот е обелеѓано исто така со определени психолошки функционални својства. Карактеристично е намалена напнатоста и возбудата. Љубопитноста исто така доживува намален интензитет. Но сепак е присутна определена носталгија за убавините во туристичкото место и доживувањето кои се оствариле. Често се случува да се јави и посебна емотивна состојба, за жал и потиштеност поради тоа што дошло до разделба, со остварената блискост за време на патувањето.

Психолошката функција на туризмот е присутна и во посттуристичкиот период. Овој период временски е неопределен и неможе да се примени со нова туристичка активност. Тоа значи дека психолошките влијанија остваруваат во рамките на секое туристичко движење посебно.

После туристичкото патување туристот ги средува мислите околу патувањето во услови на секојдневната стварност. Многу впечатоци кее остават траен белег на човековата личност. На овој турист може да се примени во нова туристичка активност.

Тоа значи дека психолошките влијанија остануваат во рамките на секое туристичко движење посебно.

После туристичкото патување туристот ги среќува мислите околу патувањето во услови на секојдневна стварност. Могу впечатоци ќе остават траен белег на човековата личност. На нив туристот може да се навраќа низ целиот свој живот, што претставува едно од најзначајните психолошки влијанија на туризмот.

Во оваа фаза карактеристично е дека туристот ги пренесува доживувањата и за нив разговара. Така доживувањата се јавуваат како психолошка преукопација. Тоа често е причина да се јави нов поттик за вклучување на туристичката активност.

7.6. Социјална функција

Социјалната функција на туризмот произлегува од нивниот карактер на општественост. Нивната општествена компонента е содржана во фактот дека формирањето на туристичките потреби во голема мерка зависи токму од општествените услови. Веќе забележавме дека туристичката активност зависи од елиминацијата во местото на постојаното живеење на туристите.

Но тоа е само еден аспект кој ја определува социјалната функција на туризмот. Од голема важност е во туристичката активност да се вклучат сите слоеви на општеството. Тоа значи дека туризмот треба да претставува отворена можност за учество на хетероген туристичка клиентела во него. Туризмот е фактор кој овозможува да се приближат носители на активноста на бројните социјални основи.

7.7. Културна функција

Зборувајќи за забавните функции на туризмот констатиравме дека се јавува потешкотија во определувањето на нејзиниот домен. Многу е тешко да се констатира дека на пример комедијата претставува само забава или само културна импликација. Таа е и едно и друго. Но за разлика на забавното дејство кое е моментално и немакое нема долгорочен одраз, културните функции на туризмот се оглед на зголемувањето на нивото на информативност. Со туристичката активност се овозможува запознавањето на појавите и односите да биде изворно. Така се создава можност за туристот да ги оживее културните вредности како свои. Тие се одразуваат на човековата личност како фактор за збогатување и зголемување на нивото на култура. Остварувајќи културни контакти со луѓе кои припаѓаат на различни цивилизации туристот доживува посебно духовно задоволство. Со помош на туристичката активност тој ја прифаќа естетската димензија како посебно доживување. Врз база на тоа нивото на креативност кај туристите се зголеува така што тој ја користи културата. Културната функција на туризмот се огледа во нивото на културата на туристот, давателот на услуги и рецептивното население. Тоа се наоѓа во постојана културна корелација.

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

Туризмот овозможува да се облагороди човековата личност со нови содржини. Оваа функција се огледа во тоа што со помош на туризмот се гради хуман однос кон другите лица кон природата, општествените односи и кон себеси.

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

7.8. Политичка функција

Политичката функција на туризмот се манифрестра во влијанијата кои ги има на домашен и меѓународен план

На домашен план политичката функција на туризмот се огледа во местото и улогата кои ги има во јакнењето на патриотизмот и рпдољубивите чувства. Тоа значи

дека низ туристичката активност се поттикнува и унапредува љубовта кон својата татковина и својот народ.

На меѓународен план политичката функција на туризмот се огледа во прв ред на подобрување на односите меѓу државите и народите. Туризмт се јавува како фактор на мир и стабилност. Туризмт не е само условен од политичките односи туку и тој се јавува во улога на стабилизатор на односите.

7.9. Економска функција

Остварените приходи од туризмот во светот од преку 450 милијарди денари го определува во група на дејности чија економска препознатливост е забележителна. Поради тоа туризмот се определува како значајна економска категорија. Туризмт претставува област на стопанисување во која се вклучени разни стопански дејности и гранки. Овие дејности бидејќи се насочени кон обезбедување на услуги кои ќе им овозможат на туристите да ја задоволат туристите да ја задоволат туристичката потреба добиваат и туристички предзнак. Тие го чинат туристичкото стопанство. Во него се вбројуваат: туристичкото посредување, туристичкото угостителство, туристичкиот сообраќај, туристичкото занаетчиство и комуналните дејности.

Економски функции на туризмот се следниве:

- мултипликативна
- индуктивна
- конзервативна
- развој на стопанско недоволните развиени подрачја
- влијание на туризмот од платниот баланс на земјата
- унапредување на меѓународната економска размена
- влијание на работноста на населението.

8. Видови на туризам

Во територијата и во практиката се присутни бројни термини со кои се определуваат одделни видови на туризам. Ваквата појава произлегува од обемот на квантитативно-квалитативните сличности и разлики на учесниците во оваа активност, како и од односитешто постојат меѓу туризмот и географската средина.

Токму тоа доста е тешко да се систематизираат критериумите по кои би се деференцирале видовите на туризам. Честопати еден вид туризам влегува во повеќе, критериумски групи, содржан е во повеќе видови. Со оглед на тоа што географскиот простор е во различна содржинска вредност, во некои негови делови може да стане збор за видови кои му се само нему својствени.

Деференцирањето на туристичките видови нема само теоретски карактер, туку е практично значење. Оваа поделба е применлива не само при формирањето и пласманот на туристичката понуда, туку и во вкупното водење на туристичката политика во одреден географски простор.

Во нашата литература се среќаваат одредени напори кои одделни автори ги чинат на овој план, меѓутоа тешкотијата во деференцирањето е присутна и кај нив. Некои автори во оваа смисла се вовлекуваат дури и во грешки. Може да се забележи дека врз критериумите кои се земаат како подлога не се врши адекватна поделба на видите на туризам, или пак не се земаат предвид вистинскиот критериум за типизирање на одредени туристички видови. Како пример може да се земе критериумот на специфични видови на туризам, каде што фигурира руралниот туризам, а под критериумот кој подлегува ба видот на туристичкиот простор се зема градскиот туризам како селски простор во оваа смисла да претставува нешто друго во однос на туристичкиот простор.

Апострофирањето само на некои културни или рекреативни видови не е доволно овој проблем на адеквативен начин да се разреши. Придонесот во оваа смисла заслужува внимание.

Некои автори даваат доста коректни решенија на оваа проблематика. Динамичноста на материјата условува неопходно деференцирање како на нови видови на туризам, такаа и на критериуми врз кои можат да се издвојат.

Надградбата на постојаните деференцијации треба да послужи и за идни умесни корекции.

8.1. ТУРИСТИЧКИ ВИДОВИ СПОРЕД ОСНОВНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ПОТРЕБИ

Еден од најопштите критериуми врз кои можат да се поделат туристичките движења е туристичката потреба.со оглед на тоа дека туристичката потребаможе да биде рекреативна и културна, адеквативна е и поделбата на туристичките видови. Не е спорно дека културните видови на туризам содржат културни особености. Меѓутоа преовладувачките својства на туризмот сврзани со туристичката потреба годеференцираат рекреативниот од културниот вид.

Рекреативните туристички движења се карактеристични за туристичката клиентела од средините кафе што се овозможува поголема масивност. Рекреативниот вид на туризмот се врзува за рекреативните мотивски активности.

Со оглед на тоа дека можностите за задоволување на рекреативните туристички активности се доста застапени, овој вид на туризам се карактеризира со релативно помал радиус на движење.

Кај најголем број на овие туристички движења главно е нагласена сезонска концентрација иако има рекреативни движења, главно е нагласена сезонската концентрација иако има рекреативни движења во кои е слаба сезонската концентрација, како на пример кај бањските туристички активности. Во групата на рекреативни видови се вбројува и здравствениот туризам, со оглед на тесната поврзаност на рекреацијата и здравјето.

Рекреативните туристички движења најчесто опфаќаат подолг престој, иако и во овој поглед има исклучоци. Излетничките движења често се сврзани со рекреативни активности, а се карактеризираат со релативно кус престој.

Културните туристички движења се карактеристични за клиентелата која поседува нагласена културна преродба. Според тоа во нив главно се вклучуваат туристи чие културно и образовно ниво е повисоко. Културните туристички движења се сврзани за туристичките простори во кои преовладуваат такви активности со нагласена знаменитос. Куриозитетности естетски атрибутивни својства. Тоа значи дека природните и антропогените мотивски активности ги привлекуваат учесниците во овие движења.

Радиусот на движење кај овој вид на туризам е релативно голем. Бидејќи мотивските активности се ексклузивни. Сезонската концентрација не е нагласена, бидејќи најчесто мотивските вредности се зависат од временските прилики.

За овој вид на туристички движења карактеристичен е релативно краткиот престој, во кој треба да се посетат повеќе трактивности.

Овие туристички движења се карактеризираат со релативно виска потрошувачка, бидејќи учесниците, главно поседуваат, поголеми платежни мотажи.

8.2. ПОДЕЛБА НА ТУРИСТИЧКИТЕ ВИДОВИ СПОРЕД АТРАКТИВНИТЕ МОТИВАЦИСКИ ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ

Оваа поделба на туризмот е извршена врз основа на критериумотна видот на мотивската активност. Определбата за ваков критериум произлегува од поврзаноста на туристичките движења со привлечностите во географскиот простор. Привлеченостите најчесто му даваат основни обележја на туризмот. Бројот на објектите и појавите во просторот, кои ги мотивираат туристите да ги посетат е релативно голем. Заради тоа и се деференцираат повеќе видови на туризам, фундирани врз овој критериум.

Туристичките вредности се лоцирани маритимните простори и во континенталната внатрешност. Оттука и некои автори разликуваат континентален и приморски вид на туризам со оглед на насоченоста на туристичките движења.

Приморскиот туризам се врзува за мотивските атрактивности на крајбрежјето и островите. Најчесто туристите ги привлекле условите за рекреативни туристички активности кои произлегуваат од географските услови, посебно од карактеристиките на хидроклиматскиот комплекс. Приморскиот туризам главно ги опфаќа активностите на капење и сончање иако некои приморски простор можат да се користат и за активности во кои приморскиот пејсаж се естетските вредности има доминантен карактер. Со оглед на тоа овој вид на туризам е најразвиен во суптропските климатски простори.

Карактеристика на овој вид на туризам е масовноста. Се смета дека тој е најмасивен туризам. Значајна карактеристика на приморскиот туризам е сезонската концентрација на туристите. Посебно е нагласена летната сезона. Должината на престој е релативно голема, бидејќи се работи за стационарен вид на престој. Туристичката клиентела е хетерогена што наметнува адекватен приод кон формирањето на понуда

Овој вид на туризам во малите места имплицира бројни влијанија и проблеми за кои мора да се води сметка при определбата за развој. Тие се содржани во комуналните проблеми и заштитата на географската средина, меѓучовечките односи и др.

Поморскиот туризам е во тесна врска со просторот кој овозможува рекреативни активности но сепак содржи и културен карактер. Крстарењето по морските просторите е поттикнато со можноста за восхитување во куриозитетните својста на морето и пловидбата. Овој вид на туризам овозможува да се воспостават повеќе познанства.

Времето на престој во некои пристаништа е релативно кратко и во таа смисла крстарењето има екскурзивен карактер. Најголем дел од туристичката активност се врши во пловидбата во кои главно се врши пансионската потрошувачка. Клиентелата е со високи платешни мошности и високо културно ниво.

Освен кружните крстарења во поморскиот вид се јавуваат во форма на крстарење со помали објекти на одредени релации и дневни излети на морето.

Нудизмот е со помасовен вид на туризам. Овој туризам се карактеризира со потполно изложување на човековото необлечено тело на природата. Неговиот развој е сврзан со кодексот на однесување на одредени средини, така што може во некои географски средини да биде ставен под табу. Меѓутоа тој најчесто се организира во специфилни нудистички капови се што се обезбедува интимноста. нив'ото на култура кај нудистите е релативно високо, со одсуство на предрасуди. Карактеристики на овие движења се релативно долг престој, изразите потрошувачка и специфична побарувачка.

Планинскиот туризам е сврзан со вредностите во планината. Најчесто тоа се рекреативни вредности. Освен чистиот воздух, за туристите од интерес е снежниот покрив кој обезбедува зимско спортски туристички активности. Врз оваа основа можат да се издеференцираат две туристички сезони, летна и зимска.

Радиусот на движење на туристите во планинскиот туризам е релативно мал, бидејќи застапноста на планините е бројна. Потрошувачката кај овие движења е релативно висока поради хетерогеноста на елементите на понуда. Должината да престојот е исто така релативно голема, што условува потрошувачката да има наведен карактер. Конфигурацијата на теренот во планината е најчесто отежitelна компонента, као во поврзаноста така и во изградбата. Освен тоа планинскиот туризам бара и специфична инфраструктура за неговиот развој.

Додатен проблем е работната сила во планинскиот туризам бидејќи најчесто планинските туристички места се ретко населени, така што вработените најчесто доаѓаат од други места.

Бањскиот туризам е сврзан за карактеристиките на водата на термоминералните извори и околниот простор. Тој ги содржи рекреативните компоненти и лечилишните функции. Оваа туристичка активност се карактеризира со

превентивните, лечилишните и рехабилитациските влијанија на термоминералните води.

Карактеристика на бањскиот туризам е ненагласената сезонска концентрација а одредени сезонски индикации произлегуваат главно од временскиот период на општата туристичка подвижност. Клиентелата која посетува бањските простори е хетерогена и бара поширока туристичка понуда.

Бањите се доста распостранети со што го надминува радиусот на движење на туристите, иако некои бањи со инзвонредни балнеолопки и други вредности можат да привлечат туристите и од многу подалечни краевина (на пр: Карлови водиво Чешката Република).

Должината на овој престој произлегува од карактерот на влијанијето на термоминералните води. Таа е нагласена бидејќи клиентите бараат третман. Поради тоа се градат бројни стационаро покрај другите рецептивни објекти во овие места. Долготрајниот престој бара и збогатена содржина на понудата.

Езерскиот туризам во своите карактеристики многу наликува на приморскиот туризам. Главно е сврзан за рекреативни туристички активности. Овие активности се одвиваат во вид на капење и снчање, на езерата кои според климатските хидролошките и другите особености тоа го овозможуваат и во прошетки покрај оние езера кои поседуваат впечатливи естетски својства на природните вредности.

Ако се земат излетничко-екскурзивните посети на езерата, езерскиот туризам се карактеризира со релативно долг престој и со сезонска концентрација во летниот дел од годината. Масивноста е исто така карактеристична за овој туризам, како и хетерогноста на туристичката клиентела во него.

Речниот туризам претставува таков туризам со кои реката е доминантна привлечност. Привлечноста на реката може да биде двојна. Таа може да ги привлекува туристите со своите рекреативни својства и може да го привлекува со естетските и куриозитетните вредности.

Во речниот туризам во кои доминираат рекреативните активности, акои се сврзани со хидроклиматските карактеристики на просторот, изразито е нагласена, сезонската концентрација, радиусот на движење на туристите е релативно мал. Најчесто овие движења имаат излетнички карактер, што зборува за релативно краток престој.

Некои хидрографски форми во рецната долина ги привлекуваат туристите од поодалечени емитивни простори. Како пример за ваква појава можат да се наведат посетите и на Нијагарините и Викториините водопади, или слаповите на Плитвице.

Ловниот туризам се развива врз основа на условите за лов на одреден географски простор. Во тој вид на туризам се вклучува само одредена категорија на население која се занимава со ловни активности. Бидејќи оваа активност подразбира и релативно скапа опрема и дека ловните трофеи се најчесто со висока цена, треба да се има предвид дека материјалните можности на учесниците во неа се големи, а во согласност со материјалните можности и нивната потрошувачка. Со оглед на тоа што бројот на дивечот постојано се намалува посебно бројот изразито високоценетиот трофеен дивеч, радиусот на движење на учесниците во овој вид на движење се повеќе се зголемува. Во потрага по некои видови дивеч или во лов со камера се оформува сафари туризам, се совладуваат дури и меѓуконтинентални релации. Како пример може да се наведе сафари туризмот во Кенија.

Значајна карактеристика на овој туризам е престојот во подолг временски интервал, што исто така придонесува за зголемувањето на туристичката потрошувачка.

Развојот на ловниот туризам подразбира перманентно усовршување на условите за зголемување на фондот на дивеч и неговата разновидност, со специфично усовршување и определување на ловните површини.

Понудата е затоа специфилна и опфаќа и такви услуги какви другите видови на туризмот не опфаќаат. Како пример можат да се наведат гоничителовечките кучиња и слично, што произлегува од смисла на оваа активност.

Сезонски карактер се не е изразен иако во одвивањето на оваа активност неминовно се води сметка за хуманиот однос кон ловните трофеи, што подразбира мерки на ловостој во одредени периоди кога дивечот мора да се заптити.

Риболовниот туризам се одвива на хидрографските објекти. И во овој туризам учествува туристичката клиентела со специфични туристички потреби. Со оглед на тоа што условите за риболов се доста распостранети и во географскиот простор радиусот на движење на учесниците е релативно помал. Најчесто се работи за излетнички движења во непосредна близина на емитивните простори со релативно краток престој без изразита сезоналност и со мала потрошувачка.

Градскиот туризам е сврзан со туристичките атрактивности на градот. Овој вид на туризам се карактеризира по масовноста на учесниците, високата потрошувачка и релативно кусиот престој. Сезонската концентрација не е нагласена, а одредени разлики во бројот на посетителите во некои месеци повеќе се плод на општата туристичка подвижност во тој временски интервал. Се смета дека кај овој вид на туризам во однос на сите други видови има најрамномерен распоред на туристичкиот предмет.

Селскиот туризам за разлика од градскиот се развива во селските простори во кои постојат природни и антропогени услови за задоволување на туристичките потреби. Најчесто овој вид на туризам се развива врз амбиенталните вредности на селскиот простор и рекреативните особености кои произлегуваат од начинот на вршењето на селските дејности, со оглед на тоа што станува збор за специфичната туристичка понуда за релативно подолг престој за мал радиус на движење и за сезонален вид на туризам. Вон овој контекст стојат излетничките движења на село, кои поседуваат други карактеристики. Развојот на овој вид на туризам нема само економско значење туку силно општествено-психолошко влијание врз селското население.

Манифестациониот туризам се развива врз основа на одржување на разни видови манифестации. Структурата на клиентелата е сврзана во видот на манифестацијата. Во таа смисла овој туризам има хетерогена туристичка клиентела.

Времето на престој на туристите е сврзано со траењето на манифестацијата а нејзиното значење го одредува радиусот на движење. Најчесто манифестациониот туризам не е сврзан со сезонска концентрација, освен ако самата манифестација не подлегнува на карактерот на сезоната.

Како вид на манифестациони туризам значајно место зазема конгресниот туризам, кој најчесто третира присуство на научни, политички и стопански учесници. Иако овој вид на активност главно има работен карактер, еден сегмент од времето се користи за туристичка намена, со организацијата на конгресот се вклучуваат туристички излети и екскурзии, што само ја потврдува горната напомена.

Во практиката се приисутни и некои видови на туризам како на пример спортски туризам или саемски туризам, кои и припаѓа на манифестационата форма.

Верскиот туризам така се сврзува за манифестации од верски карактер, но и за значајни места, објекти и појави со верска содржина. Во овој вид на туризам се вклучуваат туристи скоро сосема деференцирани по верска основа. Радиусот на движење на туристите е одреден со атрактивноста на појавите и процесите кои ги привлекува туристите. Поради поста на некои свети места кои претставуваат центри на одредено верско убедување или одредби со висока потрошувачка, сепак претставува можност за туристичко активирање на одредени простории.

Спелеолошкиот туризам претставува таков туризам во кои туристите ги привлекуваат подземните геоморфолошки форми. Овој туризам се врзува за курозитетите и естетските вредности на спелеоформите и во таа смисла може да се означат како културен вид на туризам. Карактеристичен е по релативно кусиот престој, по релативно малата потрошувачка и по специфичноста во уредувањето на спелеолошките форми на начинот на посета.

8.3. ВИДОВИ НА ТУРИЗАМ СПОРЕД ДРЖАВНАТА ПРИПАДНОСТ НА ТУРИСТИТЕ

Радиусот на движење на туристите претставува домен при совладување на просторот од местото на постојано живеење до туристичкото место. Во овој процес туристите совладуваат одредени регионални рамки и државни граници. Врз оваа основа најчесто станува збор за домашен туризам, национален и странски, односно интернационален туризам.

Домашниот туризам се одвива во рамките на една земја. Туристичките движења во овие рамки можат да бидат регионални и меѓурегионални.

Регионалните движења на туристите се одвиваат меѓу емитивните простори и туристичките места во рамките на одреден туристичко-географски региони. Овој вид на туристичка активност најчесто се карактеризира со потрошувачка која битно не ближае врз развојот на регионот и со релативно краток престој.

Меѓурегионалните движења со одвиваат во повеќе регионални целини во рамките на одредена државна територија. Економските ефекти од овој туризам се согледуваат во пренесувањето на дел од потрошувалката на еден регион во друг, што условува прелевање на националниот доход, а што го поттикнуварегионалниот развој.

Меѓународниот туризам е таков вид на туризам во кои туристите имаат подолг радиус на движење од просторот на државна територија на која се постојано населени. Со вклучувањето во меѓународниот туризам туристите се актери на значајни ефекти во овој вид на туризам, а се подложени на многу влијанија, со оглед на ширината на просторот во кој ја вршат својата активност. Економските ефекти од овој вид на туризам се значително поголеми во однос на ефектите на домашниот туризам, а и другите влијанија се изразито нагласени. Затоа развојот на меѓународниот туризам е од приоритетно значење во планинските определби на скоро сите земји, во кои постојат услови за интензивирање на туристичкиот потенцијал. Туристичката клиентела во овој туризам е хетерогена. Со оглед на бројот на земјите во светот во кои туристите се вклучуваат во меѓународниот туристички промет, една од значајните карактеристики претставува масовноста. Како пример може да се послужи фактот дека годишно во меѓународните туристички движења учествуваат околу 700 милиони туристи, што зборува за импозантна подвижност на населението во светот.

Меѓународните туристички движења исто така се разликуваат со поглед на радиусот на движење. Тоа можат континентални и меѓуконтинентални. Континенталните движења се одвиваат во рамките на континенталните целини во кои се совладуваат континенталните рамки. Според тоа кај овој вид на меѓународен туризам радиусот на движење е најголем а платежните можности на туристите изразите.

За развој на меѓународниот туризам потребна е посебна ексклузивност на рецептивните капацитети и изразито влијание на атрактивноста во просторот на туристичкиот регион.

8.4. ВИДОВИ НА ТУРИЗАМ СПОРЕД ТУРИСТИЧКАТА СЕЗОНА

Развојот на туризмот во најголема мера е сврзан со сезонската концентрација на туристите. Во таа смисла стои и општата подвижност на населението. Ваквата состојба упатува на практично водење на туристичката понуда и операциите во врска со приемот на туристите во туристичкиот простор. Посетата на туристите може да биде сезонска и вонсезонска. Под туристичка сезона подразбираме временски интервал во кои постои поголема концентрација на туристичкиот промет во одредени просторни рамки, а вонсезона е период во кој се бележи минимална посетеност. Колку временскиот интервал на сезонската и изразитата концентрација е подолг, вонсезоната е намеалена и обратно.

Сезоналноста е посебно нагласена кај рекреативните туристички движења, кои најчесто зависат од климатските карактеристики во туристичкиот простор. Тоа значи дека во умерените и суптропските подрачја најчесто се деференцираат две сезони и

тоа летна и зимска. Во таа смисла и туристичките движења сврзани за ваквата сезоналност се означува како летен и зимски туризам.

Летниот туризам претставува таков туризам во кои активностите се сврзани со карактеристиките на климатските елементи во летниот период од годината. Најголема концентрација на туристите во овој период е присутна во оние туристични простори со можности за капалишни активности. Најчесто зимската сезона на планините е сврзана со присуство на снежниот покрив кој овозбедува одвивање на таа активност. *Зимскиот туризам* е застапен и во други просторни целини како поморските делови во кои медитеранската клима претставува поволност за одвивање на рекреативни активности. Заради тоа постојат бројни зимувалишта во кои туристичката активност не мора да биде од капилишен карактер.

8.5. ТУРИСТИЧКИ ВИДОВИ СПОРЕД ВОЗРАСТА НА ТУРИСТИТЕ

Туристичката побарувалка во голема мера зависи од возраста на туристите. Во согласност со возраста најчесто е изразен и карактерот на факторите кои делуваат, степенот и нивното дејство и правците на влијанија. Оттука произлегува и адекватноста на понудата која пофтазбира истражување врз основа на вакви специфики на туристичката клиентела. Голем број на туристички движења обраќаат меповита туристичка клиентела. Меѓутоа постојат и специфични движења во кои се вклучуваат само одредени возрастни категории на популација.

Според возрастатуристите се делат на деца, млади, возрастни и стари. Ваквата поделба подразбира и адекватност во одредувањето на одделни видови на туризам.

Детскиот туризам ги опфаќа категориите на возраст до 15 год. Имајќи предвид дека во одвивањето на туристичката активност им е потребна помош од постарите дека во одвивањето на туристичката активност им е потребна помош од постарите. Тие имаат придружници (родители, наставници, роднини, воспитувачи). Со оглед на својата психофизичка природа мошне се динамични весели и друштвени во колективни игри, најчесто им треба групно сместување во повеќекреветни соби. Содржината на престојот треба да биде разновидна со пригодни анимации кои ќе содржат воспитни карактеристики. Во детскиот туризам учествуваат различни категории на деца по возраст, за да мора да се води сметка при креирањето на понуда. Општа карактеристика на овој вид е малата потрошувачка и релативно краткиот радиус на движење. Овој вид на туризам поседува значителен воспитен и образовен карактер.

Младинскиот туризам ја опфаќа популацијата на туристи до 25 години. Овој сегмент на посетители се карактеризира по динамичноста и друштвеноста, со хетерогеноста на групата во која се наоѓаат со сктомна побарувачка нестабилност во престојот и по забавните активности за време на туристичките патувања. Карактеристични се по релативно поголемиот радиус на движење бидејќи лесно се снапќаат во комуникативна сфера.

Туризмот на возрастните категории ја опфаќа туристичката клиентела од 25-65 години односно клиентелата која може да се означи како работно активна. Поради вака широкит распон на возраста овој вид на туризам опфаќа најголем број на посетители. Бидејќи станува збор за работен контингент со релативно високи економски можности се подразбира поголема потрошувачка и хетерогена побарувачка, за што туристичката понуда треба да води сметка. Радиусот на движење кај овие туристи е релативно најголем и често зависи од атрактивноста на мотивите во просторот.

Во групата на возрастните категории постојат повеќе подгрупи. Туризмот на старата популација ги опфаќа туристите постари од 65 год. Најчесто оваа клиентела се совпаѓа во пензионерска клиентела, а се карактеризира со релативно слаба мобилност што подразбира мал радиус на движење со побарувачка која не иницира голема потрошувачка, во мирни простори и со намалена контактибилност. Овој туризам може да се смета на постојаност во доаѓањето бидејќи старите категории се

наклоети кон истите објекти кои се навикнале да престојуваат затоа што старата популација е доста чувствителна и треба да се води сметка за односот кон неа.

Што се однесува на должината на престојот, фондот на потребното време му овозможува на овој туризам подолготрајни туристички активности.

8.6. ВИДОВИ НА ТУРИЗМОТ СПОРЕД БРОЈОТ НА ТУРИСТИТЕ

Во туристичките движења туристите се вклучуваат во различен број. Ако се јавуваат како поединци станува збор за индивидуални движења а ако учествуваат два или повеќе туристи заедно се зборува за групни туристички движења.

Индивидуалниот вид се карактеризира по тоа што учесниците во овие движења главно се возрасни стабилни и ли независни личности. Тоа значи дека радиусот на движење главно се возрасни стабилни и независни личности. Тоа значи дека радиусот на движење кај овој вид е доста голем, правецот на движење е нестабилен, како и времето на престој. Значи овој вид на туризам е доста динамичен, така што е својствен за врзување за простори во кои постои поголем број на туристички вредности.

Групните туристички движења се карактеристични по учеството на својот турист кои можат да имаат одредени сличности а можат и да бидат сосема различни. Групните туристички движења најчесто се организирани движења бо кои значајно место заземаат организациите на постедување. Бидејќи групните туристички движења овозможуваат поголеми материјални ефекти присутни се одредени стимулативни мерки кои го поттикнуваат нивниот развој.

Една од најмасовните групни видови на туризам претставува семејниот туризам, во кои се вклучуваат семејства различни по својат состав и големина.

8.7. ВИДОВИ НА ТУРИЗАМ СПОРЕД СОЦИАЛНИОТ СОСТАВ НА ТУРИСТИТЕ

Во туристичките движења се вклучуваат туристи до специфилни цовијални обележја. Според тој критериум можаат да се издвојат повеќе видови на туризам.

Ученичкиот туризам ги опфаќа учениците и студентите како учесници во овие движења. Со оглед на тоа дека овие социални категории најчесто се со релативно мали платажни можности овој туризам се карактеризира со ниска потрошувачка. Во рамките на туристичката понуда најчесто треба да се нагласени образовните и воспитните елементи. Студиските престои се насочени кон научните согледувања на вредностите на просторот. За ученичките и студентските движења значајно е да се истакне временската рамка во која се одвиваат така што најчесто добиваат епитет на феријални движења, со оглед на користењето на времето на феријалните одмори.

Работничките туристички движења озналуваат туристичко движје на вработените во непосредното производство, во потесна смисла, како и вработените воопшто во поширока смисла. Овој туризам се одвива во специализирани одмаралишта, што подразбира дека за вработените однапред е одредена туристичката понуда. Целта на овие движења е зголемување на продуктивноста на трудот, така што е заинтересиран работодавателот, работникот и општеството. Заради тоа општествените заедници одобруваат одредени средства за поттикнување на овој туризам.

Пензионерскиот туризам ја опфаќа пензионерската клиентела од сите категории. Должноста на престојот е карактеристика на овој вид. Во одвивањето на пензионерските туристички движења најчесто помош дава општествената заедница, бидејќи материјалните можности на пензионерите честопати се такви за оваа клиентела да се вклучи во туристичките текови. припадниците се базираат врз солидарна и хумана основа. Овие социални категории учествуваат и во комерцијалниот туризам и не се само социални облици на активност.

Монденскиот туризам е посебен вид на висококомерцијален туризам. Клиентелата која во негу учествува е со високи материјални можности и снобистички елементи. Неговиот развој подразбира висококвалитетна и ексклузивна понуда, беспрекорно ниво на услуги и адеквативни цени. Се разбира дека од овој туризам се очекуваат импозантни остварувања. Меѓутоа мора да се води сметка за осетливоста

на туристичката клиентела којашто учествува во монденскиот туризам и на време да се отстранат сите пропусти.

8.8. ВИДОВИ НА ТУРИЗАМ СПОРЕД ДОЛЖИНАТА НА ПРЕСТОЈОТ НА ТУРИСТИТЕ

Времетраењето на престој на туристите во туристичкиот простор е од големо значење за развојот на туризмот и за формирање на туристичка понуда. Во тие рамки лежи суштината на ваквата класификација, бидејќи од должината ја престојот во голема мерка зависи степенот на туристичката потрошувачка, видот на туристичката понуда степенот на искористеност и другите рецептивни капацитети, нивото на туристичката изграденост и искористеност на туристичкиот простор, начинот на пласман на туристичката понуда и др.

Стационарниот или постојаниот туризам е вид на туризам во кои туристите подоголтрајно се задржуваат во едно туристичко место.со оглед на тоа, развојот на овој вид туризам се темели врзрелативно голема потрошувачка од страна на туристите. Кон оваа намена треба да биде насочена изградбата на сместувачките капацитети и другите услужни објекти кои подолготрајн треба да е задоволуваат потребите на туристите. Содржината на престој треба да овозможи разбивање на монотонијата во одвивањето на туристичката активност.

Стационарниот туризам најчесто се врзува за рекреативни туристички вредности кои овозможуваат задоволување на рекреативната туристичката активност. Стационарниот туризам најчесто се врзува за рекреативни туристички вредности кои овозможуваат задоволување на рекреативните туристички вредности кои овозможуваат задоволување на рекреативната туристичка потреба во повеќедневен престој.

Екскурзивниот туризам подразбира таква туристичка активност во која постои цел за време на нејзиното траење да се посетат повеќе туристички метиви повеќе туристички места и простори. Тоа значи дека екскурзијата може да биде повеќедневна но престојот во поедини места најчесто се сведува на едно ил две ноќевања. Карактеристика на екскурзиите е однапред е да се планирани и организирани а побарувачката да е разновидна и стабилна. Екскурзиите можат да бидат од различен карактер за што понудата мора да води сметка. Најчест вид на екскурзии се ученичките екскурзии во чија програма се наоѓа воспитна и образовна компонента.

Транзитниот туризам ја опфаќа онаа клиентела во туристичкиот простор поминува стремејќи се кон други простори. Овие посетители се задржуваат поради различна причина како што се подолги или пократки одмори од патувањето,ноќевање, појадок или запознавање на туристичките вредности во географската средина. За задоволството на потребите на транзитните патници најчесто се градат сместувачки објекти во вид на мотели, други услужни објекти и информативни пункови во непосредна близина на транзитните патни објекти. Со развојот на транзитниот туризам се обезбедува активирање и на некои простори кои не се специфични по туристичките вредности. Меѓутоа времето на престој на патниците во транзит ќе биде толку подолго, колку што е ќе биденагласена туристичката вредност и колку што ќе биде присутна квалитативната понуда. Често заради изразити туристички вредности на околниот простор, транзитниот туризам може да поприми екскурзивни карактеристики.

Излетничкиот туризам е карактеристичен по изразито малиот радиус на движење и релативно кусиот престој. Излетите најчесто се организираат до блиски простори до местото на жувеење кои поседуваат определени туристички вредности. Освен тоа излетнички карактер можат да имаат и туристички движења како вид на содржина на туристичкиот престој. Овие излети се организираат за време на патувањето. Излетите можат да бидат полудневни но и како што го опфаќаат временскиот фонд за време на викендот и празниците. Овој вид на туризам се нарекува викенд-туризам.

Главно излетничкиот туризам се карактеризира со економска нестабилност и подложен е на временски промени, на психолошките, културните и организациските влијанија. На зголмување на радиусот на движење во излетничките движења од

големо влијание е осовременувањето на средствата за превоз што овозможува релативно кустиот временски интервал за престој најоптимано да се користи.

8.9. ВИДОВИ НА ТУРИЗАМ СПОРЕД ВИДОТ НА ПРЕВОЗНИТЕ СРЕДСТВА ШТО ГИ КОРИСТАТ ТУРИСТИТЕ

Меѓу туризмот и сообраќајот постои нераскинлива поврзаност. Од една страна туристичкиот развој не е можен без сообраќај а од друга страна туризмот во значителна мерка влијае врз сообраќајот. Бидејќи влијанието на туризмот е можне нагласено, сообраќајот му се приспособува на туризмот така што врз основа на видовите на транспорт се деференцираат адекватни видови на туризам.

Железничкиот туризам е карактеристичен по масовноста на превозот. За потребите на туристите воовите се приспособуваат така што во композицијата се внесуваат специални туростички паторамски вагони, коли за спиење, ресторан и салон-вагони. Специални возови за потребите на туристите агенциските возови имаат приспособено време на тргнување и пристигнување според организираната туристичка активност.

Мото-туризмот смаѓа меѓу најмасовните видови на туризам. Основна карактеристика на овој вид е еластичноста во одвивањето на туристичката кативност бидејќи овозможуваат посета на повеќе туристички локалитети и објекти за негов развој какви што се пумпите станици,автосервисите продавници на автоделови, паркиралиште автокампови како и други објекти потребни на автомобилизмот. Тоа значи дека во овој туризам освен општата туристичка потрошувачка постои и специфична која го следи моторизираниот патник. Поради можноста за чесна промена на престојот на овие туристи неопходно е да се води сметка за содржината на престојот како подолготрајно би се задржале. Должината на престој многу ќе зависи оф степенот на активноста на мотивкиот фонд и другите рецептивни фактори.

Воздухопловниот туризам се развива врз основа на коритењето на леталата за туристичко движење. Со оглед на бројот на туристите кој постојано се зголемува во светот, воздушниот сообраќај се приспособува на потребите на туристите. Авионскиот сообраќај обезбедува специални чартер летови за туристите. Чартер туризмот подразбира организиран вид на туризам, кој се предвидени услугите кои туристот ќе може да ги користи а најчесто опфаќа клиентела со високи платажни можности. Типичен пример на ваков вид туризам претставуваат таканаречените светски тури во авион, каде туристите со кратко задржување ја обиколува земјата (20, 105). Во рамките на воздухопловниот туризам се вбројуваат излети кои се организираат со помош на хелихоптерски сообраќај како и други видови летала.

Нудистичкиот туризам претставува вид на туризам во кој активноста се одвива со пловидбени објекти на водените површини. Тој опфаќа поморски и приморски активности како и активности што се одвиваат на езерските и речните овршини, со помош на пловилата

Развојот на нудистичкиот туризам не се базира само врз користење на пловилата туку и обезбедувањето на пловилата со прифаќање на текот на турстичката сезона и по неа, во посебни пристанишни докови. Осовременувањето на присаништата обезбедува прилив на материјални срдства на туристите, за време на престојувањето на пливилата што е исто така специфична понуда. За подобра организиранот на овој вид туризам се формираат јахтинг клубови кои водат сметка за карактеристиките на оваа понуда. Терминолошки овој вид фигурира како јахтинг туризам. Во нудистичкиот туризам главно се вклучуваат туристи со високи материјални можности, што зборува дека развојот на овој вид е од големо значење.

Од пловилата кои се користат како посебна туристичка атракција ваѓно место завзенаат сплаварењето, со што сплавот претставува и средство но и цел на овој вид активност. Сплаварењето се одвива на реките и помалите езера, на кои истотака се користат и други пловидбени средства, со чија помош се откриваат туристичките вредности на географската средина низ која се движат.

Користена литература:

1. Мариноски, Н. (2008), Основи на туристичка теорија и практика, ФТУ – Охрид,
2. Мицески Т. и Јаковлев З., (2014), Менаџмент во туризмот, Штип
3. Филип Котлер, Џон Т. Бовенс, Џејмс Ц. Макенс (2009) Маркетинг во хотелската индустрија и туризмот. Датапонс
4. Кристофер Хил, Мајкл Смит (2013) Меѓународните односи и Европската Унија. Ars Lamina
5. Џозеф Холден (2009) Вовед во физичка географија и околина. Табернакул
6. А. Џ. Вудсајд, Џ. И. Крауч, Џ. А. Мазанек, М. Оперман, М. Ј. Сакаи (2014) Потрошувачка психологија на туризмот, гостопримливоста и на забавните содржини. Ars Lamina
7. Виктор Т. Ч. Мидлтон, Алан Фајал, Мајкл Морган (2014) Маркетинг во патувањата и туризмот. Ars Lamina
8. Дерек Хол, Ајрин Киркпатрик, Мораг Мичел (2013) Рурален туризам и одржлив бизнис. Ars Lamina

Прилог:

Испитни прашања по Основи на туризам

1. Етимолошко значење на зборот туризам?
2. Потекло на зборот туризам?
3. Дефинирање на поимот туризам?
4. Како можат да се поделат дефинициите за туризам врз основа на научната општост и содржаност?
5. Номиналистички дефиниции?
6. Статистички дефиниции?
7. Економски дефиниции?
8. Универзални дефиниции?
9. Како гласи дефиницијата за туризам од W. Hunziker и K. Krapf
10. Дефинирање на поимот турист?
11. За кои личности се мисли дека се туристи, а за кои дека не се?
12. Теоретско значење на туризмот?
13. Практично значење на туризмот?
14. Од каква важност е информативноста во туризмот?
15. Фактори на туризмот?
16. Критериуми за дефинирање на факторите на туризмот?
17. Фактори на туризмот според значењето и улогата која ја имаат?
18. Фактори на туризмот според средината во која делуваат?
19. Фактори на туризмот во зависност од можностите за влијание на индивидуата?
20. Фактори на туризмот во зависност од просторната големина на влијанието?
21. Фактори на туризмот во зависност од трајноста на делување?
22. Фактори на туризмот во зависност од пазарниот карактер?
23. Фактори на туристичката побарувачка?
24. Фактори на туристичката понуда?
25. Фактори на туризмот во зависност од сферата на делување во туристичката активност?
26. Иницијативни фактори?
27. Комуникативни фактори?
28. Атрактивно – мотивациски фактори?
29. Природни туристички мотиви?
30. Антропогени туристички мотиви?
31. Рецептивни фактори?
32. Функции на туризмот?
33. Забавна функција?
34. Едукативна функција?
35. Социјална функција?
36. Културна функција?
37. Економски функции?
38. Видови на туризам?
39. Видови туризам според државната припадност на туристите?
40. Видови на туризам според бројот на туристите.

ТУРИСТИЧКА ГЕОГРАФИЈА

СОДРЖИНА:

ВОВЕД

I. ОПШТО ЗА ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧ

II. КРАТОК МАТЕРИЈАЛ ПО ТУРИСТИЧКА ГЕОГРАФИЈА ЗА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

СПИСОК НА ПЕЧАТЕНИ ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧИ ЗА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
ПРЕДЛОГ ПРАШАЊА ЗА ПОЛАГАЊЕ ЗА ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧ

ВОВЕД

Текстот за Туристичка географија го презентираме во значително оптимален обем. Имено, туристичката географија како научна дисциплина ги проучува сложените односи меѓу просторот и туризмот, меѓутоа, согласно целта на стручниот испит, нашиот текст дава селективно и таксативно наведени информации за поразвиените туристичко - географски простори, кои во најголем број се посетувани од туристите.

Проценуваме дека кандидати кои сакаат да се здобијат со уверение - за туристички водич ќе стекнат основни знаења за туризмот во нашата држава, и тоа за познатите туристички места, центри и региони.

Согласно тоа, на кандидатите му препорачуваме, доколку сакаат да станат вредни и ценети туристички водичи, потребна им е континуирана самоедукација преку проучување и консултирање на повеќе печатени и електронски извори и изданија.

I. ОПШТО ЗА ТУРИСТИЧКИОТ ВОДИЧ

Туристички водич е професија карактеристична исклучиво за туризмот, а во последно време е една од најинтересните дејности за младите луѓе. Денес не е можно да се реализира организирано туристичко патување без ангажирање на туристички водич. Туристичкиот водич е лицето кој ја поврзува туристичката група од една, со организаторот на патувањето, и другите даватели на услуги во туризмот од друга страна.

Туристичкиот водич (национален, регионален и локален) е единствена личност со кои туристите први стапуваат во контакт. Оттука, задачата и суштината на професијата туристички водич е голема, бидејќи тој ја претставува дестинацијата (држава, регион, локалитет и сл.) на гостите и врз основа на неговото знаење, однесување и претставување, туристите ќе стекнат впечаток (позитивен или негативен) кој ќе го понесат од патувањето.

Туристичкиот водич, за квалитетна работа, покрај сеопфатно познавање за природните и културните ресурси, мора да владее и специфични вештини и техники на водење на група.

Туристичкиот водич, покрај стручната професионална пракса мора постојано да се усовршува, да се информира, да се надградува со општо и стручно образование, да прати стручна литература, печатени и електронски медиуми, да се подготвува за најдобри и да трага нови маршрути, да применува нови технички помагала за водење групи, итн.

Технички карактеристики, типови тури и начин на работа на туристичкиот водич

Една од најважните задачи на туристичките водичи е давањето информации и нивната интерпретација на туристите.

Прашање: Од каде добиваме информации ?

Постојат различни извори од кои туристичките водичи добиваат неопходни информации за своите прашања и тоа од: разни книги, монографии, книги туристички водичи, енциклопедии, мапи, памфлети, флаери, весници, интернет (веб страници, социјални мрежи и сл.), телевизија, филмови, брошури, искуства од лични патувања, искуства од патувања на други лица и др.

Начин на чување на информациите и советите важни за туристичките водичи, се: водење белешки, чување во компјутерски фајлови – папки, водење на лична референтна библиотека, изработка на лични водичи, карти со податоци за рутите, местата, локалитетите, темите за патувањата, информации за лица, објекти, институции за контакт и сл.

Фази на патувањето: организација, припрема/подготовка, планирање, реализација, заклучок.

Прашање: Што треба да направиме ?

Претходно – ден / неколку дена пред патување/екскурзија

Фазата организација е во зависност од видот – типот на турата, форматот, барањата, програмата, но и додатна, во зависност од

- Видот – турата: патување до познати туристички места, центри, локалитети, објекти, настани, патување со автобус, авион, воз, брод и сл.
- Форматот на патувањето: еднодневно, повеќе дневно, викенд, празнично, годишен одмор и сл.
- Барањата: основни, услуги на превоз, сместување, исхрана, факултативни
- Програмата: разгледување на град, природни, културни, историски, манифестации, настани и др.
- Додатна: користење на спортски терени, опрема, носење на багаж, грижа - чување на деца, миленичиња и сл.
- Како и кој го ангажира: Туристичка агенција, Хотел и сл., и во колкав обем или формат ќе биде ангажиран туристичкиот водич (еднодневно / повеќедневно, во вид на екскурзија, само логистика, флексибилно и сл.).

Во фазата припрема или подготовка влегува правење план за патување и решавање на технички проблеми ако се јават за време на турата. Типови на проблеми можат да бидат:

- со превозот - автобусот (каснење, расипување, немање микрофон, затворени делови, сообраќајна несреќа, пропуштен авион / брод и сл.),
- проблем со хотелот / ресторанот (прескап, жалби, лоша услуга, кражба, специјални барања за храна и сл.),
- проблеми со патниците (изгубен багаж, пасош, патник, несреќа, болест или смрт),
- проблеми со туроператорот (дупло букирање, проблем со работниците, затворени атракции – музеи, немање ваучери, слаба комуникацијата и сл.),
- лични проблеми (злоставување, судир со возачот, жалби на возачот, болест и сл.).

Напомена: Во поголем број од погоре наведените проблеми решението мора да го бараме во трите чекори за кои мора да водиме сметка, а тоа се:

1. Предвидување на можните проблеми, доаѓање порано, контактирање по телефон претходно со возачот и планирање на местата за застанување, проверување на сместувањето, имање на листа на значајни телефонски броеви кај себе и др.
2. Решавање брзо, смилено, дискретно, ублажување на кризата, контактирање и консултирање со релевантни и одговорни лица, консултирање со операторот.
3. Известување на операторот писмено или усмено, агенцијата, хотелот, за добрите и лошите случки, и наведување на местата, имињата, времето на истите, како превентива за идните ангажмани.

Во фазата планирање на патувањето. Важно за водичот е да има одговор за основните карактеристиките на целната група, односно на следните прашања:

- Кои се гостите ?, Од каде се ?, Зошто патуваат ?, Што ги интересира ?, Колку долго остануваат ?, Каде патуваат ?, Колку се на број ? и сл.

Исто така, водичот треба да има одговор и на овие прашања:

- Тајминг на групата ?, Место на тргнување ?, Временски период на патување ?
Растојание и маршрута на патување ? Места кои треба да се посетат ?, Теми за објаснување ?, и сл.

Водичот треба да биде подготвен и за овие работи: Обезбедување информација за храна, пијалак, планирање на пауза, контакти, ваучери, мапи, осигурување, носење на лична опрема на водичот (облека, реквизити, техника – трансмитер, смарт телефон, фотоапарат, мала аптека и сл.).

Во фазата реализација – патување: Секогаш посакајте „Добројдовте“, воспоставите добар однос и авторитет, Објаснете им го планот и придржувајте се до планот, правилно информирајте, покажете грижа за сигурност на групата, дадете насоки за цените на разни услуги (храна, пијалаци, сувенири, книги, мапи, WC и сл.), оставете простор за прашања и др. Од време на време правете фотографии со групата. На крајот побарајте да прокоментираат за впечатоците и услугата.

Во фазата заклучок. Напишете извештај за себе и за Вашиот оператор (Туристичка агенција, Хотел и сл.). Преслушајте се себе и своите впечатоци. Направете самоевалуација и размислете за тоа што треба да се промени.





Слика 1-5. Опрема за комуникација со туристите: микрофон, портабл, смарт телефон, знаменце

Водење на автобуска тура:

Пред турата: Потврдете го името на компанијата превозник, регистарски број на автобусот, неговата големина, боја. Потврдете го името на возачот и неговиот број на телефон. Запознајте се со рутата и алтернативната рута. Треба да ги знаете местата за паркирање и др.

На местото пред поаѓање на турата: Лоцирајте го автобусот. Запишете го или запомнете го името на превозникот, број на автобусот, бојата на автобусот. Претставете се на возачот. Запомнете го бројот на патници. Пронајдете го микрофонот. Заземете го местото за водичот со пристапот за микрофон и сл. Испробајте го микрофонот (користете дезинфекционо средство/влажни марамчиња и избришете го пред користење). Зборувајте со возачот за рутата, логистика/времето определено за патувањето, гориво, сервис, и сл. Поздравете ја групата додека се сместуваат во автобусот. Ако треба соберете ги картите, проверете ги имињата и незаборавајте да ги изброите патниците – туристите.

Техника на водење во автобусот: ***Позиционирањето*** заради Ваша безбедност



секогаш да биде со седење но, свртени кон напред. Трудете се често да се свртувате за да воспоставите контакт со поглед и забележување на интересот и удобноста на групата. Немојте да стоите додека автобусот се движи.

Слика 6. Најбезбедно позиционирање на туристичкиот водич во автобус

Користење на микрофонот Зборувајте гласно. Користете го Вашиот нормален глас –

јачина и тон. Реакција за лошо водење со микрофонот најчесто е слабо се слуша, звукот да се зголеми или намали. Микрофонот треба да се потпира или да биде во близина на брадата, односно блиску до устата, и доколку треба да се движи главата лево – десно тоа да биде заедно со наведената положба на микрофонот до брадата.

Временско планирање на приказната – објаснувањата. Секогаш мислите понапред и припремете ги патниците за туристичкото место кон кое се приближувате или нешто што следи. Секогаш покажувајте го тоа што сите патници можат да го видат. Тоа покажува дека ја знаете рутата и она што на неа се наоѓа. Тоа што поминало, а сте го заборавиле да го споменете, не треба ни да споменувате. Никогаш немојте да велите „Само што го поминавме...“ !

Припрема за локалитет. Непосредно пред излегување од автобус и припрема за посета на локалитет / место и сл., патниците – туристите треба да се опоменат да не забораваат во автобусот нешто што им е потребно, како и за логистиката и должината -

времето на посетата. Кажете им на групата каде се наоѓаат и каде ќе биде автобусот. Потсетете ги како изгледа автобусот и советувајте ги да го барат возачот, се разбира доколку е потребно. Објаснете на групата што можат да остават во автобусот а што треба да понесат со себе. Информирајте ја групата за локација на WC, места за одмор, вода за пиење, освежување, информација за менувачница, купување на сувенири, книги - брошури, книги за водичи, мапи и сл. Информирајте ги за мерки за безбедност, претпазливост од кражби, совети за правилно користење на фотоапарати, камери, детектори за метал при влез во згради и слично.

Заклучок на турата. По реализација на посетата на локалитетот, јавно да се заблагодарите на возачот. Информирајте ја групата за активностите кои им следат, се разбира доколку повеќе време сте со групата. Посакајте им убав престој на групата во местото / регионот / државата. Замолете ги сите патници пред да излезат од автобусот да проверат над и под седиштата да не забораваат свои работи. По излегувањето на патниците, помогнете му на возачот при проверка на автобусот.

Водење на пешачка тура во населено место

Пред почеток на турата. Изберете погодна точка за собирање, пример: „Пред познат споменик“, „Под часовникот“, „Пред музејот“, „Пред фонтана“ и сл. Доколку врне обезбедите заклон или користете чадор/и. Облечете нешто лесно воочливо. Носете чадор, знаменце или сл. како знак за препознавање. Соберете ја групата и пребројте ги. Заедно со групата немојте да го блокирате патот на другите пешаци кои поминуваат. Ако групата доаѓа со автобус: оставете доволно време сите патници да слезат од автобус и стигнат во Вас, и потоа почнете да зборувате. Прво, претставете се. Воспоставете протокол, дека групата секогаш да биде зад водичот, дека знак за препознавање ќе биде „овој чадор или ова знаменце“ кој/е ќе биде секогаш високо кренат/о. Доколку имате техника – трансмитер/и (со снимени Ваши објаснувања или преку нив во живо ќе објаснувате на групата), разделете ги на групата и објаснете го начинот на користење. Проценете ја физичката можност на групата (пол, возраст, состав – деца, ученици, студенти, пензионер, мешан состав и сл.). Непосредно пред тргнување на кратко опишете ја рутата. Дадете инструкции што да прават ако се изгуби некој член од групата, ако некој од групата сака да ја напушти турата порано (дека треба да го информира водичот) и сл. Објаснете правила/закони на однесување/менување на пари/, каде има WC, каде ќе биде местото за одмор и сл. Земете ги во предвид сигурносните мерки (од групата да не се одделува никој без знаење на водичот, внимание од кражби, правила на движење, преминување на семафор и сл.).

Техника на водење на пешачки тури:

Клучни теми: Добро подгответе ги Вашите објаснувања, но може да објаснувате и други работи што ги интересира групата, пр.: птици, дрвја, одредени згради и други интересни активности. **Никогаш не зборувајте додека одите. Никогаш не одете наназад додека зборувате.**

Темпото на одење да биде многу брзо или бавно, усогласете го според возраста и физичката способност на групата. Постојано проверувајте ја кондицијата на групата. Темпото да одговара на најспорниот член од групата. Држете го на око последниот член. Секогаш кога застанувате почекајте го последниот од групата и започнете со објаснување.

Позиционирање: изберете место за застанување доволно големо за да ја собере целата група. Почекајте цела група да се собере. Сите членови од групата да бидат пред Вас, никој да нема зад Вашиот грб. Проверете групата на не го блокира патот на пешаците или влезот во некоја објект. Доколку има и други групи со водичи, тогаш свртете се со грб на другите групи, или заземете оптимално растојание заради акустични предности. Прецизно и течно објаснувајте и укажете на покажувањето пример: „десно од дрвото, или на линија на хоризонтот, или во висина на зградата,...“ Не дозволувајте само да се фотографира, прво Вие објаснете, па потоа дадете време за фотографирање. **Заклучок на турата:** Лоцирајте ја групата. Доколку давате

слободно време. Припремете ја за следната дестинација и дадете неопходни информации, колку време се слободни и местото за повторна средба. Кажете прикладен поздрав и благодарност.



Слика 7 и 8. Водење и позиционирање на туристичкиот водич во туристичката група



Слика 8 и 9. Водење и позиционирање на туристичкиот групи на група во град
Водење на тура во локалитет / музеј / галерија и сл.

На локалитетот дојдете пред почеток на турата. Дојдете порано (ако треба гостите - туристите да ги пречекате пред локалитетот / музејот / галеријата) и претставете се на лицата задолжени за локалитетот / музејот / галеријата и сл. Со доаѓањето на гостите поздравете ги и претставете се, и накратко опишете ја турата или тоа што ќе се посети, види и сл. Доколку сте заедно со гостите – туристите, тогаш непосредно пред влегување во локалитетот / музејот / галеријата претставете се на лицата задолжени за објектот, а потоа накратко опиштете ја турата или тоа што ќе се посети, види и сл. Пожелно е да дадете инструкции за времето на посетата или разгледувањето. Лоцирајте каде има WC или сувенирница, продавница и сл. Потсетете и напоменете да не ги допираат предметите, објектите, правилото за фотографирање и сл. Нагласете за историјата на објектот, локалитетот, колекцијата и сл. Дадете информација и за архитектурата на објектот/тите и др.

Пред да почнете со објаснување, соберете ја групата, во агол од 45 степени застанете од една страна на објектот. Никогаш не го блокирајте погледот на објектот. Секогаш зборувајте свртени кон групата. Точно лоцирајте ги малите и важните објекти. Не го блокирајте патот на другите посетители. Заклучокот од турата да биде дополнет со рекламирање на комерцијални елементи – продавница, сувенирница, кафетерија и др.



Слика 10, 11 и 12. Позиционирање на туристичкиот водич во група



Слика 13. Позиционирање на туристичкиот водич на група во музеј

Водење на тура по религиозен објект или локалитет

За водење групи по религиозен објект или локалитет водичот мора посебно да се подготви. Да прочита за религијата и религиозниот објект. За посета на овие објекти има посебни барања и филозофија за различните религии. Водичот мора да има на ум дека тој/таа дека групата која ја води на местото треба да има почитување кон истото, како и посебно однесување кон оние кои се молат или клањаат. Пред посетата треба ра го проверите работното време, односно времето кога е дозволена посета во објектот. Односно, треба да го знаете времето за служба и дали има некакви дополнителни служби, погребни, венчање, крштевање и сл., како и дали посетителите – туристите треба да бидат прикладно облечени за време на посетата (носење шамии, фустани, посебни чевли, посење или вадење на капи, марами, соблекување на чевли, миење раце/нозе и сл. Исто така, треба да проверите дали е дозволено фотографирање, дозволено палење свеќи, користење на разни предмети, купување на сувенири, книги и сл.

На гостите – туристи на кратко објаснете за развојот на религијата и нејзиното значење денес, потоа објаснете за историјата на објектот (црквата, манастирот, џамијата, синагогата и сл.). Објаснете ги релевантните правила и барања, и упаствата за прифатливо и неприфатливо. Објаснете го верувањето, обичаите и традицијата и др. На групата зборувајте доволно гласно за да ве чуе, без да го нарушувате мирот во храмот – објектот.

Водење на тура во планина / природен локалитет

Водењето на тури во планина и природен локалитет (висок врв, видиковец, водопад, река, извор, пештера, вулкан, пустина, камени фигури и сл.) не е едноставна работа. Пред поаѓање, водичот за ваквите тури потребна е посебна да се подготви. Имено, водичот, треба претходно да го посети теренот и добро да го познава објектот, планината и природниот локалитет. Потоа, мора со себе да понеси доволно опрема за лична и безбедност на другите (опрема за прва помош, лична аптека, инструмент за навигација, комуникација, да има мапа/и и сл.). Групата треба да биде цело време до водичот, никој од групата да не се одалечува, на групата треба да и се назначи да бидат претпазливи (каде газат, да не ја уништуваат природата, со себе да ги понесат отпадоците и др.). На групата да и се нагласи дека секој треба да има соодветна облека (капа, ранец, наочари за сонце, доволно храна, вода, пијалок за освежување, а доколку имаат можност да ностат и инструменти за навигација и комуникација - телефон, двоглед, ГПС и слично.



Слика 14 и 15. Позиционирање на туристичкиот водич на група во природа

II. КРАТОК МАТЕРИЈАЛ ПО ТУРИСТИЧКА ГЕОГРАФИЈА ЗА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

1. Појава и развој на туризмот до Втората светска војна
2. Развој на туризмот по Втората светска војна

1. Појава и развој на туризмот до Втората светска војна

- **ПРЕДТУРИСТИЧКИ ИЛИ ПРОТОТУРИСТИЧКИ ПЕРИОД.** Три подпериоди или фази: античка, средновековна и османлиска.
- **Античка фаза/период** – Постојат податоци за постоење на попатни станици во југозападниот дел од Македонија или на патот Виа Егнација. На овој патен правец во делот на РМ биле поредени следните градови и попатни станици: Лихнид – Бруцида – Скиртијана – Кастра – Хераклеја Линкестис. Најчесто во попатните станици застанувале патници, трговци и војници. Покрај попатните станици, од поголем број луѓе биле посетувани и храмовите и термите – бањи.
- Прва географска карта во која се наведени повеќе географски обележја (градови, езера, реки, планини) за Македонија е **Табула Појтингерова**, карта која е нацртана во IV век, а прецртана во XIII век, и во која се внесени Охридско Езеро со Охрид-Лихнидос, Скопје-Скупи, Куманово – Акуае, Стоби, Штип - Астибо, Ресен - Никиа, Антигона, Стенас, Идомениа, Тауриана, Битола-Хераклеја Линкестис, Вилазора, река Аксиос - Вардар, Катлановска бања, главни патни правци и друго.
На оваа карта е прикажано Римското Царство, и првобитно се мислело дека е воена карта, меѓутоа според податоците што се внесени на неа и нејзиниот

специфичен облик (во вид на свиток во должина од 6,83 метри и широчина од 34 сантиметри), јасно укажуваат дека таа всушност е „итинерарум пиктум“ или „туристичка карта – водич“ наменета за куририте, трговците и другите патници – намерници кои повеќе ги интересирале станиците за одмор, отколку географските обележја, главните градови или населбите.

Имено, според симболите во Табула Појтенгеријана, покрај обележени патишта, градови (комерцијални, административни, воен центри), реки, езера, планини, острови, изобилува и со други обележја на бањи, дворци, палати, цртежи на храмови, споменици, обележани растојанија и слично.

Од Драч преку Охрид и Битола до Солун, со запрежни коли со просечно поминување по 20 км на ден, се патувало 10 дена, а до Константинопол уште 10 дена, значи од Драч до Константинопол се патувало 20 дена.

- **Средновековна фаза/период.** Дел од ваквиот активен живот продолжил во раниот и доцниот среден век кога доминира христијанството, и кога се градат нови храмови - цркви и населби со нови содржини и функции. Во тој период постоеле еден вид попатни станици слични на ановите во античкиот и средновековниот период а за тоа ни кажуваат записите на византискиот историчар Прокоп, кој забележал дека императорот – царот Јустинијан укинал голем број од попатните станици во кои имало коњи и заради економичност ги заменил и вовел попатни станици со магариња во повеќе покраини во царството.
- Во тој период, за развојот на угостителството придонесла и поштата. Во прво време усните и писмените информации ги пренесувале гласници, кои јавале на коњи. Гласниците своите коњи морале да ги заменуваат на одредени места каде гласниците и патниците се хранеле и одморале за да го продолжат патот. Подоцна поштата се пренесувала со коли, за чии потреби исто така биле нужни попатни постојки за одмор и исхрана, кои всушност претставувале еден вид гостилници.
- **Османлиска фаза/период (1395-1912):** анови – попатни, селски и градски, вкупно околу 500 анови и каравансараи во текот на 19-ти и почеток на 20-ти век.
- Први странски туристички водичи (печатени во 1840, 1845, 1854, 1872, 1883, 1900 итн) во кои се споменуваат патни рути - патување и престој во македонските градови.
- Познати патеписци кои оставиле описи за градовите а корисни за туризмот и угостителството се Евлија Челеби (1660-1668 г.), Ами Буе (1836-1838), Аугуст Гризебарх (1839), Јозеф Милер (1843), Едвард Лир (1848), Едмунд Спенсер (1850), Едвард Мани (1856), Хенрих Барт (1862) и други. Сите овие, патеписци, биле придружници од водичи (со денешна терминологија, тие биле туристички водичи), бидејќи го знаеле патот, околината и биле познати лица не само на власта, туку и на многу лица во други населени места, што значи за различни цели често патувале.
- Спомнување на први хотели: во Битола (1843, име непознато, пред 1890 „хотел Де Л Ориент“, 1893 хотел „Београд“), Скопје (1878 „Европа“ и 1887 „Турати“ - Слобода), Велес (1888, име непознато), Охрид (1901, „Хотел де Салоник“), Гевгелија (1901, хотел „Отомане“) Негорци (1903, ноќевалиште), Штип (1912, „Гранд хотел“), Дојран (1912, „Шопов хотел“). До 1912 година бројот на сместувачки капацитети изнесувал 19 од кои 18 хотели и 1 ноќевалиште. Од 1912-1918 година се појавуваат уште 4 хотели. Така, во периодот од 1843 до 1918 година на просторот од РМ имало 23 објекти за сместување на гости, од кои 22 хотели и 1 ноќевалиште.
- Први регистрирани меани во РМ се споменуваат во 15-ти век, а први ресторани во средина на 19-ти век.
- **ТУРИСТИЧКИ ПЕРИОД**

- Детски одморалишта 1925 и 1926 година на Пелистер и Крушево биле први објекти за колективно сместување, претходница на туризмот.
- Планинарски друштва, во Прилеп - ПД „Златоврв“, 1924 г., а подоцна и ПД „Козјак“ - Прилеп; во Тетово ПД „Љуботен“ 1925 г.; во Битола први обиди за ПД „Пелагонија“ во 1926 и 1931 г. „Јужни Езера“ па „Пелистер“; во Кичево ПД „Бистра“ и т.н.
- Првата организирана туристичка дејност се појавува во Скопје во 1927 г. – основано прво туристичко друштво „ЈУГ,,
- Во 1930 г. бил основан Советодавен одбор за развој на туризмот
- Отворање на филијала на „Путник“ и билетарница, за туристичка пропаганда
- Сојуз на туристички друштва и станала член на Планинарското друштво на Југославија
- Основање на повеќе туристички друштва: Тетово „Шар Планина,,; Охрид „Билјана,, ; Битола „Јужни езера,, и ПД „Пелистер,, ; Крушево „Корија,, ; во Штип „Брегалница,, како и помали секции во Куманово, Кочани, Прилеп и Велес
- Изградба на планински домови
 - Прв изграден на Љуботен во 1930 год.
 - Во 1931 г. дом на Кајмакчалан и на Попова Шапка
 - Во 1937 г. во Маврово
 - Во 1938 г. на Матка
 - Во 1938 г. на Пелистер, 2 дома „Бегова Чешма“ и „Копанки“
- Изградба на детски одморалишта
 - Во 1925 г. на Пелистер - „Штампаревац,,
 - Во 1926 г. во Крушево - „Шула Мина,,
- Изградба на хотели (крајот на 20-тите и почетокот на 30-тите години, вкупно над 160)
 - Најмногу во Скопје (56), Битола (25), Штип (12), Охрид (8) и други градови
- Отпечатени туристички водичи
 - На Скопје, Охрид
- Туристички промет
 - Во 1938 г. во Македонија престојувале 67.060 домашни туристи (од кои 5.428 странски), со остварени 165.178 ноќевања
 - Во 1940 г. во Македонија имало вкупно 910 кревети
 - Најпосетени биле: Охрид, Струга, Крушево, Скопје, Катлановска Бања и др.

2. Развој на туризмот по Втората светска војна

□ ТРИ ПЕРИОДИ

2.1. Административен период

- од 1945 до 1952 година; главно домашен туризам

- Царина, Отешево, Охрид („Орце Николов“). Сите одморалишта биле од затворен карактер

2.2. Период на работничко самоуправување

- од 1953 до 1990 година

- Одморалишта и хотели во Царина, Отешево, Охрид, Струга, Дојран, Претор, Асамати, Крани, Маврово и на други места.

- во 1960 г. 302.122 туристи, 868.627 ноќевања, 1,6 дена просечен престој

- во 1970 г. 465.450 туристи, 1.281.891 ноќевања.

- домашен и странски туризам

- интензивна градба на хотели и работнички одморалишта

- вложување на големи финансиски средства

- во 1980 г. 970.387 туристи, 3.081.371 ноќевања

- во 1987 г. 1.183.160 туристи, 3.978.028 ноќевања, со просек од 3,3 дена,

- во 1990 г. 974.537 туристи, 3.099.508 ноќевања, 3,2 дена, со 30 милиони УСА \$

2.3. Период на пазарно стопанисување

- од 1991 година па наваму

- во 1991 г. 710.278 туристи, 2.740.484 ноќевања

- во 1997 г. 451.871 туристи, 1.587.146 ноќевања,

- трансформација на приватни претпријатија, хотели и сл.

- приватни туристички агенции, здружение АТАМ, ХОТАМ и др.

- во 2000 г. 632.523 туристи, 2.434.639 ноќ., 3,8 дена, со 40.мил. УСА \$

- во 2004 г. 465.015 туристи, 1.865.434 ноќевања, со 110.000.000 УСА \$

- во 2008 г. 605.320 туристи, 2.235.520 ноќевање, со 167.000.000 УСА \$,

- во 2010 г. 586.000 туристи, 2.020.217 ноќевања, со 250.000.000 УСА

- во 2015 г. 816.067 туристи, 2.394.205 ноќевања со 350.000.000 УСА \$

- во 2016 г. 856.843 туристи, 2.461.160 ноќевања со 400.000.000 УСА \$

- во 2015 година во РМ има 555 објекти за сместување (хотели, хостели, преноќишта, мотели, одморалишта, планински домови, рурални вили, куќи и сл.) со над 70.000 легла. Во РМ во 2015 г. има над 11.000 угостителски објекти. Во РМ во 2015 година има 265 хотели, од кои 16 се со 5* (свезди), 65 со 4*, потоа 81 со 3*, 60 со 2*, и 41 со 1* (свезда). Најмногу од хотелите се во Скопје (87), Охрид (46), Струга (19), Битола (18), Дојран (9), Тетово-Попова Шапка (8), Гевгелија (7), Прилеп (5), Штип (5) и т.н.

ЕЛЕМЕНТИ, ОБЛИЦИ И ФАКТОРИ И ТУРИСТИЧКИТЕ ДВИЖЕЊА

1. Туристичко – географска положба на РМ
2. Функционални белези на туристичката положба

1. ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКА ПОЛОЖБА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

- Територија
- Граници и гранични премини
- Јужноевропска туристичка - географска положба
- Балканско туристичко - географска положба
- Туристичко – географска положба според главните туристички правци
- Туристичко – географска положба спрема емитивните простори
- Туристичко – географска положба според главните конкурентни туристички региони и земји
- Туристичко – географска положба спрема соседните држави и нивните туристички вредности и
- Функционални белези на туристичко – географска положба

ТЕРИТОРИЈА

- Површина 25.713 км², 2.022.547 жители,
- Географски места и координати: Маркова Нога 40°51'с.г.ш., Аниште 42°22'с.г.ш. разлика од 1°31' г.ш. Кестенар 20°27'и.г.д., Ченгино Кале 23°05'и.г.д. разлика од 2°45' г.д., во минути 7'30" релативно локално време
- Мошне специфична средина населена од предисторија
- Државно - територијална форма во VII век пр.н.е.
- Најголем подем за време на Филип II и Александар III, во IV век пр.н.е.
- Во II век пр.н.е. подпаѓа под Римска власт
- Во VI век започнува процес на словенска колонизација
- Македонија во состав на бугарската држава 893-969 г.
- Самоилово царство од 969-1018 година
- Македонија под Византиска власт XI век
- Навлегување на Норманите, крстоносците во XI век
- Српска власт во Македонија од 1282 до 1371 г.
- Период на вазалство 1371 до 1395 г. период на Марко Крале и други

- Турска власт од 1395 до 1912 година (517 г.)
- Балкански војни 1912-1913 и Првата светска војна 1914-1918 г.
- Од 1918 до 1941 г. Во состав на СХС или Кралство Југославија
- Втора светска војна 1941-1944 г.
- Во состав на СФРЈ од 1945-1990 г.
- Од 1991 година Независна РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

ГРАНИЦИ И ГРАНИЧНИ ПРЕМИНИ

- Отворени и добропристапни копнени, езерски и речни граници
- Вкупна должина 850 км од тоа: 786 км сувоземни, 48 км езерски и 16 км речни
- Р.Србија, Р.Косово, Р.Бугарија, Р.Грција, Р.Албанија
- Србија=102 км; Косово 179 км; Бугарија=165 км; Грција=262 км; Албанија=191 км
- Р.Албанија, од кота 2105 м. на Кораб... до островот Голем Град - тромеѓе
- Р.Албанија, гранични премини: Стење, Свети Наум, Кафа Сан и Блато, планирано и во изградба Лесково-Клење.
- Р.Грција, од островот Голем Град ... до кота Тумба (1880м.) - тромеѓе
- Р.Грција, гранични премини: Меџитлија, Богородица и Стар Дојран (Коприва, Маркова Нога, планирани за изградба)
- Р.Бугарија, од кота Тумба ... до врвот Коприва (1315 м.) - тромеѓе
- Р.Бугарија, гранични премини: Ново Село, Делчево и Деве Баир, во изградба Клепало и Пехчево.
- Р.Србија, од врвот Коприва (1315 м.) до кота 2105 м. на Кораб – тромеѓе
- Р.Србија, гранични премини: Пелинце, Сопот, Табановце, во изградба Трговиште-Луке.
- Р.Косово, од врвот Шерупа (2092 м.) на Кораб до Копиљача (1490 м.) на Скопска Црна Гора.
- Р.Косово, гранични премини: Блаце, Волково и Јажинце, во изградба Гора-Растелица.
- Аеродромите како гранични премини: Александар Велики и Охрид

ЈУЖНОЕВРОПСКА ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКА ПОЛОЖБА

- Македонија е европска земја, јужноевропска и балканска
- Значајни патни, железнички и авио правци
- Близина на Средоземно Море, Мала Азија, Африка
- Блиски мориња: Егејско Море = 80 км.; Јонско Море 110 км
- Континентална земја, со право на слободна поморска зона (во Солун, Драч и Бургас)

БАЛКАНСКО ТУРИСТИЧКО-ГЕОГРАФСКА ПОЛОЖБА

- РМ се наоѓа на Балкански Полуостров = балканска
- Бројни патишта, антропогени творби и цивилизации
- Големи движења на народите; Европа-Азија-Африка
- Крстосница на бројни патни насоки
- Вардарска долина, Моравска долина, Долината на Лепенец, Црни Дрим, Охридско-струшка Котлина, Пелагонија, Струмичка Котлина
- Стари патни правци: Виа Егнација, Виа Милитарис и други споредни
- Важни сообраќајни патни правци Е-75 од Хелсинки до Мала Азија, К-10 од Салцбург до Атина, Е-65 од Драч до Бургас, К-8 од Бари до Бургас; М1, М2, М3, М4, М5, М6

ПОЛОЖБА СПРЕМА ГЛАВНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ПРАВЦИ

- Преплетување на патишта од локално, регионално, национално, интернационално-меѓународно значење

- Туристички движења на туристи од Западна, Средна и Северна Европа кон Средоземјето, Африка и Мала Азија, но и обратно
- Според бројот на посетители и нивната структура три главни правци на туристичките движења: западномедитерански, централномедитерански и источномедитерански
- ЗАПАДНОМЕДИТЕРАНСКИ: кон француско, шпанско и западномедитеранските острови (неповолна за РМ)
- ЦЕНТРАЛНОМЕДИТЕРАНСКИ: преку Алпите кон Апенинскиот Полуостров-Италија (доста близу до РМ)
- ИСТОЧНОМЕДИТЕРАНСКИ: од Северна, Западна, Средна и Источна Европа кон Јадранско, Јонско, Егејско и Црно Море; околу 10 мил. Туристи (поминува и низ РМ)

ПОЛОЖБА СПРЕМА ГЛАВНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ЕМИТИВНИ ПРОСТОРНИ ЗЕМЈИ И СПРЕМА КОНКУРЕНТНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ЗЕМЈИ

- Најсилни туристички емитивни земји во светот се: САД, Јапонија, Германија, Франција, Велика Британија, Италија и Канада
- Туристичко-географската положба на РМ спрема САД, Канада и Јапонија е доста неповолна
- Туристичко-географската положба спрема Германија, Франција, Велика Британија и Италија е поповолна
- Во меѓународниот туристички промет во РМ, европските туристи учествуваат со 99%, а со 1% од воневропските земји
- Значајна посета на туристи од Холандија, Белгија, Данска, Швајцарија, Австрија
- Помалку поповолна туристичка положба спрема Чешка, Словачка, Унгарија, Полска, Романија, Русија, Украина, Белорусија
- Најповолна туристичка положба спрема соседните земји: Србија, Бугарија, Грција, Албанија и Косово.
- Туристичка положба спрема конкурентните туристички земји: блиску до главните туристички правци, емитивни простори-алпи и медитеранот, најголем број од споменатите земји се членки на ЕУ, отворени граници без визи, соседите излегуваат на море, имаат релативно добра комуникација...

2. ФУНКЦИОНАЛНИ БЕЛЕЗИ НА ТУРИСТИЧКАТА ПОЛОЖБА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

- *Транзитивност, контактност и поливалентност*
- ТРАНЗИТИВНОСТ
 - Централен дел на Балканскиот Полуостров
 - Транзитен правец север-југ (Европа, Азија, Африка; копно-вода)
 - Транзитен правец исток-запад (Источна Европа-Италија; копновода)
 - Недоволна инфраструктурна изграденост
 - Транзитна положба на регионалнитет и локалните туристички движења
- КОНТАКТНОСТ
 - Централна позиција на Балканскиот Полуостров
 - Соединување на бројни етнички, социјални, културни и религиски колективитети
- ПОЛИВАЛЕНТНОСТ
 - Поливалентност на туристичко-географската положба
 - Близина на Јадранско, Јонско, Егејско, Мраморно и Црно Море
 - Бројни континентални вредности
 - Поливалентни природни и антропогени форми
 - Бројни котлини, клисури, кањони, високи планини, пештери, глацијални форми, бројни езера, реки, бањи, климатски влијанија, интересни пејсажи,

богато културно-историско наследство, етнографски вредности бројни манифестации и сл.

1. ПРИРОДНИ И АНТРОПОГЕНИ ТУРИСТИЧКИ МОТИВИ

□ ПРИРОДНИ ТУРИСТИЧКИ ФАКТОРИ И МОТИВСКИ ВРЕДНОСТИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

- Геоморфолошки туристички вредности
- Климатски туристички вредности
- Хидрографски и хидролошки туристички вредности
- Биогеографски туристички вредности
- Националните паркови како пејсажни туристичка вредност во Република Македонија

□ АНТРОПОГЕНИ ТУРИСТИЧКИ ФАКТОРИ И МОТИВСКИ ВРЕДНОСТИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

- Културно-историски туристички мотиви
- Културно-историски споменици
- Етнографски туристички мотиви

Природни туристичко – атрактивни мотиви и вредности

- *Релјефни-геоморфолошки; - Климатски; - Хидрографски;*
- *Биогеографски; - Пејсажни*

- **РЕЛЈЕФНИ И ГЕОМОРФОЛОШКИ** (планини, клисури, кањони, вулкански, поствулкански и денудациони форми и пештари)

Планините како туристичка вредност

- Ридско-планинска земја 81%; РМ има просечна височина од 829 метри.
- 40 ниски, средни и високи планини (500-1000; 1000-2000; над 2000 м.)
- **14 високи планини** (Кораб (2764 м.), Дешат со Крчин (2373 м.), Шар Планина (2747 м.), Баба Планина (2601 м.), Јакупица (2540 м. -Даутица, Караџица, Голешница, Мокра, Салаковска Планина, Китка и др.), Ниџе (2521 м.), Стогово (2273 м.), Јабланица (2257 м.), Осогово (2252 м.), Галичица (2251 м.), Кожув (2171 м.), Бистра (2163 м.), Добра Вода со Челојца и Песјак (2062 м.) и Беласица (2029 м.). Просечна височина 2218 м., вкупна површина 8460 км² или 32,9% од територијата на РМ.
- Над 40 врвови повисоки од 2000 м.
- На високите планини можат да се формираат 30 зимско-спортски центри, со скијачки патеки во должина од 115 км.
- Шар Планина – 8 скијачки центри, со 48 км.; на Пелистер – 5 скијачки центри, со 22 км.,
- **20 средно високи планини** од 1000-2000 м. • **6 ниски планини**
- Денес само 7 поважни зимско-спортски центри со многу локалитети: на Шар Планина „Попова Шапка“ 1700 м.н.в., на Бистра Маврово 1255 м „Заре Лазаревски“, на Бушева Планина во близина на Крушево, Ски центар „Станич“ 1350 м., на Баба Планина со Пелистер – ЗЛТЦ „Пелистер“ 1.300 м. и „Копанки“ 1.420 м., на Галичица „Отешево - Суво Поле“ 1480 м. (не работи), на Осоговски Планини „Пониква“ 1560 м. и на Кожув „Ски Кожуф“ 1550 м.
- **20 средно високи планини** од 1000-2000 м.; (Плакенска со Бигла и Илинска Планина, Влаина, Малешевски Планини, Сува Гора со Осој, Мариовски Козјак, Караорман, Бушева Планина со Баба Сач и Лубен, Плачковица, Бабуна, Огражден, Герман со Козјак и Билина Планина, Селечка Планина, Скопска Црна Гора, Дрен Планина, Голак со Обозна, Буковиќ, Жеден, Серта-Конечка Планина, Клепа, Градешка Планина и Песјак)
- На овие планини можат да се формираат 75 локалитети

- 6 ниски планини (Плауш, Смрдеш, Манговица, Градиштанска Планина, Руен и Кара Бали)
- Локалитети со жичници – Голак (Делчево), Вишни (Јабланица), Плачковица, Водно, Скопска Црна Гора и др.
- На планините според функционалните карактеристики се групираат три групи: Излетничко-рекреативни; спортско-манifestациони и со комбинирано значење
- Попова Шапка, Лешница, Маврово, Галичица, Пелистер, Крушево, Кожуф, Плачковица, Пониква, Голак
- Излетничко-рекреативни се близу градовите, мал радиус на движење, близина, кус престој, поголема посета
- Скопје, Битола, Тетово, Штип, Охрид, Гевгелија, Крушево
- Спортско-манifestациони, организирање на зимско-спортски манifestации (Шар Планина, Бистра, Бушева Планина, Пелистер, Галичица, Осоговски Планини)
- Планини со комбинирано значење излет, рекреација, манifestации и спортски натпревари
- Планински превои: Плетвар 998 м.н.в., Ѓавато 1167 м.н.в., Стража 1210 м.н.в, Присад 1169 м.н.в., Буково 1180 м.н.в., Пресека 1150 м.н.в.

ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ НА КЛИСУРИТЕ И КАЊОНИТЕ

- Комуникативни својства (поврзување на котлини и планински целини)
- Атрактивно-мотивски својства (реткост, необичност, импозантност)
- Естерски својства (склад на линии и форми, убавина на бои)
- Во РМ се јавуваат 14 поголеми клисури. Најдолга Скочивирска Клисура на Црна Река со должина од 80 км.
- Најдолг кањон од 42,5 км е Борич, со височина од над 1500 м. Во горниот тек на река Радика.
- Клисури по течението на река Вардар: Жеденска или Дервенска (21,5 км), Таорска (31 км), Велешка (7,5 км), Демир Капија (31,5 км), и Циганска Клисура во Грција.
- Други клисури и кањони се: Шишевска (Треска 66,2 км), Истибањска (Брегалница 39 км), Дримколска (Црни Дрим 28 км), Бадерска (на Пчиња, долга 9,5 км), Бродска (Треска, 7,5 км), Бислимска (на Пчиња, 6,5 км), Пешти (Бабуна 5 км), како и клисурите на реките Злетовска, Тополска, Раечко – Дреновска, Сатеска, Кратовска, Радањска, Аргуличка, Коњарка и многу други, а од кањоните се кањон Матка на р. Треска, па Камник, Козјак, Зрновка, Длабока Река и други.

ВУЛКАНСКИТЕ ФОРМИ КАКО ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ

- Единствена активна поствулканска појава во РМ е солфатара или мофета – Дувало, с.Косел (Охридско)
- Изгаснати вулкански купи има во просторот на радовишко, кратовско, пробиштипско, кумановско, кавадаречко и гевгелиско.
- Кај село Младо Нагоричани, Кумановско, има базалтна плоча со димензии 176 ха и височина од 49 – 80 метри, а во близина има и 8 помали купи.
- Во околината на Кратово, Добрево, Злетово, Леново, Шопско Рудари има остатоци од кратери
- Земјени столбови кај с.Конопиште, Кавадаречко
- Кавадаречко: во подножјето на Кожув се наоѓа Витачево-вулканско плато, Гевгелиско: планина Кожув со купите Васов Град, Цврстец, Острец, и Радовишко: Пилав Тепе и др.
- На планина Кожуф кај рудникот Алшар и неговата околина постојат интересни вулкански облици и стари кратери, и изгаснати сулфатари.

- Туристички најатрактивна и најдостапна е старата вулканска купа Пилав Тепе на самиот пат Штип – Радовиш.
- Градот Кратово лоциран е на стар еродиран вулкански кратер и во негова околина се среќаваат неколку стари вулкански купи.

ПЕШТЕРИТЕ КАКО ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ

- Околу 5000 км² варовнички предели во РМ
- Карсни форми – површински (*вртачи, ували, карстни полиња, суви карстни речни долини*) и подземни (*пештери и јами*).
- Површински форми: Карсни полиња, најголемо Церско Поле во Горен Демир Хисар со површина од 7 км², Суво Поле (Демир Хисар), Тонивода, Горно и Долно Поле, Султаница, Суво Поле (на планина Бистра) и др.
- Пештерите: пештерски украси сталактити, сталагмити и столбови
- Регистрирани 346 пештери, претпоставка дека постојат околу 500
- Се делат: со карактер на природни реткости, особено значајни, значајни и забележителни пештери
- Природни реткости: Слатински Извор (околу 4 км), Бела Вода (долга 955 м.), Дона Дука (долга 650 м.), Пурало (1 км), Убавица (650 м.) и др.
- Особено значајни: Алилица, Макароец, Над Врело (150 м), Јаорец
- Значајни: Калина Дупка, Драчевска, Арамиска, Самоска Дупка, Пешна, Симка, Христијанска...
- Забележителни пештери: Врело, Орле, Змеовец, Крштална, Слатинска, Коњска, Дамјаница, Рамниште...
- Пештера Пешна со должина од 124 метри, се наоѓа на десната страна на река Треска, со најголем отвор со димензии: височина 40 метри, должина 56 метри. Пештера со најголем одвор на Балканот.
- Пештери за туристичка посета: Шаркова Дупка во близина на зимскиот центар Маврово, во НП Маврово, Долга само 25 км, но богата со пештерски накит. Пештерата е осветлена и уредена за посета. И пештера „Над Врело“ во кањонот Матка е уредена за посета на туристи.

ДРУГИ ГЕОМОРФОЛОШКИ ФОРМИ – Денудациони форми

- Најмногу од овие денудациони форми ги има во просторот на Кратово – Куклица, Кавадаречко - камени столбови „цуцки“ сместени во „долината на полодноста“ кај Конопиште, Делчевско – во близина на село Нов Истевник, локалитет „Кукуље“, Мариовско во близина на село Дуње, камени печурки, камени фигури на потегот Маркови Кули - Трескавец, потоа повеќе мелови (или отсеци на „лоша или уништена земја“ создадени со површинска и длабинска ерозија на теренот) застапени во просторот на Малешевијата, Пијанец, Светиниколско, Неготинско, Мариовско и на други места. Туристички не се валоризирани.
- Интересни појав од денудационите облици и форми се кај Кратово, месноста „Куклица“ со површина од 0,4 км² со интересни земјени пирамиди на број околу 120, од кои највисоките пирамиди со височина од 10 метри.
- Кај селото Конопиште постојат земјени столбови со височина од 2 до 10 метри.
- На Маркови Кули, над Прилеп има камена фигура „Слон“ која е достапна и доста е посетена од страна на туристи.

КЛИМАТСКИ ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ

- Мошне значаен фактор на туристичкиот развој
- Фактор кој делува на туристичката мобилност на населението
- Сезонски карактер на туристичкиот промет и видовите на туризам

- Идеални услови за туризам, одмор, рекреација и спорт се простори каде што не врне дожд, каде што е пријатно, топло и сончево, но не е жешко, каде што не е задушливо, каде што никогаш не е премногу влажно и каде што ветерот само дувка
- За зимско - спортските активности може да се додаде уште височината на снежната покривка, должината на периодот за скијање, отсуство на магла и облаци
- Повеќе климатски фактори и елементи

ФАКТОРИ НА КЛИМАТА ВО РМ

- Близината на Егејско и Јадранско Море
- Релјефот (планини, котлини, клисури, кањони, речни долини)
- Правецот на протегање и надморската височина
- Циклони и антициклони
- Азорскиот антициклон и Исландскиот циклон
- Сезонски карактер Сибирскиот антициклон и Арабиската депресија во зимскиот период
- Ветрови: западни, јужни и североисточни
- Поголеми водени акумулации – езера (природни и вештачки)

КЛИМАТСКИ ЕЛЕМЕНТИ

- Просечна температура на воздухот (од 4,6°C до 14,5°C)
- Врнежи (од 469 мм до 1100 мм)
- Траење на сончевиот сјај (од 1876 до 2609 часови)
- Облачност (од 3 до 7 десеттини)
- Влажност на воздухот (од 61% до 76%)
- Ветрови (Западни, јужни, североисточни, локални)
- Други климатски елементи (град, магла...)

ЕЗЕРАТА КАКО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ

- Вкупно = околу 160 езера
- **ПРИРОДНИ** (46): Тектонски или котлински 3, планински или глацијани 43.
- Глацијални - планински езера (43): Шар Планина 19, Кораб 13, Јабланица 4, Стогово 3, Баба-Пелистер 2, Јакупица 2
- Големо Езеро, Мало Езеро, Подгорско Езеро, Караниколичко Езеро, Корабско Езеро, Вевчанско Езеро и др.
- **ВЕШТАЧКИ ЕЗЕРА** (110): 21 со зафатнина на вода од 1 мил.м³; 89 езера со зафатнина од под 1 милион м³ вода
- Езеро **Козјак**, **Тиквешко**, Калиманци, Шпилје-Дебарско, Глобочица, **Мавровско**, Стрежево, Мантово, Турија, Водоча, Коњско, Ратевско-**Беровско**, **Младост**, **Прилепско**, **Матка**, Мавровица, Палјурци, **Градче**, Липковско, Слатинско, Злетовица, Велешко и др.
- **ТЕКТОНСКИ** (3):
- **ОХРИДСКО ЕЗЕРО**: Вкупна површина 348,8 км²; од тоа на Р.М. 229,9 км²; на Р.А. 118,9 км²; надморска височина 695 м.; зафатнина 54.280 км³; длабочина 286 м; средна температура на водата во јули-август 18°C до 20°C; провидност 21 метар. Вкупно 15 поголеми плажи со површина од 100 ха и капацитет од околу 90.000 капачи. Над сто хотелски и други сместувачки капацитети во Охрид, Струга и покрај брегот на езерото.
- Туристички места: на источниот брег - Охрид, Горица, Елешац, Св. Стефан, Пештани, Градиште, Трпејца, Љубаништа, Св. Наум и други помали. На западниот брег - Струга, Калиште, Ливадиште, Елен Камен, Радожда и други помали.
- Музеј на вода, Заливот на коските - Мичов Град,

- **ПРЕСПАНСКО ЕЗЕРО:** Вкупна површина 274 км²; од тоа на Р.М. 176,8 км²; на Р.А. 49,4 км²; на Р.Г. 47,8 км²; надморска височина 853 м.; длабочина 54 м.; средна температура на водара во јули – август 20,7°С до 24°С; Туристички места: Асамати, Претор, Сливница, Крани, Долно Дупени, Стење, Отешево и др.
Плажите зафаќаат површина од 68 ха, со капаците од 34.000 капачи. Над 10-тина хотелски и други сместувачки капацитети.
- **ДОЈРАНСКО ЕЗЕРО:** Вкупна површина 42,7 км²; од ота на Р.М. 27,1 км²; на Р.Г. 15,6 км²; надморска височина 148 м.; длабочина 10 м.; средна температура на водата во јули и август 24°С, до 28°С; Ветрови (Западни, јужни, североисочни, локални). Туристички места: Стар Дојран, Нов Дојран, Мрдаја и други помали. Плажите зафаќаат површина од 11 ха, со капацитет од околу 7000 капачи. Над 20-тина хотелски и други сместувачки капацитети

РЕКИ И РЕЧНИ СЛИВОВИ

- Реки: Вардар, Струмица, Црни Дрим
- Сливот на Вардар = 20.535 км² (79,86%)
- Сливот на Црн Дрим = 3350 км² (13,02%)
- Сливот на Струмица = 535 км² (5,96%)
- Дојранско Езеро, Циронска Река и Биначка Река=293км² (1,13%)
- Вардар, извор 683 м.н.в., вкупна должина 388 км., од тоа на Р.М. 301 км
- 5 котлини – Полошка, Скопска, Велешка, Тиквеш и Гевгелиско валандовска
- 4 клисури – Жеденска или Дервенска, Таорска, Велешка, Демир Каписка, (Р.Г. Циганска клисура како петта, и Солунско Поле како шестта котлина)
- Должина 207 км рамничарски и 94 км должина во клисури
- Брегалница = 225 км, лева притока
- Црна Река = 207 км, десна притока
- Треска = 138 км, десна притока
- Пчиња = 135 км, лева притока
- Струмица = 75 км
- Црн Дрим = 56 км
- Извори: Рашче, Билјанини, Вевчански, Вруток, Шум, Бабуна, Студенчица, Железнец
- Извори на реки: Вруток-изворот на Вардар, Острово-изворот на Црни Дрим, с.Железнец-изворот на Црна Река, Извор-изворот на Треска
- Водопади: Длабок Дол=136 м., Смоларски=39,5 м., Колешински 15 м., Габровски 8 м., Дуф 28 м и други.

ТЕРМОМИНЕРАЛНИТЕ ВОДИ КАКО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ

- Бањиште 36-39 °С, Бањи – Цапа, се наоѓа во близина на Дебар
- Косоврасти 48 °С, Долно и Горно Косоврасти
- Катлановска 50 °С, река Пчиња, се наоѓа на 23 км од Скопје
- Кумановска 30 °С, се наоѓа на 3 км од Куманово
- Кочанска 64 °С, се наоѓа во близина на Кочани
- Кежовица 57-69 °С, се наоѓа во близина на Штип
- Банско 72 °С, хотел „Цар Самоил“, се наоѓа во село Банско
- Негорска 36-43 °С, се наоѓа на 4 км од Гевгелија

БИОГЕОГРАФСКИ ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ

- Растителен свет (ливади, пасишта, шуми – листопади и иглолисни)
- Животински свет (дивечот како туристичка вредност, сите и крупен)
- Ловни резервати: „Јасен“, „Душегубица“ - Кичево, „Кадина Река“ – Скопје, „Лешница“ – Тетово, „Милисин“ – Гевгелија, „Полаки“ – Кочани, „Нице“ – Битола, „Рожден“–Кавадарци, „Голак“–Делчево, „Конче“–Радовиш и др.
- Рибите како туристичка вредност (пастрмка, клен, крап, карас, сом и др.)

НАЦИОНАЛНИТЕ ПАРКОВИ КАКО ТУРИСТИЧКА ВРЕДНОСТ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

□ Национален парк ПЕЛИСТЕР:

1948 г.; 12.500 ха со проширувањето во 2007 г. се зголемува на 17.150 ха; ендемно растение бор Молика; геологија (планина - типичен хорст, стара околу 465 милиони години, ера Палеозоик, период Ордовициум); петорграфија (гранити, гранодиорити, кварцити, дијабази и др.); геоморфологија; глацијација; глацијални езера (Големо и Мало Езеро), камени реки и камењари; флора и фауна. Над 40 врвови над 2000 м.н.в. Пелистер највисок врв со 2601 метар. Планинарење, скијање, едукација и др. Ски центар Копанки и Пелистер. Детско одморалиште, планинарски домови, хотел „Молика“, услови за планински туризам и во подпелистерието.

□ Национален парк МАВРОВО:

1949 г.; 73.088 ха; геоморфологија; геологија; карстен и глацијален релјеф; езера, Радика, кањон-Мавровско Езеро; реки, водопади; флора и фауна. Над 50 врвови со над 2000 м.н.в., од кои највисок е Кораб со 2764 м. Го зафаќа просторот на планините Бистра, Кораб и Шар Планина. Во националниот парк Маврово постојат прекрасни услови за развој на зимските спортови. Како најпогодни планински терени за развој на зимските спортови има планината Бистра, на која се наоѓаат три места и тоа: Галичник; Маврово, и Лазарополе. Хотели, одморалишта и планински домови. Уредена за посета на пештерата „Шаркова Дупка“ во Маврово. Услови за планински туризам и рурален туризам.

□ Национален парк ГАЛИЧИЦА:

1958 г.; 22.750 ха; карстен релјеф; флора и фауна; пештери (Самоска Дупка, Мечкина Дупка и др.); Св.Наум, изворот на Црн Дрим – „Острово“ со 11 м³/сек. Највисок врв Магаро 2254 метри. Паркот се наоѓа помеѓу двете езера Охридско и Преспанско. Услови за планински туризам. Хотели во Отешево, Пештани, Љубаништа, Трпејца, Св. Наум и други места.

2. АНТРОПОГЕНИ ТУРИСТИЧКИ МОТИВИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

- КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИ ТУРИСТИЧКИ МОТИВИ
- ЕТНОГРАФСКИ И СОЦИЈАЛНИ МОТИВИ
- МАНИФЕСТАЦИОНИ МОТИВИ
- АМБИЕНТАЛНИ МОТИВИ

КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИ ТУРИСТИЧКИ МОТИВИ

- АРХЕОЛОШКИ ЛОКАЛИТЕТИ

• Предисторија

- **Палеолит** – Велес, Овче Поле, средна Брегалница, Пелагонија - Битола. Пред 6000 год. пр.н.е.
- **Неолит** – пред 4000 г.пр.н.е. Овче Поле, Пелагонија, Охридско-струшка, Брегалничко... Тумби Велушина, Добромири, Говрлево-Скопје...
- **Енеолитски период** – Кочани, Битола, Куманово, Струга, Скопје, Прилеп...
- **Бронзено време** – Ресен, Битола, Прилеп, Струга, Демир Капија, Куманово, Тетово...
- **Железно време** - Скопје, Битола, Демир Капија, Охрид, Велес, Прилеп, Штип, Гевгелија...

• Антички наоѓалишта

- **Градови и други населби**: Хераклеја - акропола (Битола); Градиште (Скопје); Букри – Високи Рид; Бучин – Алкомена; Валандово – Исар Идомена; Кале – Скопје; Варош –Прилеп; Гевгелија – Вардарски Рид Аталанта; Градско – Стоби Акропола, Охрид – Горни Сарај Лихнид;

Чепигово – Бакарно Гумно Стибера; Штип – Исар Астибо; Струмица - Цареви Кули; и др.

- **Некрополи и гробници:** Беранци, Марвинци, Нерези, Требеништа...

КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИ ТУРИСТИЧКИ МОТИВИ

- АРХЕОЛОШКИ ЛОКАЛИТЕТИ

• Римска култура

- **Градови:** Астибо-Штип, Гортинија-Марвинци, ИсарВаландово, Градиште-Кавадарци, Варош-Прилеп, СкупиСкопје, Лихнид-Охрид, Хераклеа-Битола, Стоби-Градско, Стибера-Чепигово...
- **Надгробни споменици:** Неготино, Скопско, Валандовско, Градско, Прилепско, Битолско...
- **Светилишта и култни места:** Струмица, Велес, Неготино, Скопје, Прилеп, Демир Капија, Кокино...
- **Бањи:** Катлановска, Банско, Кочанска, Бањиште...

• Ранохристијански период

- Охрид-Лихнидос, Радолишта-Струга, Хераклеа-Битола, Курбиново-Преспа, Миокази-Кичевско, Дебреште и Браилово-Прилепско, Демир Капија, Кавадарци, БаргалаШтип, Македонска Каменица, Струмица, Дојран, Велес, Кочани, Крушево, Куманово, Неготино, Радовиш, Крива Паланка, Тетово, Виница...
- Вардарски рид, Исар Марвинци, Баргала, Исар, Виничко кале, Цареви кули, Тетовско кале, Виничко кале

КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИ СПОМЕНИЦИ

- ЦРКВИ И МАНАСТИРИ (над 2000 цркви и манастири)

- Во **ОХРИД:** Св.Пантелејмон, Св.Наум, Св.Софија, Св.ЈованКанео, Св.Богородица-Св.Климент, Св.Никола Болнички, Св.Еразмо, Св.Стефан, Св.Врачи...
- Во СКОПЈЕ: Св.Пантелејмон-Нерези, Св.Спас, Св.Марков манастир и др.
- Во ТЕТОВО: Св.Атанасиј-Лешок,
- Во ГОСТИВАР-ДЕБАР: Св.Јован Бигорски...
- Во СТРУГА: Цркви, пештерски и манастири...
- Во ПРЕСПА: Сливнички манастир, Курбиново...
- Во БИТОЛА: Св.Димитрија, Св.Богородица...
- Во ПРИЛЕП: Св.Архангел Михаил, Св.Богородица - Трескавец, Златоврв, Св. Богородица во Зрзе,
- Во ДЕМИР ХИСАР: Св.Јован Претеча-Слепче, Св.Никола,Топлички-Жван...
- Во КРУШЕВО: Св.Спас, Св.Богородица, Св. Никола, Св.Јован...
- Во ПОРЕЧЕ-КИЧЕВСКО: Св.Перчиста Богородица, Девини кули...
- Во КУМАНОВСКО: Св.Ѓорѓија, Св.Јоаким Осоговски...
- Во ШТИПСКО, СТРУМИЧКО, РАДОВИШКО, ЗЛЕТОВСКО: Св.Никола, Св.Ѓорѓи, Св.Успение Богородица, Св.Тројца, СвСпас...
- Во ВЕЛЕШКО, КАВАДАЕЧКО, ГЕВГЕЛИСКО: Св.Димитрија, Св.Никола, Св. Пантелејмон, Св.Богородица...

ПОЗНАТИ МАНАСТИРИ со можности за престој на туристи се:

Св. Наум, Св. Јован Бигорски, Св. Јоаким Осоговски, Лесновски манастир, Св. Јован Претеча, Св. Петка, Св. Ана, Св. Богородица, ...

КУЛТУРНО-ИСТОРИСКИ СПОМЕНИЦИ

- СПОМЕНИЦИ НА КУЛТУРАТА НА ИСЛАМСКАТА ВЕРОИСПОВЕД
- Џамии во Тетово, Гостивар, Скопје, Битола, Охрид, Прилеп, Штип...
- СПОМЕНИЦИ НА КУЛТУРАТА ВО ВИД НА УТВРДЕНИ ГРАДОВИ
- Самоилова тврдина, Маркови Кули, Тврдина Девич, Средновековни

- кули во Кратово, Исар, Цареви Кули
- СПОМЕНИЦИ НА КУЛТУРАТА КАКО ПРОФАНИ ОБЈЕКТИ
 - Аквадукт, Камени мостови, амам, анови, саат кули, дебои, безистени...
- СПОМЕНИЦИ НА КУЛТУРАТА ВО ВИД НА СТАРА ГРАДБА, АРХИТЕКТУРА И ИЗДВОЕНИ СТАРОГРАДСКИ ГРУПАЦИИ И КУКИ
 - Староградска архитектура-Широк Сокак, Стара чаршија Битола, Охрид, Скопје, Тетово, Струга, Дебар, Прилеп, Стумица...

МУЗЕИ ВО ГРАДОВИТЕ: Скопје (Археолошки музеј, Музеј на Македонија, Музеј на град Скопје, Музеј на холокаустот, Музеј на Мајка Тереза, Приодно научен музеј, Музеј на современата уметност, Етнолошки музеј и други), музеј во Битола, музеј во Прилеп, музеј во Струмица, музеј во Куманово, музеј во Штип, музеј во Гевгелија, музеј во Струга, музеј во Охрид, музеј во Крушево, музеј во Тетово, музеј во Кичево, музеј во Кочани, музеј во Винца, музеј во Берово, музеј во Демир Капија, музеј во Кавадарци, музеј во Неготино, музеј во Радовиш и др.

Приватни музеи: с. Џепчиште, с. Подмоќани, с. Крклино, с. Вевчани и др.

ЕТНОГРАФСКИ ТУРИСТИЧКИ МОТИВИ

- ТРАДИЦИОНАЛНО ГРАДИТЕЛСТВО ВО Република Македонија
 - Екстериерот на македонската куќа
- Галичник, Лазарополе, Гари, Дримкол, Беровско, Тетовско, Демирхисарско, Ново Село-штипско...
 - Ентериерот на македонската куќа
- Декорции, резба, длаборез, чардак, одаја, баца, сергени, ковчези, вршник, црепна, сач, разбој, ковчези, миндери, софра, мангал, амбари...
 - Традиционални стопански активности
- Поледелски (гроздобер), сточарски (бачило, стрижење на овци...), рибарство (Дојран, Струга, Црни Дрим...), овоштарство (лозарство, винарски визби
 - Традиционални занаетчиски дејности како туристичка вредност
- Грнчарство, резбарство, плетарство, свиларство, кујунџиство, кожарство, казанџиство, килимарство, терзиство, филиграмство...
 - Исхраната како етнографска туристичка вредност
- Класична македонска кујна, селска и градска, специјалитети...
 - Народната носија како туристичка вредност
- Женска, машка, невестинска, мариовска, галичка, градска, селска, влашка, турска, албанска, ромска...
 - Народните песни и игри како туристичка вредност
- Етнографска шареноликост, песни, ора, народни игри, обичаи, Галичка свадба...

МАНИФЕСТАЦИОНИ ТУРИСТИЧКИ МОТИВИ ВО РМ

- КУЛТУРНО-ЗАБАВНИ-ВЕРСКИ (околу 200 настани во текот на годината)
 - Охридско лето, Мајски оперски вечери, Илинденски денови, Интернационален филмски фестивал „Браќа Манаки“, Пиво Фест, Скопски Џес Фестивал, Виноскоп, Питијада, Пастрмајлијада, Самун ем татлија, Фестивал на античка драма, Галичка Свадба, Струшки вечери на поезијата, Вевчански карневал, Водици, Баскерфест, Мајски оперски вечери, Таксират, Струмички карневал, Вински гроздобер, Јаболкобер, Ресенска керамичка колонија, Костенијада, Етно град, Оризијада, Ракијада, Смоквијада, Ајваријада, Карневал Ратово, Малешевија на дланка, Интернационален ден на карикатурата, Интернационален фолк фестивал, Шарски води, Локум Фест, Фестивал на комедијата, Фестивал на монодрама и многу други.
- СПОРТСКИ
 - Разни превенства национални, регионални: Охридски пливачки маратон, Шарпланински ски куп, Мавровски ски маратон, Пелистерски ски куп...
- СТОПАНСКИ

- Разни саеми за туризам...
- НАУЧНИ
- Симпозиуми, собири, трибини, конгреси...

ТУРИСТИЧКА РЕГИОНАЛИЗАЦИЈА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Туристички региони во Република Македонија

Во РМ се издвојуваат: 3 туристички региони, 14 туристички подрачја, 58 туристички зони, 172 туристички места или локалитети (комплекс од атрактивни-природни или антропогени, комуникативни и рецептивни услови)

- **ЗАПАДЕН РЕГИОН:** 6 туристички подрачја, 22 туристички зони, 87 туристички локалитети
 - Полошко-кичевско подрачје со 6 зони и 24 локалитети, Мавровско-радичко со 3 и 16, Охридско-струшко со 3 и 18, Преспанско со 2 и 10, Пелагониско со 7 и 17, и Мариовско подрачје со 2 зони и 6 локалитети.
- **СРЕДИШЕН РЕГИОН:** 4 туристички подрачја, 18 туристички зони, 40 туристички локалитети
 - Кумановско со 3 и 6, Скопско со 4 и 10, Велешко-тиквешко со 6 и 12, и Гевгелиско-дојранско подрачје со 5 зони и 10 локалитети.
- **ИСТОЧЕН РЕГИОН:** 4 туристички подрачја, 17 туристички зони, 45 туристички локалитети
 - Малешевско со 3 зони и 19 локалитети, Овчеполско-кочанско со 6 и 14, Осоговско со 4 и 10, Струмичко-радовишко подрачје со 3 зони и 10 локалитети.

ТУРИСТИЧКА РЕГИОНАЛИЗАЦИЈА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

- Во РМ се издвојуваат: 10 туристички региони, 33 туристички региони, 54 туристички зони, 218 туристички локалитети
- **10 туристички региони (според Просторниот план на РМ 2002-2020)**
 - Скопско-кумановски регион (8 зони)
 - Шарско-полошки регион (4 зони)
 - Кичевско-бродски регион (2 зони)
 - Мавровско-дебарски регион (4 зони)
 - Охридско-преспански регион (7 зони)
 - Пелагониски регион (8 зони)
 - Средновардарски регион (6 зони)
 - Струмичко-радовишки регион (4 зони)
 - Брегалнички регион (8 зони)
 - Кратовско-кривоаланечки регион (3 зони)

Во РМ се издвојуваат: 9 туристички региони (според други поделби)

- СКОПСКИ РЕГИОН
- ПОЛОШКО-МАВРОВСКИ РЕГИОН
- КИЧЕВСКО-БРОДСКИ РЕГИОН
- ОХРИДСКО-ПРЕСПАНСКИ РЕГИОН
- ПЕЛАГОНИСКИ РЕГИОН
- СРЕДНОВАРДАРСКИ РЕГИОН
- СТРУМИЧКО-ГЕВГЕЛИСКИ
- БРЕГАЛНИЧКИ РЕГИОН
- КУМАНОВСКО-КРИВОПАЛАНЕЧКИ РЕГИОН

Регионализација на туризмот во Р. Македонија според просторниот план 2002-2020 година

- 34 локалитети се определени за активности на снег

- 47 локалитет за активности на вода
- 80 локалитети за активности во природни и историски амбиенти
- 9 Бањи
- 29 градски туристички центри
- 4 главни меѓудржавни врски
- **1. Скопско-кумановски регион (2 подрачја, 8 зони, 17 локалитети)** Локалитети: Град Скопје, Куманово, Водно, Патишка Река, Караџица, Китка, Зелениково, Љубанци, Бродец, Катлановска бања, Кумановска бања, селата Табанове, Липково и Матејче.
 Кањонот на река Треска – Шишевска Клисура; Качаничка Клисура, Кањонот Матка, река Вардар, река Пчиња, река Лепенец, Кадина Река, Маркова Река, Кумановска Река, вештачко езеро Матка, Езеро Козјак, пештера Врело.
Подрачје Скопје: археолошки локалитет Говрлево, Маџари, Злокуќани, Кале, Скупи, Римски аквадукт, Камен Мост, Безистен, Саат Кула, Феудална Кула, Стара Чаршија, манастир Св. Спас, соборен храм Св. Килмент Охридски, црква Св. Димитриј, црква Св. Богородица, црква Св. Ѓорѓи, манастир Св. Пантелејмот с. Нерези, Марков манастир–Св. Димитрија, с. Сушица, манастир Св. Никола, с. Шишево, Манастир Св. Андреј, Матка, манастир Св. Никита с. Бањани, манастир Св. Архангел
 Михаил с. Кучевиште, Мустафа-пашина џамија, Султан-муратова џамија, Јахја-пашина џамија, Гази Иса-бегова џамија, Милениумски Крст, Даутпашин амам, Чифте амам, Куршумли ан, Сули ан, Капан ан, Спомен куќа на Мајка Тереза, многу споменици, музеи-Музеј на Македонија, Природонаучен музеј, Музеј на современа уметност, Музеј на град Скопје, библиотеки, Македонска опера и балет, повеќе театри, Скопско лето, разни фестивали и манифестации, итн.
Подрачје Куманово: локалитет Амам, Карпински манастир Воведени на Пресвета Богородица, с. Карпино, црква Св. Богородица, с.Матејче, црква Св. Ѓорѓи с. Старо Нагоричане, Пелинце, Мегалитска опсерваторија Кокино, Базалтна плоча с. Младо Нагоричане, Кумановска Бања, Езеро Липково, Езеро Глажња, река Пчиња и др.
- **2. Шарско-полошки регион (2 подрачја, 4 зони)**
 Локалитети: Град Тетово, Град Гостивар, Шар Планина-Попова Шапка, терени за скијање, Лешница, Титов Врв, Љуботен; Изворот Вруток, Караниколичко Езеро, Боговињско Езеро, Црно и Бело Езеро, Голем и Мал Ѓол, Ливадичко Езеро на Шар Планина, река Пена, Лешочки манастир Св. Атанасиј, манастир Св. Наум на Попова Шапка, Св. Богородица Тетово, Св. Никола во Гостивар, Тетовска менада, Тетовско Кале, Арабати-баба теке, Шарена (Алаџа) џамија и др.
- **3. Кичевско-бродски регион (2 подрачја, 2 зони)**
 Локалитети: Град Кичево, Манастирот Св. Богородица Пречиста или Крнски манастир с.Крнино, манастир Св. Ѓорѓи с. Кнежино, Беличка Река – извори, Изорот на река Треска, превој Јама, Китино Кале, с. Вранештица, с. Миокази, црква Св. Петар и Павле, Саат Кула во Кичево, Чаршија во Кичево, Музеј во Кичево, споменици и сл.
 Град Македонски Брод, Порече, пештера Пешна, Девини Кули, Езеро Козјак, Слатинска Извор или Слатинска Пештера, Невестинска пештера, Резерват Јасен, манастир Св. Богородица с. Манастир, понорот Крапа, Краџица, превој Барбарас, споменици и сл.
- **4. Мавровско-дебарски регион (2 подрачја, 4 зони)**
 Бистра, Кораб, Дешад, Крчин, Стогово, Буковик, Стаража, Јама, Радика, Гарска Река, Тресонечка Река, Мавровско Езеро, повеќе планински езера, Маврови Анови – терени за скијање, Маврово, Леуново, Никифорово, Ростуше, Галичник, Лазарополе, Гари, Тресонче, Косоврасти, Бања Косоврасти, Бањиште или Бањи Цапа, Мостот Елен скок, Дебар, манастир Св. Јован

Бигорски, црква Св. Петар и Павле с. Галичник – Галичка свадба, Длабок Дол – највисок водопад во РМ = висок 138 метри, Национален парк Маврово, Дебарско Езеро или Шпилје, пештери – Алилица, Калина Дупка, Симка и други, карсни полиња - Тонивода, Суво Поле и други, Кањон Брич на река Радика.

- **5. Охридско-преспански регион (3 подрачја, 7 зони)**

Локалитети: Град Охрид, град Струга, град Ресен, Јабланица, Галичица, Караорман, Охридско Езеро, Езеро Глобочица, Изори Острово, Шум, Билјанини и други, река Црни Дрим, Сатеска и др., Вевчани-Вевчански карневал, Вевчански извоир, Вевчанско Езеро, Вевчанска Република, Подгорци, Вишни, Горна Белица, Планински езера на Јабланица, Дебарца, Малесија, с.Требеништа-Златни маски, с. Белчишта, с. Елшани, с. Пештани, с. Трпејца, с. Лубаништа, с. Калишта, с. Радожда, пештерни цркви, пештера Самоска Дупка, Национален парк Галичица, солфатара Дувало с. Косел, Заливот на коските музеј на вода, Остров Голем Град, с. Курбиново, Брајчино, Љубојно, Подмочани, Грчари, многу музеи и споменици.

Плажи на Охридско Езеро: Радожда, Елен Камен, Калишта, Струга, Еврохотел, Подмолје, Канео, Парк, Горица, Св. Стефан, Лагадин, Елешац, Пештани, Градиште, Трпејца, Љубаништа и Св. Наум. Плажи на

Преспанско Езеро: Коњско, Стење, Царина, Отешево, Сирхан, Асамати, Претор, Сливница, Крани и Маркова Нога. Многу хотели и ресторани Град Охрид: римски театар, Самоилова тврдина, Соборна црква Св. Софија, црква Св. Наум, црква Св. Пателејмон или Климентов Манастир на Плаошник, црква Св. Богородица Перивлепта, црква Св. Никола Болнички, црква Св. Јован Богослов-Канео, црква Св. Еразмо, манастир Св. Богородица – Заум, пештерна црква Св. Стефан, Долна Porta, Горна Porta, Охридска архитектура, Филиграмство, резбарство, грнчарство, охридски бисери, гутенбергова преса-Охридска хартија, Охридски Чинар, Стара Чаршија, Галерија на икони, Галерија на слики, Охридско лето, Охридски Маратон, Народен Музеј, Куќите на Робев и Уранија, Културен центар Глигор Прличев, , спомен куќи итн.

Град Струга: истекот на Црни Дрим, Стара Чаршија, Струшки вечери на поезијата, народен музеј „Д-р Никола Незлобински“, црква Св. Ѓорѓи, многу споменицаи, хотели и ресторани.

Град Ресен: Сарајот во Ресен - Нијази бег, Црква Св. Ѓорѓи с. Курбиново, цркви и манастири во с. Брајчино, манастир Св. Богородица с. Сливица, с. Љубојно, с. Долно Дупени и др.

- **6. Пелагониски регион (4 подрачја, 8 зони)**

Локалитети: Град Битола, град Прилеп, град Куршево, град Демир Хисар, Национален парк Пелистер-молика, геоморфологија, терени за скијање, Котлина Пелагонија, планини, Баба, Бигла, Илинска Плакенска, Селечка, Нице, Бушева, реки Црна Река, Шемница, Драгор, Езера: Стрежевско, Прилепско, Планински езера – Гоелмо и Мало Езеро на Пелистер, Копанки, манастири Св. Богородица – Трескавец, Златоврв, с. Нишеполе, с. Трново, с. Магарево, с. Маловишта, с. Цпари, с. Буково, с. Велушина, с. Зрзе, с. Небргово, с. Слечче, с. Журче, с. Бабино, манастир Св. Јован Претеча, св. Никола Топлички, црква Град Битола: археолошки локалитет Хераклеја, Стара Чаршија, Саат Кула, Безистен, црква Св. Димитрија, Св. Пресвета Богородица, Св. Недела, џамии – Исхак џамија, Јени џамија, Завод и музеј, Глаерија, Битолска архитектура – Широк Сокак, многу манифестации – Манакиеви средби, Меѓународен филмски фестивал, Илинденски денови и др.

Град Прилеп: Маркови Кули, Саат Кула, цркви и манастири – Св. Архангел Михаил во Варош, Стара Чаршија, споменици, музеи и сл. Град Крушево: Споменик Илинден – Македониум, музеј на Илинденското востание, споменици, црква Св. Никола, св. Јован, Св. Тројца, Куршевска архитектура, Музеј на Топе Проески, Мечкин Камен, Стара Чаршија, терени за скијање и сл.

- **7. Средновардарски регион (6 подрачја, 6 зони)**
 Локалитети: Градови Велес, Кавадарци, Неготино, Демир Капија, Гевгелија, Валандово, Дојран, планини Јакупица – Солунска Глава, Кожуф – терени за скијање, Голешница, Бабуна, Козјак, планиско плато Витачево, Вулкански купи – Васов Град, Цврстец, Острец, планински езера на Јакупица, изорите на Бабуна, Тополка, други реки Вардар, Дошница, Бошава, Патишка Река, с. Нежилово, с. Папрадиште, вештачко езеро Младост, Тиквешко Езеро, клисури – Велшка, Демир Каписка, пештери – Понор, Макароец, Бела Вода, Есери Паљурци, Богданци, Валандово, археолошки локалитети – Стоби, Градиште – Девол Град, Исар Марвинци, Вардарски Рид, Негорски Бањи, Смирдлива Вода, Алшар, Мајден и др.
 Град Велес: црква Св. Пантелејмон, Св. Богородица, Св. Јован, Св. Спас, Саат Кула, повеќе споменици, археолошки локалитет Стоби итн.
 Град Кавадарци: црква Св. Димитрија, Маркова Кула, споменици, Манифестација “Тиквешки гроздобер”,
 Град Гевгелија: Вардарски рид, црква св. Богородица, Амам, Плажи на Дојранско Езеро: Стар Дојран, Нов Дојран, Мрдаја, Ачикот.
- **8. Струмичко-радовишки регион (2 подрачја, 4 зони)**
 Локалитети: Град Струмица, град Радовиш, Цареви Кули, Сломарски водопад, Колешински водопад, Бања Банско, Моноспитово блато, црква Св. Троица – Радовиш, планини Беласици, Плачковица, Огражден, Вулкански купи – Пилав Тепе, рудници Дамјан, Бучим, цркви Св. Богородица Елеуса во Вњљуса, Манастир Св. Леонтиј во Водоча, Ново Село, Босилово, Василево, Езеро Турија, Езеро Водоча, Стумин гроб, Соборна црква Св. Кирил и Методиј, Орта Џамија, многу споменици итн.
- **9. Брегалнички регион (8 подрачја, 8 зони)**
 Локалитети: Град Штип, Кочани, Винаца, Делчево, Пехчево, Верово, Порбиштип, Свети Николе, Македонска Каменица, планини Осоговски, Плачковица, Малешевски Планини, Голак, Пониква, област Пијанец, река Брегалница, бањи – Кежовица, Кочанска или Исти Бања, с. Разловци, археолошки локалитети Баргала, Исар, Грнчарица, манастир Св. Гаврило Лесновски - Лесновски Макастир, с. Лесново, с. Добрево, с. Саса, Виничко Кале, Беровско или Ратевско Езеро, Езеро Калиманци, многу цркви, манастири итн.
 Град Штип: Баргала, Чрешче - Исар, цркви Св. Никола, Св. Богородица, Св. Јован Крстител, Св. Архангел Михаил, безистен, Саат Кула, Музеј, Галерија на икони, Мак фест, Пастрмајлијада, споменици итн.
 Град Кочани: Манастир Св. Пантелејмон, црква Св. Ѓорѓи, Манастир Св. Спас, средновековни кули, споменици и сл.
 Град Берово: манастир Св. Архангел Михаил, црква Св. Богородица, споменици.
- **10. Кратовско-кривопаланечки регион (2 подрачја, 3 зони)** Локалитети: Град Кратово, Крива Паланка, Куклица-Камени Кукли, Цоцв Камен, Крива Река, Манастир Св. Јоаким Осоговски.
 Град Кратово: Кули – Симичева кула, Саат кула, Златкова кула, ХаџиКостова кула, Мостови – Чаршински мост, Аргулички мост, Радински мост, црква Св. Ѓорѓи Кратовски, Св. Никола Чудотворец, Цв. Јован Претеча, Кратовска архитектура, Стара Чаршија.

УРБАН ТУРИЗАМ РАЗГЛЕДУВАЊЕ НА ГРАДОВИТЕ:

1. СКОПЈЕ

Пожелно е разгледување на градот со туристички автобус. Во централниот дел разгледување на спомениците (Филип II, Воин на коњ – Александар Македонски, фонтана, Самоил, Карпош, Гоце Делчев, Дамјан Груев и другите), триумфална порта

„Македонија“ и давање информации за истите. Посета на еден или повеќе музеи во градот (Музеј на македонската борба, Археолошки музеј, Музеј на жртви на холокаустот, Музеј – Спомен куќа на Мајка Тереза и др.). Со жичницата качување на Милениумски Крст на Водно. Посета и на кањонот Матка, посета на музејот на отворено „Македонско етно село“, потоа на некој манастир во околината на Скопје (пр. Св. Пантелејмон во с. Нерези). Посета на Праисториската населба Тумба Маџари, археолошкиот антички локалитет Скупи, археолошки локалитет и тврдина Скопско Кале, Археолошки локалитет Градиште с. Таор; Камениот мост; Римскиот акведукт; Манастирот Св. Пантелејмон во с. Горно Нерези; Марковиот манастир, Св. Димитрија во с. Сушица; Манастирот Св. Андреј во Матка; Манастирот Св. Никита во с. Бањани, Манастирот Св. Архангел Михаил во с. Кучевишта; Манастирот Св. Богородица во с. Матејче, Кумановско; Ротонда во Коњух, Кумановско; црквата Св. Ѓорѓи во с. Старо Нагоричане; црква Св. Ѓорѓи Победоносец во с. Младо Нагоричане; црква Св. Никола во с. Псача; Манастир Св. Спас во Скопје; Црквата Св. Димитриј во Скопје; Црквата Св. Богородица во Скопје; Старата Скопска чаршија, Мустафа - пашина џамија, Султан - Муратова џамија, Јахја - пашина џамија, Гази Иса бегова џамија, Сааткула, Соборниот храм Св. Климент Охридски, Милениумскиот Крст, Феудална бегова кула, Спомен дом на Мајка Тереза, Даут - пашин амам, Чифте-амам, Кушумли-ан, Сули-ан, Капан-ан, Безистен, сите во Скопје, и уште многу други објекти и споменици (Споменик фонтана „Воин на коњ“ – Александар Македонски, споменик и фонтана Филип II, Споменик на Самоил, Споменик на Карпош, споменик на Гоце Делчев, Дамјана Груев, Споменици на повеќе револуционери од Споменик на ослободителите на Скопје, Споменик на Мајка Тереза, Споменик на Ѓорѓија Кастриот-Скендер Бег, Споменик на Крсте Петков Мисирков итн.). Посета на повеќе музеи: Археолошки музеј, Музеј на Македонската борба, Природно-научен и Зоолошка градина, Етнолошки, Мајка Тереза, Музеј за Холокаустот, Современа уметност, Музеј на град Скопје, Музеј на современа уметност, Македонски народен театар, Македонска опера и балет, Универзитетска библиотека, Универзална сала, неколку универзитети и уште десетина други национални установи.

Праисториска населба ТУМБА МАЏАРИ

Праисториска населба во Маџари, стара од 6200 до 4200 г. пр. н.е. - археолошки ископани се седум куќи (живеалишта) со подвижен инвентар – садови, предмети, куќен теракотен жртвеник на божицата Голема Мајка – заштитничка на плодноста, и едно светилиште. Соред ископувањата утврдено е дека станува збор за повеќеслојна населба со културен слој од три метри во кој се одделуваат три хоризонти на живеење од времето на средниот неолит. Денес, на тоа место се реконструирани три куќи кои се со правоаголна и четириаголна основа, изградени од дрвена граѓа, глинена кал, покриени со слама и во нив поставени се автентични огништа, керамички садови, разни предмети од средниот неолит, човечки и животински кукли.

Археолошки локалитет СКУПИ

Скупи е град од римско и доцноантичко време. Името означува живеалиште, куќи, Се наоѓа на 5 км северозападно од Скопје во непосредна близина на село Злокуќани, лево од утоката на река Лепенец, во подножјето на Зајчев Рид. За локалитетот се знае уште од крајот на XIX век. Со систематски археолошки истражувања отпочнато е во 1966 година кои со помали прекини, континуирано се извршуваат до денес. Досега се целосно или делумно истражувани: бедемите, театарот, цивилната базилика, христијанската базилика, градската вила (палата), градската бања, улицата - кардо, делови од источната и западната некропола.

Археолошки локалитет КАЛЕ

Најновите археолошки податоци кои од неодамна се достапни укажуваат на тоа дека Калето било населено уште од неолитот (пред 3000 г. пр.н.е.) и во раното бронзено време. За ова тврдење сведочат остатоците од земјенки, колиби и палисади. Калето е познато и по својот бедем кој потекнува од 535 година од времето на

владеењето на Јустинијан I. Наоѓајќи се на многу значајно стратешко место, тврдината била опсаднувања и напаѓана повеќепати.

Археолошки локалитет ГРАДИШТЕ, с.Таор

Станува збор за **Тауресиум** родното место на византискиот цар Јустинијан I (483 – 565), се наоѓа на локалитетот „Градиште“, над селото Таор, пред влезот во Таорската клисура на 20 км оддалеченост од Скопје. На овој локалитет се регистрирани слоеви на три населби од различни историски периоди – енеолит, доцноантички и средновековен период. Се откриени: кастел со триаголна основа на ѕидините, кули, еден бастион, укрепени тераси, остатоци од водовод, доцноантичка некропола, дел од мермерна биста, столбови од ранохристијанска базилика, разни монети и друго.

КАМЕН МОСТ

Камениот мост е симбол на град Скопје. Лоциран е во строгиот центар на градот на реката Вардар и претставува врска меѓу стариот и новиот дел на градот. Според новите истражувања, во 1990 година, се претпоставува дека Камениот мост бил изграден во VI век, за време на царот Јустинијан I, а во XV век го добил денешниот изглед, за време на владеењето на султанот Мехмед II. Камениот мост е изграден од фино изработени камени блокови, а неговата конструкција лежи на масивни столбови поврзани со 13 полукружни сводови.

Римски АКВЕДУКТ

Римскиот акведукт се наоѓа на периферијата на Скопје, покрај патот Скопје – Качаник. Изграден е од тули и камен. Го снабдувал градот со вода од планината Скопска Црна Гора. Од некогашните 200 свода, денес се зачувани 50. Се претпоставува дека бил изграден во VI век, во времето на Јустинијан I, па поради тоа овој акведукт се нарекува и Јустинијанов акведукт.

Манастир СВ. ПАНТЕЛЕЈМОН, с. Горно Нерези

На ѕидовите на овој манастир – уметнички споменик е сочувано фреско сликарство, кое по своите квалитети со право се вбројува меѓу врвните дострели на византиското сликарство од периодот на XII век, времето на владеењето на познатата династија на Комнените. Според тоа, овој манастир има исклучителна раритетна фрескосликарска вредност (стара приближно девет века) за Македонија, за Европа, но и за светот. Оваа констатација ја наведуваме поради фактот што фрескосликарската композиција во црквата е направена 140 години пред појавата на ренесансата во Италија. Сепак, експерти на средновековната уметност наведуваат дека, елементи од некаква византиска фрескосликарска ренесанса на ликови со внатрешни чувства, емоции и драматизам, среќаваме во Македонија, меѓутоа како уметнички стил кој нема никакви допирни точки со ренесансата во Италија. Манастирот била изграден во 1164 година, со средствата на византискиот принц Алексеј, син на Константин Ангел и Теодора, најмладата ќерка на византискиот император Алексеј I Комнен. Посебноста на објектот се гледа во стилот на градбата, градена од непознати талентирани градители и непознати талентирани зографи на живописот, кои според тоа што е насликано биле најзначајни имиња на своето време. Манастирот изградена е на монолитна карпа, објектот ѕидан е со камен и со тули, во форма на впишан крст во правоаголен простор и има пет куполи, односно во горниот дел завршува со една поголема осмострана и четири помали четири страни куполи. Посебно внимание привлекуваат фреско сликарските композиции на „Оплакување Христово“, „Причестувањето на апостолите“, „Раѓањето на Св. Богородица“, „Влегувањето во Ерусалим“, „Симнување од крст“ и други. Во текот на долгата историја манастирот преживеал пожар, земјотрес, разурнувања и грабежи, но останал свет и светол сведок за богатиот црковен и културен живот. Денес манаситрот е достапен и отворен за посета на голем број верници и туристи кои доаѓаат од разни делови од Македонија и светот.

Манастирот Св. НИКИТА, с. Бањани

На падините од Скопска Црна Гора, северозападно од Скопје, помеѓу селата Горање, Бањани и Чучер, на една возвишеност, подигнат е манастирот Св. Никита. Подигната е на стари темели во 1307/8 година. Архитектонски црквата е решена во форма на впишан крст во правоаголно пространство. Сидана е од камен и тули поврзани со малтер. Фрескоживописот во црквата потекнува од времето кога е градена, со исклучок на некои делови од понов живопис. Црквата е зографисана од зографите Михајло и Евтихие. Истите мајстори се автори на фреските во црквите Св. Климент (Богородица Перивлепта), во Охрид, и црквата Св. Ѓорѓи во село Старо Нагоричане, Кумановско. Живописот на црквата поделен е во три зони. Првата зона ја сочинуваат светители во цел раст кои се анфас сликани. Фреските од втората зона се посветени на „Христовите чуда“. Третата зона ги илустрира фреските претставени преку композициите на „Христовите маки“, од кој меѓу позначајните се одделува фреската „Тајната вечера“. На фрескоживописот има записи од црковнословенско кирилично писмо, што значи дека црковнословенски јазик и писмо биле јазикот и писмото на македонското население. Во фреските ја има и македонската народна носија.

Црквата ВОВЕДЕНИЕ НА Св. БОГОРОДИЦА–Св. СПАС, с. Кучевиште

На падините на Скопска Црна Гора, во селото Кучевиште, се наоѓа црква посветена на Св. Воведение на Св. Богородица. Кај населението таа е позната под името Св. Спас. Црквата била изградена пред 1348 година, а живописана помеѓу 1355 и 1358 година, од страна на зографот Григорие. Архитектонски црквата во основа покажува впишан крст во правоаголно пространство, над чиј центар се издига висока купола на четири столба. Од надворешната страна апсидата е петострана, украсена со ниши и полиња, со декоративно всидани тули. Талентираниот зограф изработил повеќе композиции од кој значајни се: „Миене на нозете“, „Оплакувае на Христа“, „Богородица со Христа“ и др. Црквата во текот на долгата историја неколку пати обновувана, па така денес се среќаваат неколку слоеви на фрескоживопис, при што е создадена цела галерија ликови, настаната во различни периоди. Во внатрешноста на црквата се наоѓа и иконостас со повеќе икони работени во XIX век. Меѓу нив посебно место завзема иконата (врата) на Дичо Зограф од село Тресонче, работена во 1845 година, и спаѓа меѓу најраните Дичови дела. Денес до црквата води асфалтен пат. Во непосредна близина на селото Кучевиште, во долината на Кучевишка Река се наоѓа и манастирската црква посветена на Св. Архангел Михаил и Гаврил. Црквата има форма на впишан крст со една купола. Годината на изградба на црквата не е утврдено. Утврдено е дека била фрескоживописана во 1591 година. Ако се суди според начинот на градењето и стилските одлики на архитектурата, црквата веројатно била градена кон крајот на XIV или почетокот на XV век.

МАРКОВ МАНАСТИР Св. ДИМИТРИЈА, с. Сушица

Во околината на село Сушица, Скопско се среќаваат неколку цркви и манастири од XIV век, и тоа: Марков манастир, црквата Св. Богородица и црквата Св. Архангел Гаврил. Марковиот манастир е наречен под тоа име зашто што ктитори биле кралот Волкашин и неговиот син – кралот Марко. Манастирската црква е изградена во 1345 година, а живописана меѓу 1366 и 1371/2 година. Овој манастир го сочинуваат повеќе згради наредени како венец околу црквата, стариот и новиот конак, старата манастирска трпезарија, камбанаријата, воденицата и други помошни објекти. Црквата е во форма на впишан крст, а изградена е со камен и тули. До манастирот води асфалтен пат, и во текот на годината е посетуван од многу верници и туристи.

Манастирот Св. АНДРЕЈ

Во кањонот на реката Треска, до брегот од вештачкото езеро Матка се наоѓа манастирот Св. Андреа или Св. Андреј. Од натписот во црквата се спомнува дека ја подигнал Андреа, вториот син на кралот Волкашин, во 1388/89 година. Во внатрешноста на црквата има неколку натписи, се споменува монахот Калест Кирил кој заедно со останата „братја“ учествувал во градбата, и бил игумен и основач на

црквата, и дека по живописувањето умрел. Исто така, во друг натпис се споменати и негови зографи: митрополит Јован, зограф и монахот Григорие, кои работеле и во манастирот Св. Преображение во с. Зрзе. Живописот во црквата е претставен во три хоризонтални зони, а особено забележливи се фреските на светите војници: Св. Ѓорѓие, Димитрие, Теодор Тирон и Теодор Стратилат, прикажани во првата зона во цел раст. Во втората или средната зона се прикажани неколку сцени од „Маките на Христа“. И во третата, горна зона се илустрирани сцени од циклусот на Големите празници: „Раѓањето на Христос“, „Сретението“, „Крштевањето на Христос“ и други. Денес, поради пристапноста и атрактивноста на просторот, овој манастир и непосредното опкружување, претставуваат интересна туристичка зона која доста е посетена од верници и туристи од Македонија и странство.

СУЛТАН МУРАТОВА – ХЈУНКАР ЏАМИЈА, Скопје

Султан Мурат II во 1436 година ја подигнал оваа џамија како свое наследство. Меѓутоа, во текот на историјата, џамијата повеќепати пострадала, но секој пат била обновувана. Второто име на џамијата Хјунќ-ар (царева, султанска) или Саат џамија, поради саат култата што се наоѓа во нејзиниот двор, изградена во периодот од 1566 до 1572 година, како прва саат-кула во Отоманската Империја. Саат кулата е висока 40 метри и има три дела. Механизмот на часовникот бил загубен и никогаш не бил пронајден. Во доворот на џамијата се наоѓаат и две турбиња, на Бејхан Султан и семејната гробница на Али-паша од Дагестан.

ИСХАК–БЕГОВА (Шарена) ЏАМИЈА или ГАЗИ ИСА – БЕГОВА, Скопје Изградена од Исхак-бег во 1438 година, покрај џамијата како наследство, подигнал уште турбе, медреса, конаци и згради кои и припаѓаат на профаната архитектура. Низ историјата повеќе пати била преправана, оштетувани, но и обновувана. Името Алаџа, што значи шарена, го добила по разнобојните плочки, кои денес се зачувани само на турбето зад џамијата.

ИСА – БЕГОВА ЏАМИЈА, Скопје

Оваа џамија се наоѓа во непосредна близина на Бит-пазар во Скопје. Подигната е во 1475 година од страна на Иса-бег, син на Исхакбег, основачот на Алаџа џамија, како наследство. Има две куполи, а пред влезот во џамијата се наоѓаат трем на столбови со пет помали куполи.

МУСТАФА – ПАШИНА ЏАМИЈА, Скопје

Мустафа – пашина џамија е подигната 1492 година од заповедникот на Скопје Мустафа – паша. Мустафа – паша умрел 1519 година и бил закопан во турбето што се наоѓа покрај североисточниот ѕид на џамијата. Денес во дворот на џамијата се наоѓаат турбето на Мустава – паша, саркофагот на неговата ќерка Уми, шадрванот, неколку надгробни нишани, како и остатоци од некогашниот имарет и од медресата. Џамијата има импозантна купола и тесно извишено минаре. Пред џамијата е поставен трем на четири мермерни столбови со три помали куполи. Џамијата е ѕидана со наизменични редови од клепан камен и два реда тули.

ЈАХЈА – ПАШИНА ЏАМИЈА, Скопје

Џамијата е подигната во 1504 година од Јахја – паша во Скопје, како негово наследство. Во текот на нејзиното постоење повеќепати била поправана и досидувана. Минарето на џамијата е високо 50 метри, и се смета за највисоко меѓу скопските минариња, на другите џамии. На врвот од минарето се наоѓа, од злато изработена полумесечина и ѕвезда. Во доворот на џамијата се зачувани надгробни споменици и турбе.

ЧИФТЕ – АМАМ, Скопје

Амамот е дело на Иса-бег, како наследство, изграден во 1531 година. Амамот е поделен на два дела со посебни влезови за капење на мажи и одделно за жени, проди што го добил и името Чифте-амам (двоен амам).

ДАУТ – ПАШИН АМАМ, Скопје

Во непосредна близина на Камениот мост, во стариот дел на Скопје, се наоѓа еден од најмонументалните споменици на исламската профана архитектура амамот на

Даут – паша. Во времето од 1489 до 1497 година Даут – паша бил голем везир на Румелија и го подигнал амамот со свои средства. Амамот повеќе време бил препуштен на постепено пропаѓање, но по извршената реконструкција, денес е сместена Уметничката галерија.

КУРШУМЛИ – АН, Скопје

Точниот датум на подигнувањето на амот не постојат. Се наоѓа во Старата скопска чаршија. Името го добил по покривот на многубројни куполи обложени со куршум (олово). Куршумли-ан од своето постоење ја менувал својата функција, прво бил ан, потоа бил претворен во затвор, па пак во ан. Денес, неговите простории се користат како лапидариум на Археолошкиот музеј.

МАНАСТИР СВ. СПАС, Скопје

Во Скопје има голем број цркви, но најстара е црквата Св. Спас. Според историските извори во Скопје биле подигнати голем број цркви во периодот од X – XIV век, ниедна од нив не останала денес. Остатоци на фрески на јужниот ѕид има од XVII век. Обновата на црквата настанала после палењето на градот во 1689 година, а со тоа и на претходната стара црква. Конечниот изглед црквата го добила во почетокот на XIX век. Црквата е полукопана во земја за да не може да доминира, туку да биде во сенка на околната џамија. Позната е по импозантниот иконостас (широк 10 и висок 6 метри) е дело на Макарие Фрчковски и браќата Марко и Петар Фрчковски-Гарката, од Галичник, кои на него работеле од 1819 до 1824 година. Иконостасот е направен од ореовов дрво и е со сцени од Стариот и од Новиот завет. Во дворот на манастирот покрај црквата се наоѓа и гробот на македонскиот великан Гоце Делчев чии мошти биле пренесени во 1946 година. Црквата во текот на годината е посетувана од многу туристи и верници. Во Скопје и околината има голем број на цркви и манастири. Поважни цркви во град Скопје се: Св. Димитриј, Св. Богородица, Св. Ѓорѓи, Соборниот храм Св. Климент Охридски и други.

СОБОРЕН ХРАМ СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ, Скопје

Соборниот храм Св. Климент Охридски е еден од позначајните објекти од поновата историја на Скопје. Соборниот храм е осветен во 1990 година. Габаритот на храмот претставува архитектонска градба на спој помеѓу старите со новите стилови на македонска црковна архитектура. Импозантната градба во комбинација од четири куполи и кули завршува во една голема осмоаголна купола, со голем позлатен крас најгоре. Внатрешноста на црквата е фрескоживописана и има голем иконостас на четири дела, изработени од македонски уметници зографи и резбари. Во дворот на црквата има фонтана која е подарок од Иламската верска заедница. Исто така, во дворот на црквата се наоѓа и споменик на патронот, Св. Климент Охридски, како и висока камбанарија.

МИЛЕНИУМСКИ КРСТ, Скопје

Изграден е во 2002 година а во чест 2000 години од појавата на христијанството. Основата на милениумскиот крст е поддржана од 12 мали столбови кои ги симболизираат дванаесетте апостоли, и четири големи столбови (високи 10 метри) кои ги симболизираат четирите евангелија и кои заедно со непосредното опкружување прават крст. Над нив се наоѓа 67 метри висока челична конструкција и распон на краците од 46 метри. Крстот е поделена на 33 делови кои ги симболизираат годините на Исус Христос. Ноќе крстот е осветлен со 650 светилки. Милениумскиот крст е видлив во радиус од 40 км.

2. ОХРИД

Разгледување на стариот дел од градот, од стара чаршија па нагоре кон Св. Софија, Антички театар, Горна порта, црква Св. Богородица Перивлепта, Самоилова Тврдина, Палаушник – црква Св. Пантелејмон, Св. Климентов универзитет, црквата Св. Јован, куќи со стара градска архитектура, Долна Порта, пристаниште со спомениците. Посета на музеј и спомен куќи во Охрид. Надвор од градот посета на наколното живеалиште, Музеј на отворено - Наколна населба „Мичов град“.

ЛИХНИД - ОХРИД

Охрид – град културен споменик, спаѓа меѓу најстарите населби во Македонија чиј континуитет и траги на постоење ги следиме во временски рамки од 2,5 милениуми. Во III век пр. н.е. на денешното место на Охрид се наоѓала населбата Лихнид. Тоа го потврдуваат богатите гробни наоди (на златни огрлици, златни обетки и др.) од некрополата во месноста Дебој која му припаѓала на Лихнидос. Последните археолошки истражувања на Самоиловата тврдина, исто така, го потврдуваат постоењето на стариот антички град кој од крепоста се ширел јужно се до езерскиот брег, и источно до соседниот рид Дебој. Споменици од античкиот период низ градот се среќаваат преку античкиот театар, бројни скулптури, статуетки и релјефни плочи, а остануваат за откривање уште јавните објекти, агора, гимназион, базилика, храмови итн. Најстарото население го сочинувале Бригијците и Енхелејците. Градот станал дел од Македонското кралство на Филип II и Александар III Македонски. Се наоѓал и низ него поминувал познатиот пат Виа Игнација. Градот станува главна римска воена база, постоела ковачница за пари и бил главен град на Дасаретите. Христијанството во Лихнид - Охрид се проширило далеку уште пред неговото официјализирање. Како прв христијански мисионер во овие краишта се смета Еразмо од Антиохија (Сирија), кој што настрадал кон крајот на III век од новата ера. Култот кон овој христијански учител се зачувал во Охрид до дениешни дни, а во средниот век нему му била посветена пештерната црква изградена во непосредна близина на градот. Уште во првата половина на IV век, набрзо по признавањето на христијанството, во Лихнид била формирана Лихнидската епископија. Последната вест за античкиот град Лихнидос, е веста за неговото разурнување и тоа од голем земјотрес во првата половина на VI век. Врз рушевините на античкиот град Лихнидос се раѓа средновековниот Охрид, во кој заедно живеат старото домородно и новото доселено население. Во 879 година Охрид станал епископско седиште, а во 886 година, со доаѓањето на Климент и Наум, населбата прераснала во културен центар, од каде започнало да се шири словенската писменост и книжевност. Во составот на македонската словенска држава Охрид бил престолнина на цар Самоил. Во периодот на Византија градот станал седиште на Охридската архиепископија, во кој доста било развиено рибарството, занаетчиството и трговијата, со што претставувал и стопански центар. Во текот на турското владеење, градот бил седиште на Охридскиот санџак, а истовремено бил и црковен центар, седиште на Охридската архиепископија. Во 1767 година била укината Охридската архиепископија, со што Охрид ја изгубил улогата на центар на старата самостојна словенска црква. Во текот на XIX век во Охрид се случуваат низа збиднувања кои генерално влијаат на македонската историја. Имено, тој е прв град кој се кренал против грчкото и другите културни влијание, тука се појавува прогресивна културна младина на учители, книжевни дејци и видни трговци (Григор Прличев, Константин и Димитар Робев, Рајко Жинзифов од Велес, Димитар Миладинов од Струга и други. Во текот на XIX и XX век градот постојано стопански и културно се развива негувајќи автентични и специфични содржини: охридска архитектура, охридски бисер, охридско филигранство, резбарство, грнчарство, печатарство и сл. Денес градот е најразвиено и најатрактивно туристичко место во Република Македонија, кој нуди богата природа, историја, религија и култура. Богатото и разновидно природно и историско наследство на градот Охрид и регионот (генерално се мисли на Охридското Езеро, Галичица и Струга) биле пресудни фактори Охрид да биде ставен под заштита на УНЕСКО.

САМОИЛОВА ТВРДИНА, Охрид

Почетокот на изградбата на тврдината со сигурност не е позната, сепак, римските историчари споменуваат дека Лихнидос бил град со тврдина. Благодарение на тврдината градот повеќе пати успеал да се брани од наезда на разни племски војски. Според тоа, почетоките на тврдината се во античкиот период. Меѓутоа, денешниот изглед на тврдината бил изграден за време на владеењето на цар Самуил (976-1014) и била престолнина на неговото царство. Сместена на ридот тврдината доминира над

градот и се издига над градскиот хоризонт, со 3 км долгите и од 10 до 16 метри високите ѕидишта, повеќе одбрамбени кули, порти („Горна порта“ и „Долна порта“) и слично.

СВЕТИКЛИМЕНТОВ Манастир, Св. ПАНТЕЛЕЈМОН на Плаошник, Охрид

Свети Климент Охридски е најдаровитиот ученик на светите браќа Кирил и Методиј, сесловенски просветители и учители. Во 886 година Климент ја формира Охридската книжевна школа или попозната како Прв словенски универзитет. Според климентовото житие таму околу 3500 ученици ги добиле своите знаења. Универзитетот го негувала Глаголското писмо, долго после неговата официјална замена во 893 година со Кирилско писмо. Името Ахрида за првпат се споменува во актите на цариградскиот црковен собор во 879 година. Во 893 година Климент е поставен за епископ во Велика или Дрембица, а на негово место за учител е назначен неговиот соработник и близок пријател Наум. Околу 893 година била подигната Климентовата црква во форма на триконхос (тролисна детелина). На запад црквата имала нартекс каде што бил сместен Климентовиот гроб, што според житието самиот си го приготвил во југозападниот дел на пронаосот на црквата. Климентовата црква во турскиот период била претворена во џамија, а после била срушена, а на нејзино место била изградена султан Мухамедовата џамија. Во 2000 година беше извршена реконструкција на Климентовата црква со сите нејзини фази. Со археолошките истражувања се пронајдоа и остатоците на богатата и големата ранохристијанска базилика што лежеше под црквата (храмот бил изграден во V век, кога Лихнидос бил епископски центар. Мозаикот на базиликата има прекрасни мотиви на животни и растенија.). Значи, Климент ја изградил триконхосната црква во делот на стариот Лихнид, односно над старата црква, седиште на Лихнидската епископија. Неговиот манастир бил првиот словенски манастир, изграден како триконхосни, практика која се применила во Охридскиот регион, но и пошироко. На 11 август 2002 година беше освет новиот Светиклиментов манастир.

Манастир Св. Наум Охридски, Охрид

На најјужната точка од Охридското Езеро, 30 км од Охрид, се наоѓа манастирот Св. Наум Охридски, на висока карпа над езерото.

Црквата е посветена на Соборот на светите архангели, и била подигната во 900 или 905 година. Била изведена во комбинација со триконхосна форма, слично како и Климентовата црква на Плаошник. Во турскиот период била урната, а на нејзино место во повеќе градежни фази била подигната денешната манастирска црква, како комбинација на мала трибродна базилика со впишан крст со купола. Остатоците на старата триконхална градба што беа откриени со археолошките ископувања денес се обележани во подот на црквата со црн мермер.

Иконостасот во Манастирот Св. Наум, е изработен во 1711 година и претставува извонредно уметничко дело во кој се вклопени извонредната резба и иконите. Иконите ги изработил зографот Константин, а фреските во другите делови на црквата ги изработил Трпо од Корча во 1806 година. Во манастирот и денес стојат два мермерни столбови кои припаѓаат на старата Наумова црква, и во кои се врежани глаголски и кирилски букви. Во манастирот е гробот на Св. Наум, кој е сосидан во југоисточниот дел од нартексот, на истото место како и гробот на Св. Климент во неговиот манастир во Охрид. Денес, комплексот на манастирот го сочинуваат: црквата, манастирските конаци, камбанарија, дел за монасите, хотелски и ресторански дел.

Соборна Црква Св. Софија, Охрид

Црквата Св. Софија била катедрална црква на Охридската архиепископија. Во неа е прогласено и возобновувањето на Охридската архиепископија во 1958 година. Оваа катедрална црква е најзначајниот средновековен споменик во Македонија, но и со најголеми комплекси на фрескоживопис на византиската уметност во Европа, од XI век. Фреските во црквата се од XI и од XIV век. Изградена е во X век или околу 1000 година во времето на цар Самоил, кога ја пренес својата престолнина од Преспа во

Охрид. Црквата била подигната на старо култно место, врз темели на градба од ранохристијанскиот период и врз ранохристијанска базилика. Во Св. Софија се востоличувале охридските архиепископи, а и сега во неа се восоличуваат поглаварите на Македонската православна црква. Црквата над централниот дел на наосот порано имала купола, која подоцна се срушила, а на нејзино место турците поставиле свод. Затоа денес црквата има форма на трибродна базилика. Во својата првобитна форма црквата била изведена како комбинација на базилика со впишан крст со купола. На аглите на црквата, во горните делови имало мали бочни капели. Во текот на XIII век дошло до реконструкција на спрат на нартексот, а во XIV дограден е на запад пространиот ексонартекс со две куполи над страничните делови. Во текот на турскиот период, црквата Св. Софија била претворена во џамија. При тоа сите фрески биле премачкани со вар, мермерната олтарна преграда и амвонот биле размонтирани. На северозападната купола на ексонартексот било подигнато минаре, што било срушено во 1912 година. Денешниот изглед, на исчистените фрески од премачканиот вар се од времето на охридскиот архиепископ Леон (1037–1056). Највпечатливи фрески се: „Воснесението Христово“, „Богородица со Христос“, „Причестувањето на апостолите“, „Службата на Св. Василиј“ и други. Во XI век Св. Софија била „Голема црква“ на Охридската архиепископија, под чија дијецеза ила територијата од Солунскиот Залив до Дунав и до Јадранското Море.

ЦРКВА СВ. ЈОВАН БОГОСЛОВ – КАНЕО, Охрид

Црквата св. Јован Богослов сместена е на висока карпа во месноста Канео, поранешна рибарска населба. Црквата е изградена околу 1280 или 1290 година. Градбата е од делкан камен, бигор и тула, во правоаголна основа, со впишан крст и со осмоаголна купола. Куполата на црквата има елементи во специфична изведба. Тоа се малите триаголници завршетоци на куполата, сосема невообичаени за куполите на византиските цркви.

ЦРКВА СВ. БОГОРОДИЦА ПЕРИВЛЕПТА, Охрид

Црквата Св. Богородица Перивлепта била изградена во 1295 година. Таа е исклучително значаен објект, кој е сочуван во целина, било од архитектонски или сликарски аспект. Црквата е значајна и поради тоа што има две имиња: и Богордица Перивлепта и Свети Климент. Така е наречена во XV век, кога Турците го урнале Светиклиментовиот манасатир Св. Пантелејмон на Плаошник. Тогаш христијаните ги зеле моштите на свети Климент и ги пренеле во овој храм. Затоа оваа црква го добила и името Св. Климент. Таа биле и Катедрален храм, односно храм на охридските архиепископи, откако Соборниот архиепископски храм Св. Софија бил претворен во џамија. Во оваа црква се востоличени првиот поглавар на Македонската православна црква – архиепископот Доситеј (1958 г.) и тројцата следни поглавари (Ангелариј, Гаврил и Михаил), додека петтиот поглавар – архиепископот Стефан е прогласен во Соборниот храм Св. Софија. Црквата во својата архитектура презентира дело од врвот на византиската архитектура и фрескоживопис од крајот на XIII век. Градена е од специфичен систем со комбинација на тули и камен, декориран со многубројни мотиви и претставува дело на епирско-македонско стилско милје. Подоцна во втората половина на XIV век, кон јадрото на црквата биле доградени капели на северната и јужната страна и трем, кој во XIX век бил затворен со ѕид од камен. Фреските во црквата се дело на познатите сликари Михаил и Евтихиј, што ја претставуваат најстарата сликарска целина од стилот на „ренесансата на Палеолозите“ во Византија на преминот од XIII во XIV век. Од мноштвото фрески, како највпечатливи се композициите на сцените: „Оплакувањето на Христос“, циклусот посветен на животот и страдањата Хрстови, циклусот посветен на Св. Богородица, сцени посветени на светителите и други сцени.

Други цркви во Охрид и Охридско се: црквата Св. Елена и Константин, Св. Кузман и Дамјан, Св. Богородица, Св. Врачи, Св. Никола Геракомија, Св. Никола Болнички и Св. Богородица Болничка, Св. Ѓорѓи, Св. Димитриј, Св. Никола Чудотворец, Св. Варвара, Св. Троица и други во Охрид, потоа црквата Св. Богородица Заумска, с.

Трпејца (1361 г.); пештерната црква Св. Еразмо; пештерната црква Св. Стефан; Св. Ѓорѓи во Годивје; Сите Свети во Лешани; Св. Никола во Косел итн.

3. БИТОЛА

Прво посета на Хераклеја Линкестис. Посета на градот од Музејот кон Широк Сокак, стара градска Архитектура, католичка црква, цркви Св. Димитрија, Св. Богородица, Св. Недела, џамии – Исак Челеби, Јени Џамија, Саат Кула, плоштад, Безистен, Стара Чаршија, посета на манастир Св. Богородица – Трново, Св. Петка – Цапари, Св. Ана – Маловишта и др.

ХЕРАКЛЕЈА ЛИНКЕСТИС

Во јужниот дел од преградието на Битола се наоѓа Хераклеја Линкестис, антички град основан во IV век пр. н.е. Се претпоставува дека градот го основал македонскиот крај Филип II Македонски. Меѓутоа, откриените артефакти претставуваат доказ за неговото настанување уште во доцното бронзено време. Името Хераклеја градот го добил по Херакле – митски јунак и родоначалник на македонската кралска династија Аргеади, додека епитетот Линкестидска доаѓа од името на областа Линкестида. Хераклеја опстојувала повеќе од еден милениум и се развивала како значаен воен, стопански и епископски град во значајната раскрсница на Виа Егнатија, и ги поврзувала Драч и Солун, а одтаму и Константинопол. Значајни објекти кои денес се откриени со археолошките истражувања се јавните објекти: античкиот театар, термите, портикот, форумот (плоштад), мала и голема римска базилика, епископската резиденција со трапезоидна форма, неколку мозаици со ранохристијански мотиви (геометриски шари, розети, меандри, плетенки, рибни коски, плетен крст, винови лози, разни видови на животни и птици), манастирски комплекс, повеќе статуи и статуетки, разни садови, накит, плочи со натписи, монети и други предмети.

ЏАМИИ во Битола

Во Битола има десетина џамии, од кои најстари и најпознати се Исхак Челеби, Хаџи бег - Махмуд бег, Јени џамија – Кади Махмуд, и Ајдар Кади џамија. Исхак Челеби - Ибни Аса џамија, изградена е во 1506/8/9 година. Исак Челеби бил кадија во Битола. Во 1512 година е погребан во гробот што денес се наоѓа пред џамијата. Џамијата има двоен трем со две куполи. Денес џамијата е активна за верниците на исламската вера во Битола. Втора по важност и старост е џамијата Хаџи - Махмуд беј џамија изградена во 1521/22 година. Се наоѓа на просторот на Старата Чаршија, кај Рибарниците. Третата џамија е Кади Махмуд – ефендија или Јени џамија – нова џамија, изградена во 1558/59 г., има двоен трем со куполи, денес во оваа џамија е адаптирана за уметничка галерија, и со најновите археолошки ископувања во самата џамија констатирани се темели на стара средновековна црква; И четврта по важност е Ајдар Кади џамија изградена во 1561/62 г., и му се припишува на епохалниот генијален архитект мајстор Коџа мимар Синан. Џамијата има трем со три мали куполи, преминот од квадратниот простор во кружна основа на куполата е со тромпи, изведени со украсени елементи во вид на „сталактити“. Покрај џамиите други објекти од исламската архитектура во Битола се: Дебој, Јени амам, Зандан Куле и други.

БЕЗИСТЕН

Безистенот во Битола е еден од највредните и најдобро зачуваните стари градби, со препознатливи архитектонско-естетски вредности. Првите пишани извори за него потекнуваат од почетокот на XVI век. Безистенот бил покриен пазар со 86 дуќани, наменети главно за продажба и за чување на скапоцена стока, текстил, пари и друго. Тој бил изработен од доволно цврст материјал како гаранција за заштита од честите крајби и грабежи. Денес, во Безистенот има разни дуќани, ресторани, банки и други објекти.

СААТ КУЛА, Битола

Саат-кулата се наоѓа во строгиот центар на Битола, на северниот дел од познатата најрепрезентативна улица „Широк сокак“. Се претпоставува дека објектот бил изграден во XVII век. За време на градбата биле употребени 60.000 јајца,

потребни за стврднување на малтерот од кулата. Се раскажува дека во градбата учествувала и тајфа на сидари од Смилево. Саат-култата е висока 33 метри и е поставена на квадратна основа, со страни од по 5,8 метри. Од нејзината северна страна има полукружен засводен влез низ кој се влегува во кулата. Нагоре водат тесни камени скали. На горниот крај од Саат-култата се наоѓа саатниот механизам, распореден на сите четири страни на кои се монтирани саатни стрлки и впишани римски бројки од еден до дванаесет.

ЦРКВА СВ. ДИМИТРИЈА, Битола

Црквата Св. Димитрие е подигната 1830 година, исклучиво со доброволните прилози на месните трговци и занаетчиските еснафи од Битола. Турските власти не дозволиле црквата да биде убава надворешно, но затоа внатрешноста на црквата (нивото е спуштено за околу 1 метар, за да се добие поголем внатрешен простор, за да не се забележува од надвор) претставува ретко убава, пространа „соборна“ градба, украсена со полилеи, резбан епископски стол, амвон и иконостас во резба. Таа е трикорабна базилика со галерии на катот – каде што се наоѓаат параклиси. Во храмот има сочувани икони и постара резба, а му припаѓале на постариот мал храм, што постоел на тоа место. Старите икони потекнуваат од крајот на XVIII век, а ги изработил сликарот Давид од с. Селце, додека постарата резба покажува многу сличности со иконостасот во манстирот Св. Наум во Охрид. Големiot иконостас е плитка резба, гипсиран и позлатен, богат со елементи од растителниот и животинскиот свет, и е изработен околу средината на XIX век.

ЦРКВАТА СВ. НЕДЕЛА, Битола

Црквата Св. Недела се наоѓа во битолските градски гробишта, на северниот влез во Битола. Изградена е во 1863 година. Таа претставува трибродна базилика. Иконостасот во црквата е изработен од дрво, а иконите се од XX век. Оваа црква во предилинденскиот, илинденскиот и поилинденскиот период била место каде се состанувале познати револуционери, и место каде имало тајна леарница за куршуми и бомби.

ЦРКВА СВ. ПРЕСВЕТА БОГОРОДИЦА, Битола

Храмот Пресвета Богородица (1872 г.) е трикорабна базилика со тристрана апсида на исток и со тремови на трите страни, над кои има галерии. Повеќеаголната купола со топка и крст на врвот е одраз на барокните влијанија во градот, кои се одразиле и при градбата на црквата. Иконостасот е споен од два иконостаса во резба од мијачни копаничари. Иконостасите се од црквите во битолските села Магарево и Трново кои во Првата светска војна биле урнати, а иконостасите биле демонтирани и спакувани во 200 дрвени сандачи за да бидат пренесени во Бугарија. За среќа, сандаците останале во Велес и биле вратени во Битола, во оваа битолска црква која, во тоа време немала иконостас. Иконите и фреските се од познатиот македонски сликар Димитар Андонов Папрадишки.

Во Битола има над дваесетина цркви, главно градени во поново време, кои го збогатуваат културното наследство на градот, како град на многу цркви. Во оваа прилика би ги споменале црквите: Св. Наум Охридски, Св. Петка, Св. Ана, Св. Петар и Павле, Св. 40 Маченици, Св. Никола, Св. Јован Златоуст, Св. Јован Богослов, Св. Пантелејмон, Св. Архангел Гаврил, Св. Архангел Михаил, Св. Тројца, Св. Елена и Константин.

Во Битолско познати цркви и манастири се: црквите Св. Ѓорѓи во Цапари, Св. Петка во Маловишта, Св. Богородица во Трново, Св. Богородица во Новаци и многу други, а од манастирите, Св. Петка во Цапари, Св. Ѓорѓи во Велушина, Св. Ана во Маловишта, Св. Христофор во Крстоар, Св. Сотир-Преображение во Буково, Св. Илија во Драгош итн.

МАНСАТИР СВ. ЈОВАН ПРЕТЕЧА, Слечче – Демир Хисар

Под падините на Илинска Планина, над селото Слечче се наоѓа манастирот посветен на Св. Јован Претеча. Точниот датум на основање на манастирот, не е познати. Може да се претпостави дека постоел и во крајот на XIV век, бидејќи според

извесни податоци, во 1393/94 година. Меѓутоа, манастирот за прв пат се споменува во писмо од 1543 година., во кое се споменува, дека братството на манастирот му направило посета на кратовскиот манастир Претеча. Манастирот е познат како најплоден книжевен и сликарско - резбарски центар. Во неговата библиотека имало ракописи кои водат потекло од XI и XII в. „Слепчански апостол“, како и многу ракописи од XIV, XV и XVI век „Слепченски писмовник“ и „Слепченски поменик“.

Други познати цркви и манастири во Демир Хисар, а подекнуваат од средниот век, се: Св. Никола, с. Слепче; Св. Атанасие Александриски во с. Журче, Св. Димитрија во Жван, Св. Никола Топлични и многу други.

4. ПРИЛЕП

Посета на централното подрачје, чаршијата, споменици, музеј на градот, цркви, Саат Кула, Варош, Маркови Кули, манастир Св. Архангел Михаил, музејот на тутун. Манастир Св. Преображение во с. Зрзе, манастир Св. Богородица – Трескавец, археолошкиот антички локалитет Стибера и други

СТИБЕРА

Античкиот град Стибера се наоѓа југозападно од Прилеп, кај денешното село Чепигово. Староста на градот е димензионирана во периодот на античка Македонија. На местото на локалитетот откриени се повеќе натписи, статуи, скулптури,

МАРКОВИ КУЛИ, Прилеп

Северозападно од Прилеп се наоѓаат остатоците на Маркови Кули, еден од најживописните средновековни градови во Македонија. Како утврдено место и воен пункт се споменува од времето на цар Самоил. Градот бил именуван како Прилапон, Припалос и Прилепон. Тврдината најповеќе се прославила во времето на Крал Марко. Подоцна тврдината ја губи својата важност. Непосредно под Маркови Кули се наоѓаат неколку средновековни цркви и манастири, кои денес се составен дел од населбата Варош во Прилеп. Познати цркви и манастири од крајот на XIII и почетокот на XIV век се: црквите Св. Никола (1298 г.), Св. Богородица Пречиста, Св. Димитриј, Св. Атанасие, Св. Петар, и манастирот Св. Архангел Михаил (фрески од 1270-1280 година). Други познати културни споменици во Прилеп се: Саат култата, Амамот, Старата Чаршија и сл.

МАНАСТИР СВ. ПРЕОБРАЖЕНИЕ, с. ЗРЗЕ

Манастирот Св. Преображение во литературата е познат како манастир Зрзе. Подигнат е над една рамнина над селото Зрзе. Со последните археолошки истражувања пронајдени се темели на ранохристијанска црква. Што се потврди претпоставката дека црковниот живот во овој манастир потекнуваат од почетоците на христијанството.

МАНАСТИР ТРЕСКАВЕЦ

Манастирот Трескавец со црквата посветена на Успение на Богородица, се наоѓа на десетина километри од Прилеп. Времето на неговото градење може да се смести во широки рамки од XII до XIV век. Резбата во Трескавец е слична со резбарените врати во Слепченскиот манастир и манастирите Св. Пречиста Кичевска и Св. Преображение во Зрзе.

5. ВЕЛЕС

Разгледување на градот. Посета на музејот на градот, спомен куќата на Кочо Рацин, црквата Св. Пантелејмон, Костурницата и др. Денес, Велес за туристите интересен е поради неговиот уникатен и амфитеатрален облик, со куќи скалесто наредени и високо распоредени на ридовите од двата брега на река Вардар. Односно, со својата уникатна староградска архитектура, со стари куќи со повеќе катови, еркери и чардаци. Денес, повеќе куќи се претворени во музеи, како на пример куќата на Васил Главинов, куќата на Кочо Рацин и други. Важни културно – историски споменици се црквата Св. Пантелејмон (црквата е трикорабна и изградена во 1840 г. од познатиот мајстор Андреја Дамјанов, и е ставена под заштита на УНЕСКО). Друг значајни објекти

за посета на туристите се Саат Кула (XVI век), црквите Св. Богородица, Св. Јован, Св. Спас, Св. Димитрија, Св. Никола и други. Интересна туристичка атракција се Спомен Костурница, Споменик на Гемициите, Споменик Коњаник, Споменик на Кочо Рацин и др.

СТОБИ

Археолошкиот локалитет Стоби се наоѓа во атарот на Општина Градско и во близина на административниот центар Градско. Оформен е од страна на старомакедонското племе Пајонци и бил во составот на старо македонската држава. Бил важен стратешки воен, културен, трговски и сообраќаен центар. Најголем развој доживува за време на Римската империја, кога станува главен град на провинцијата Македонија Салутарис или Секунда. За почетоците на христијанството во Македонија значајно место зазема Стоби. Сепак, развојот на градот е прекината како последица на земјотресот од 518 година и нападите на разни племиња. Денес, преку археолошките ископувања ја гледаме важноста на градот кој имал високи стандарди на живеење, со водовод, палати и домовите кои биле опремени со мозаици, дворишта, градски чешми, терми, разни статуи, театар, коцкарница, епископска резиденција со базилика и други објекти.

6. СТРУГА

Разгледување на градот, чаршијата, црквата Св. Ѓорѓија, природниот музеј „Никола Незлобински“ и др. Цркви во Струга и Струшко се: црквата Св. Ѓорѓи во Струга; црквата Св. Никола во Струга; црквата Св. Атанајсиј во Калишта; црквата Св. Богородица во Калишта, црквата Св. Петар во Клаишта; Св. Спас во Вевчани; црквата Св. Спас во Вишни и уште многу други.

Важни културно – историски споменици во близина на **Дебар** се манастирот Св. Јован Крстител или Бигорски манастир, манастирот Св. Ѓорѓи Победоносец во село Рајчица, Бањата Бањиште или Цапа, Косовски бањи, водопадот Дуф, планината Кораб, Бистра, реката Радика, Дебарско Езеро, Глобочица, Стогово, селата Јанче, Ростуше, Гари, Лазарополе, Галичник и др.

Во **Општина Кичево** се манастирот Воведение на Пресвета Богородица – Пречиста, изворот на река Треска, планина Бистра, Китино кале во Кичево, Соборната црква Св. Петар и Павле во Кичево, манастирот Св. Ѓорѓи во село Кнежино и други.

Во **Општина Македонски Брод** се манастирот Успение на Пресвета Богородица во село Манастирец, реката Треска, езерото Козјак, Девини кули во близина на село Девич, пештерата Пешна и др.

МАНАСТИРОТ СВ. ЈОВАН КРСТИТЕЛ или БИГОРСКИ МАНАСТИР

Манастирот Св. Јован Крстител е изграден на бигорна гарпа и од бигор и поради отоа го носи и името Бигорски манастир. Бигорскиот манастир е манастирски комплекс кој се наоѓа на патот помеѓу Гостивар и Дебар, во непосредна близина на селата Ростуше, Битуше, Велебрдо и Требишта, по течението на реката Радика, во западниот дел на Р. Македонија. Според Бигорскиот поменик, манастирот бил основан од страна на монахот Јован во 1020 година, а во XVI век манастирот бил разрушен од страна на Отоманската власт и од целиот комплекс останал само како мала црква. Манастирот бил повторно обновен во 1743 година, од страна на јеромонахот Илирион кој бил и првиот игумен на Бигорскиот манастир во поново време. Манастирскиот комплекс го сочинуваат: манастирската црква посветена на Јован Крстител, костурницата, сместена до самата црква, сејменската одбрамбена кула, комплексот манастирски конаци, стар конак, како и новоизградените гостински конаци, горен палат, кујна, две трпезарии, библиотека, галерија на икони и монашки живеалишта. Манастирот Свети Јован Бигорски надалеку е познат по својот иконостас. Тој бил изготвен од страна на Петре Филипов - Гарката од селото Гари. Во неговата тајфа бил и брат му Марков Филипов, Макариј Фрчковски од селото Галичник, и Аврам Дичов со синовите Васил и Филип од родот Филиповци од селото Осој. Тие во периодот од 1829 до 1835 година успеваат да го создадат копаничарското резбарско ремек дело со

прекрасна артистичка дрвена постапка. Иконостасот е поделен во шест хоризонтални појаси. Првиот во основата е составен од правоаголни полиња на кои има орнаменти од флората и фауната. Вториот појас, во кој се поместени престолните икони, завршува со фигура на орел со раширени крилја. Третиот појас е поделен на три помали хоризонтални разделби во кои симетрично се распоредени ангели, гроздови, гранки од винова лоза и др. Над нив се наоѓаат два реда икони - празнични и со претстави на апостолите. Во централната партија се наоѓа големиот крст на којшто е претставено Христовото Распятие. На двете страни од крстот стојат фигури на змеј од чии усти се креваат иконите на Јован Крстител и Пресвета Богородица. Генерално земено иконостасот, како ремек дело е исполнет со голем број декоративни мотиви, фигури и библиски сцени. Во една од нив мајсторите направиле колективен автопортрет, длабејќи ги во дрво своите ликови. Во исто време и сликарите ги работеле иконите за иконостасот. Тоа биле познатите мајстори од епирското село Самарина, Михаил и син му Димитар. Нивните фрески се наоѓаат и во делови на манастирската трпезарија. Манастирот извршил големо културно и духовно влијание во Македонија и во Албанија, каде што се наоѓале манастирските имоти. Денес има бројно монашко братство и богат духовен живот.

МАНАСТИР СВ. ЃОРЃИ ПОБЕДНОСЕЦ, с. Рајчица

Манастирот Св. Ѓорѓи Победоносец се наоѓа во селото Рајчица, во непосредна близина и веднаш пред Дебар, односно во неговото предградие на само 2 км од центарот (значи припаѓа во градската зона). Овој манастир се претпоставува дека е основан во почетокот на XIV век. Изградбата на манастирските конаци е 1835 година во времето кога игумен на Бигорскиот Манастир бил архимандритот Арсениј од Галичник. Црквата била зографисана и живописана во периодот од 1840 до 1852 година од зографот Михаил и монахот Данаил од Бигорскиот манастир, а додека долниот дел го досликал нивниот ученик Дичо Зограф од Тресонче. До 1999 година овој манастир беше руиниран и во рушевини, но благодарение на иницијативата на игуменот на Бигорскиот манастир архимандрит Партениј (со братството), манастирот беше возобновен, а воедно беше возобновено и женското монашко сестринство. За време на празникот Ѓурѓовден и селска слава на селото, присуствуваат голем број дебарчани, но и гости од други градови во Македонија. Во селото Рајчица се наоѓа и црква посветена на Св. Варвара која е подигната во 1597 година. Црквата е еднокорабна со полукружен свод и тространа апсида однадвор. Од некогашниот живопис кој бил работен од локални мајстори се зачувани само остатоци.

МАНАСТИР ВОВЕДЕНИЕ НА ПРЕСВЕТА БОГОРИДИЦА-ПРЕЧИСТА

Манастирот Св. Пречиста Кичевска, или како што порано се викал Крнински манастир, според селото Крнино, кое постоело во неговата близина, претставува стожер на македонската култура и писменост. Тој бил важно културно жариште кое го помагале околните градови (Кичево, Крушево, Дебар, Струга и Охрид) и селските населени места. Долго низ вековите во него се изведувала служба само на словенски јазик. Од постарата историја на манастирот стои дека повеќе пати бил опустошуван, опожаруван, но и обновуван. Денешната црква е изградена во XIX век, од убаво делкан камен и со богата профилација. Фреските ги работел познатиот Дичо Зограф и син му Аврам, од Тресонче. Специфично за овој манастир е тоа што манастирската црква е поделена на два дела, од кои едниот е христијански храм – црква, а другиот е муслимански сакрален простор во кој доаѓаат луѓе од исламската вероисповед на молитва и за своите религиозни потреби. Во црквата се наоѓа и извор со света вода, посветен на Св. Богородица, и водата од светиот изворот ја користат и христијаните и муслиманите.

МАНАСТИР УСПЕНИЕ НА ПРЕСВАТА БОГОРОДИЦА, с. Манастирец

Манастирот е познат и како Поречки манастир. Се наоѓа во селото Манастирец, Општина Македонски Брод. Просторот на Порече има стотина цркви и манастири од кои најзначаен е овој манастир. Манастирот датира од XII – XIV век. Во манастирската црква се среќаваат два фрескоживописи, првиот – најстариот е од светоклиментовиот

период, по се изгледа од времето кога е подигната и црквата. Во средновековието манастирот претставувал книжевен и културен центар во Поречието и пошироко.

Други објекти важни за културниот туризам во овој регион се: Китино кале во Кичево, Соборната црква Св. Петар и Павле во Кичево, манастирот Св. Ѓорѓи во село Кнежино, Кичевско, Девини кули, во близина на село Девич, Македонски Брод и други.

7. КРУШЕВО

Разгледување на градот, стара чаршија, црквите, посета на споменикот Македониум, музејот на Крушевската Република, музејот на Тоше Проевски и др.

Од повеќето споменици на културата во Крушево ќе ги споменеме црквите Св Никола, Св. Богородица, Св. Троица, Св. Јован Крстител – сите во Крушево, потоа следат манастирот Св. Спас, Манастирит Св. Преображение и други.

Крушево е познато и како ски центар, но и како етно град – манифестација која се одржува во предред на Илинден – „Десет дена Крушевска република“.

8. КРАТОВО

Разгледување на градот, старата чаршија, црквите, мостовите и кулите. Посета на музејот на градот.

КРАТОВСКИ КУЛИ И МОСТОВИ

Градот Кратово познато е по својата местоположба сместено во кратер на згаснат вулкан. Токму поради својата специфична местоположба и Кратовската Река која го пресекла кратерот и минува низ средината на градот, се формирала посебна градска архитектура. Како забележителни објекти се Кратовската Ајдучка Чаршија, потоа кратовските кули и мостови. Во Кратово од поранешните 13 кули, денес постојат 6: Симиќева кула, Златкова кула, Хаџи – Костова кула, Саат кула, Крстева кула и Емин – бегова кула. Додека пак, од мостовите најпознати се: Чаршки мост, Радин мост, Аргулички мост, Грофчански мост и Јоркшки мост.

Познати цркви во овој регион се: црквата Св. Ѓорѓи Кратовски во Кратово, Св. Никола Чудотворец во Кратово, црквата Св. Јован Претеча во Кратово, Св. Никола во с. Псача и други.

ЛЕСНОВСКИ МАНАСТИР

Меѓу Кратово и Злетово, односно во близина на Пробиштип се наоѓа селото Лесново, а во него и манастирот посветен на Св. Архангел Михаил и „пустиножителот“ Гаврило. Црквата е подигната во 1341 година. Манастирот се издигнал од степен на игуменија до степен на епископија, седиште на Злетовската епископија. Низ целиот среден век манастирот играл видна улога како центар од каде што се ширела словенската писменост. Од богатиот фрескоживопис најпознати композиции се: „Архангел Михаил“, „Вознесение Лазарево“, „Јудиното предавство“, „Лекување на слепиот“ и други. Во текот на вековите врз црквата и манастирскиот комплекс биле вршени поправки, доградби и слично. Во селото има неколку куќи кои изнајмуваат соби за спиење и престој на туристи, што значи започнат е тренд на практикување на рурален туризам.

9. ТЕТОВО

Разгледување на градот. Посета на Шарена (Алаца) Пашина џамија, Арабати баба теќе, Тетовско Кале, Попова Шапка и др.

Културно – историски споменици: Во Тетово: манастир Св. Атанасиј или Лешочки (1335 г.), Шарена џамија (1495 г.), Арабати – Баба теќе (XVIII), Тетовско Кале, соборна црква Св. Кирил и Методиј, црква Св. Богородица, манастир Св. Наум на Попова Шапка, црква Св. Никола.

Во Гостивар: Саат кула, црква Св. Николај, црква Св. Успение на Богородица и др.

ЛЕШОЧКИ МАНАСТИР, с.Лешок

Лешочкиот манастир има две цркви: Св. Атанасиј и Св. Богородица. Црквата Св. Богородица е изградена во XIII век. Се споменува во громотата на Стефан

Дечански, од 1326 година. Црква Св. Атанасиј е изградена во 1335 годјна, од монахот Антониј, кој подоцна станал прв Полошки епископ Јоанакиј. Со најновите археолошки истражувања се откриени значајни податоци кои сведочат дека градбата е врз стара црква од VI век. Во манастирскиот комплекс се наоѓаат и гробот и споменсобрата со епитафот на надгробната плоча на Кирил Пејчиновиќ – еден од најзначајните македонски преродбеници. До манастирот е сместена и болницата за градни болести. Манастирскиот комплекс (заедно со конаците) во текот на годината е посетуван од многу верници и туристи, и погоден е за летен манастирски туризам.

Други познати цркви во шарско-полошкиот регион се: Соборната црква Св. Кирил и Методиј, Св. Богородица и Св. Никола во Тетово, манастирот Св. Наум на Попова Шапка, Св. Архангел Михаил во с. Непроштено, Тетовско; Св. Никола и Успение на Богородица во Гостивар, и Св. Ѓорѓи во с. Здуње, Гостиварско.

ШАРЕНА ЏАМИЈА – ПАШИНА ЏАМИЈА, Тетово

Шарената (Алаџа) џамија се наоѓа во стариот дел на Тетово. Изградбата на првобитната џамија датира од 1495 година, а нејзини легатори се двете сестри Хуршида и Менсуре, кои се погребани во осумстраното турбе, во дворот на џамијата. Во 1833 година џамијата била обновена и проширена од страна на Абдурахман-паша. Џамијата е значајна по своите внатрешни и надворешни сликарски декорации. Архитектонски претставува квадратна градба во која се огледуваат барокот и неокласичниот османлиски стил.

АРАБАТИ-БАБА ТЕЌЕ

Теќето е изградено во XVIII век од Реџеп-паша и неговиот син Абдурахман-паша. Теќето претставува комплекс од верски објекти, групирани околу турбено (гробот) на бекташок Серсем Али-баба, од кои денес се сочувани: шадрван, турбе, кула, неколку чешми, кујнатрpezарија, гостински конак, дервишхане (текето било користено до дервишкиот ред – Бекташи познати по нивниот аскетски живот), харемлак, многу зеленило, цвеќе и овошки. Денес, во овој комплекс од верски објекти е сместен и Народниот музеј на град Тетово.

ТЕТОВСКО КАЛЕ

Тврдината започнал да ја гради Реџеп-паша и неговата градба траела 20 години, а била завршена од страна на неговиот син Абдулахман-паша во 1820 година, но и тој неуспел да го отвори објектот, бидејќи бил повикан од султанот и заминал за Истанбул и повеќе никогаш не се вратил во Тетово. Затоа, Калето останало невселено и неискористено. Археолошкиот комплекс опфаќа пет сараи, големи кујни, бања и еден бунар во средината. На Калето има остатоци од комплекс магацини, кујна трpezарија, кули, затвор направен под земја, и три тунели. Од постарите остатоци има средновековна црква од XIV век – посветена на Св. Атанасиј.

10. СТРУМИЦА

Разгледување на центарот на градот. Споменикот на Гоце Делчев, Музејот на градот. Црквите Св. Пантелејмон, Св. Кирил и Методиј, Качување на Цареви Кули. Посета на манастирскиот комплекс Св. Леонтиј во с. Водоча, манастирот Св. Богородица Елеуса во Велјуса и др.

МАНАСТИР СВ. ЛЕОНТИЕ, с. Водоча

Манастирот се наоѓа во селото Водоча, Струмичко. Комплексот го сочинуваат три цркви кои денес се споени во една – Св. Леонтиј, две манастирски бањи, манастирски конак, средновековна некропола и стопански придружни објекти. Изградена е врз ранохристијанска базилика. Во црквата има зачувани фрески од XI век.

МАНАСТИРОТ СВ. БОГОРОДИЦА МИЛОСТИВА (ЕЛЕЈУСА), с. Велјуса

Претставува вистински бисер на средновековната архитектура во Македонија. Изградена е во 1080 година, како што е запишана на мермерната плоча. Црквата има три куполи украсени со комплексна декорација. Црквата е значајна поради својата

изворно зачувана архитектура, фрескоживописот (композиција „Слегување во пеколот“), мозаичниот под и мермерниот иконостас.

Манифестации: Струмички карневал, фестивал на камерен театар „Ристо Шишков“, меѓународна струмичка колонија и др.

Во Гевгелија се одржува „Смоквијада“, во Валандово „Ракијада“, До Дојран „Дојрански ракувања“ „ДФестивал“ и др.

11. ШТИП

Разгледување на центарот на градот. Музејот на градот. Црквата Св. Никола, Безитеност, црквата Св. Богородица во Ново Село. Качување на Исарот и др.

Исар (III в.), Баргала (IV), црква Св. Никола (1341 г., преосветена во 1867 г.), Св. Архангел Михаил (1332), Св. Јован Крстител (1350 г.), Св. Спас (1369 г.), Безистен (XVI-XVII), Саат кула (XVII) во Штип. Црква Св. Богородица во Ново Село (1850 г.).

Бања Кежовица

БАРГАЛА

Баргала е доцноантичка населба, лоцирана на 12 км североисточно од Штип. Името на населбата етимолошки се врзува со реката Брегалница. Камениот натпис на кој се споменува населбата датира од 371 година. Денес од населбата се откриени тиркорабна базилика, голем број предмети, монети и слично.

АСТИБО И ШТИПСКО КАЛЕ ИСАР

Штип се смета за многу стара и првпат се споменува во римски период во III век под името Астибо. За времето на Византија, градот бил познат под името Стипион, а со доаѓањето на Словените го добил денешното име Штип. Археолошкиот локалитет Чрешче, наречено и Хисар или Исар е тврдина која се наоѓа во Штип. Сместено е на висок карпест вид со вертикални страни високи 30-50 метри и зарамнет врв во вид на плоча со димензии 300 x 120 м. Исарот се издига 150 метри над реката Брегалница и доминира над широката околина. Остатоци во населбата се среќаваат од периодот на рана антика, преку доцна антика до современо време. Иако населбата е природно непристапна, сепак била опкружена со висок камен ѕид. Во просторот на населбата откриени се остатоци од грнчарија, монети и други движни наоди кои датираат од разни временски периоди.

Во Штип и неговата околина се наоѓаат познати локалитети од сферата на културното наследство. Како најпознати се археолошкиот локалитет од раниот неолите Грначарица во близина на село Крупиште (откриен најстар неолитски човек на Балканот и најстариот жител на Македонија), стар околу 7000 години); археолошки локалитет Моробиздон во село Мородвис, Кочанско (доцна антика и Византија); црквата Св. Архангел Михаил во Штип (прва половина на XIV век); црквата Св. Јован Крстител во Штип (1350 г.); црква Св. Спас (1369 г.); неколку средновековни кули во Кочани; Безистен во Штип (XVI или XVII век); Саат кула во Штип (прва половина на XVII век); црквата Св. Никола во Штип (изградена е врз темелите на старата црква Св. Никола која потекнува од 1341 година, новото преосветување било во 1867 година), црквата Св. Пресвета Богородица во Ново Село (1850 година); Винаца (Виничко Кале, теракотни икони кои датираат од III век, доцната антика – ранохристијански период), манастир Св. Архангел Михаил во Берово (1818 г.), Делчево (археолошки локалитет Стамер – стар 10 милиони години, остатоци од мастодон стар 3 мил. год.; археолошки локалитет Могила, откриена бронзена ритуална кочија), с. Мородвис, Кочани итн.

12. КАВАДАРЦИ

Рагледување на градот и винарската визба „Тиквеш“, потоа посета на црквата Св. Димитрија во Кавадарци, Средновековна Маркова Кула во Кавадарци и др. Маркова кула и црква Св. Димитрија во Кавадарци, манастир Св. Ѓорѓи или Полошки манастир (XIV век), црква Св. Никола Моклишки кај Ваташа (XVI век), Моклишки манастир Св. Никола, Ваташа; Марковата кула во Кавадарци (XVIII век); Музејот на

град Кавадарци. Од манифестациит најважен е „Тиквешкиот гроздобер“ кој се одржува од 5 до 7 септември веќе повеќе од 50 години.

Во **Неготино**, задолжително да се посети Музејот на виното кој располага со археолошка и етолошки експонати за складирање на вино. Потоа, црква Св. Атанасиј во Неготино е изградена 1837 година, Саат Кула изградена во 1821 година, и манифестацијата „Недела на виното по повод Св. Трифун (14.02.)“

13. БЕРОВО

Иако е мал град сепак има што да понуди, а тоа се црквата Архангел Михаил, музејот на градот односно на Разловечкото востание, манастирот Св. Богородица, потоа Беровско Езеро, „Аурора спа центар“ и др.

14. КУМАНОВО

Во Куманово препорачуваме да се посети Музеот на глрадто, да се разгледа центрарот на градто, потоа да се посетат: манастир Св. Богородица кај Мајтече (XIV), црква Св. Ѓорѓи во Старо Нагоричане (XIV), манастир Св. Пресвета Богородица – Карпински кај с. Орах, костурница Зебрњак. Пожелно е да се посети и музејот на Второто заседание на АСНОМ во Пелинце, и Кокино, преисториска асторномска опсерваторија.

Црквата Св. ЃОРЃИ, с. Старо Нагоричане, Кумановско

Во село Старо Нагоричане се наоѓа црквата Св. Ѓорѓи која се одликува со посебна убавина. Според врежан натпис стои дека црквата е подигната во 1313 година, а вториот натпис од 1317/18 година се однесува на датата кога била живописана, од страна на познатите зографи Михаил и Евтихие. Црквата е петкуполна трикорабна градба во форма на впишан крст со издолжен травеј кон источниот и западниот дел. По својата архитектонска концепција е слична на црквата Св. Богородица, на манастирот Матејче. Од многуте фрескописни композиции највпечатливи се „Причестувањето на апостолите“, „Тајната вечера“, „Миене на нозете“, „Распение“, „Одењето на Голгота“, „Качувањето на крстот“, „Подбивањето со Христа“, „Успение Богородично“ и други.

Во Крива Паланка задолжително да се посети манастирскиот комплекс Св. Јоаким Осоговски кај Крива Паланка,

МАНАСТИР Св. ЈОАКИМ ОСОГОВСКИ

Манастирот Св. Јоаким Осоговски е сместен на падините на Осоговските планини, во близина до патот што води од Крива Паланка кон Кустендил во Бугарија. Манастирот е посветен на пустиножителот Св. Јоаким Осоговски (ученик на Св. Јоаким Рилски), кој во XI век аскетски живеел во пештера, во близина на манастирот, во месноста Бабин Дол. Манастирот е паречен и Сариндопор, што значи четириесет долови. Според историски податоци манастирската црква била изградена во средината на XII век од свештеникот Теодор кој станал монахот и добил монашко име Теофан. Денес од оваа црква нема зачувани остатоци. Во текот на вековите манастирот бил во добра, но и во крајна лоша економска состојба. Неговото заживување започнува од средината на XIX век. Имено, на иницијативна на главниот ктитор Хаџи Стефан Бегликчија од Крива Паланка, во 1847 година, под раководство на познатиот градител Андреја Дамјанов отпочнува изградба на големата „соборна“ црква посветена на Јоаким Осоговски. Во 1851 година таа е завршена и осветена. Другата, помала по димензии црква е посветена на Св. Богородица, градена, по едни во XIV век, а по други во XVI – XVII век. Големата црква има дванаесет куполи и простран наос, обиколен со трем на западната и јужната страна. Во манастирскиот комплекс покрај двете цркви се наоѓаат и главниот трикатен конак, камбанарија со костурница, писарница, туристичка зграда, летна бавча и летна кујна, стражарница, нов конак,

резиденција на епархискиот ерхиереј на Полошко – кумановската епархија, и други објекти.

*
* *

Поради неможноста и ограниченоста да се стави се во материјалот за туристички водич, за секој кандидат кој по полагањето ќе организира и реализира водење на групи го препорачуваме следното: **СЕКОЈ ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧ во подготовката на туристички предводења на група низ Република Македонија мора претходно да ги посетите веб страните на Агенцијата за промоција на туризмот www.tourismmacedonia.gov.mk/, веб страна Macedonia Timeless, <http://macedonia-timeless.com/>, но и општините – градовите (односно на оние во кои ќе престојува или поминува групата), потоа веб страните на осумте центри за развој на регионите, веб страната на Википедија и друго.**

Пожелно е СЕКОЈ ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧ да поседува разни печатени или електронски туристички водичи, мапи, брошури, флаери, како и разни други книги, монографии, публикации и сл. од кои добро би се подготвил за водење на групите. Пожелно е да ја посетите веб страната на Тримакс <http://www.3maks.com/> најголем издавач во Република Македонија со најголема туристичка програма на туристички водичи на македонски и странски јазици (туристички водич на Македонија на македонски, англиски, германски, холандски, бугарски, турски и други јазици. Тримакс, располага со туристички водичи за градовите – Скопје, Охрид, Велес, Туристички водич на цркви и манастири во РМ), туристички мапи (Туристичка карта на Македонија, Македонија – цркви и манастири, Македонија – вински региони, Скопје, Пелистер, Маврово, Галичица, Осоговски Планини), голем број разгледници и сувенири.

Во прилог на ова наведуваме Список на дел од туристички водичи издадени во Република Македонија.

СПИСОК НА ТУРИСТИЧКИОТ ВОДИЧ ЗА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Публикувани туристички патеводители за Република Македонија во период 1991 до 2016 год.

Издавач	Наслов на водичот- патеводителот	Година
Општина Струмица	Струмица и Струмичко: туристички водич	1993
Редакција Вечер	Охрид за туристи	1998
Таневски Зоран	Туристички водич на град Скопје	2003
Скопје: Дирекција за култура и уметност	Душата на Македонија	2004
Туристички сојуз на Скопје	Прошетка низ Скопје	2005
Aquila Avrea Macedonica	Струмица: туристички водич	2005
Еократер	Туристички водич за Кратово	2005
Тримакс	Охрид: Балкански бисер	2009
Тримакс	Скопје: туристички водич	2009
Арбериа Дизајн	Прошетка на Шар Планина	2009
Здружение Извор	Природните реткости и културното наследство во Кратово: туристички водич	2009
Здружение Еко идеја	Василево: туристички водич	2009
Тримакс, Општина Велес	Велес: културна ризница	2010
Тримакс	Скопје туристички водич	2010
Тримакс	Велес Туристички водич	2011
Општина Штип	Штип: туристички информатор со мапа на градот	2011
Тримакс	Macedonia: cradle of culture, land of nature	2011
Здружение Симбиоза	Креирање на туристички водич за Штип	2011

	и Карбинци	
Младинска алијанса	Таинствените Беловишки водопади	2011
Општина Крива Паланка	Крива Паланка: туристички водич	2011
Општина Новаци	Општина Новаци: туристички водич	2011
Општина Битола	Туристички водич на Битола	2011
Тримакс	Охрид Македонија Туристички водич	2012
Тримакс	Црквите и Манастирите во Македонија	2012
Тримакс	Скопје Аталс Водич	2012
Малдинска книга – Скопје	Чудесна Македонија	2012
Тримакс	Скопје туристички водич НОВ	2012
Информативно деловен бизнис центар	Македонија: туристички бисер	2013
Центар за развој на источниот регион	Брегалнички регион	2013
Продукција Сидор	Маврово: убавина пред која се молчи	2013
Трето уво	Wonderful Macedonia	2013
Фондација Никола Кљусев	Истражи ја Македонија	2014
Музеј на град Кратово	Кратово низ вековите: 800 години постоење	2014
Тримакс	Македонија туристички водич	2015
Агенција за промоција и поддршка на туризмот во Република Македонија	Позначајни манастири во Република Македонија	2015
Агенција за промоција и поддршка на туризмот во Република Македонија	Водич низ регионите во Република Македонија	2015
Агенција за промоција и поддршка на туризмот во Република Македонија	Водич за препознатливите производи, локалитети, објекти и настани во Република Македонија	2016

Користена литература:

- Димитров В. Никола, Котески Цане.** (2015): Туристичка географија, УГД – ФТБЛ Штип
- Мариноски Науме,** (2010): Туристичка географија, ФТУ, Охрид
- Ѓорѓиевски Мијалче, Јагода Јанковска** (2010): Национална туристичка географија, УТМ, Скопје
- Мариноски Науме.** (2008): Туристички агенции, ФТУ, Охрид
- Панов Никола, Штетик Снежана** (2008): Туристичка географија, Скопје
- Станковиќ М. Стеван** (2007): Туристичка географија, Београд
- Мариноски Науме.** (1998): Туристички географија на Република Македонија, ФТУ, Охрид
- Стојмилов Александар** (1993): Туристичка географија, Скопје
- Кристофер Хил, Мајкл Смит** (2013) Меѓународните односи и Европската Унија. Ars Lamina
- Вилијам А. Хавиленд, Харалд Е. Л. Принс, Дејна Волрат, Бани Мекбрајт** (2014) Антропологија – Предизвикот на човештвото. Ars Lamina
- Емили А.Шулц, Роберт Х.Лавенда** (2009) Културна антропологија - гледиште на човековата состојба. Просветно Дело
- Клајв Гембл** (2009) Основи на археологијата. Табернакул
- Џозеф Холден** (2009) Вовед во физичка географија и околина. Табернакул
- Виктор Т. Ч. Мидлтон, Алан Фајал, Мајкл Морган** (2014) Маркетинг во патувањата и туризмот. Ars Lamina
- Дерек Хол, Ајрин Киркпатрик, Мораг Мичел** (2013) Рурален туризам и одржлив бизнис. Ars Lamina

ПРЕДЛОГ ПРАШАЊА ЗА ПОЛАГАЊЕ ЗА ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧ

1. Што вклучува подготовката на туристичкиот водич?
2. Каква опрема и самопромоција треба да користи туристичкиот водич?
3. Како треба да тече реализацијата на туристичката услуга на водичот?
4. Што вклучува квалитетна и реална презентација на туристичката услуга на туристичкиот водич?
5. Што подразбираме под регистрација и документирање на реализираната туристичка услуга на туристичкиот водич?
6. Со какви проблеми може да се соочи туристичкиот водич?
7. Направи опис на еднодневна туристичка тура – разгледување?
8. Направи опис на една тричасовна туристичка тура – разгледување на Скопје?
(По твој избор - составот на групата може да биде хомоген или хетероген, од 10 – 50 луѓе и сл.)
9. Направи опис на повеќедневна туристичка тура – разгледување низ Република Македонија?
10. Направи еднодневна туристичка тура – разгледување низ Охрид?
11. Како се замисливате како професија туристички водич со цело работно време, од кариера, а не како дополнителна дејност – хоби ?
12. Направи опис на еден трансфер и асистенција од – до *(аеродром, автобуска или железничка станица, град – село, град – планина, град – бања, езеро – планина, во шопинг, носење на ручек, на манифестација,...)* ?
13. Направи опис на подготовка и реализација на полудневно разгледување? *(по твој избор)*
14. Направи опис на подготовка и реализација на еднодневно разгледување? *(по твој избор)*
15. Направи опис на подготовка и реализација на повеќедневно разгледување низ Република Македонија ? *(по твој избор)*

ХОТЕЛИЕРСТВО И ПАТНИЧКИ АГЕНЦИИ

Содржина

I Хотелиерство

1. Историски развој на хотелиерството
2. Видови на објекти за престој
3. Дефинирање и карактеристики на хотелски синџири
4. Функции и должности на управник (менаџер) на хотел
5. Пречекување, регистрација и сместување (рецепција)
6. Намена и опременост на хотелска соба
7. Меѓусебните односи гостин-персонал
8. Резервација – дефиниција, видови

II Патнички агенции

1. Основни средства на туристичките агенции
2. Работна сила во туристичките агенции
3. Деловни односи на туристичките агенции
4. Видови на туристички агенции
5. Ваучер
6. Туристички аранжмани

Прашања за дискусија

Користена литература

I Хотелиерство

1. Историски развој на хотелиерството

Хотелските услуги датираат од древноста. Нивната појава е поврзана со потребите од преноќевалиште и храна на луѓето кои патуваат. Во почетокот тие потреби се задоволувале преку гостопримството од страна на луѓето од соодветното населено место, но подоцна тие услуги почнуваат да се наплатуваат. Така се создадени првите објекти за престој. Нова етапа во развојот на хотелиерството настапува кон крајот на XVIII век, по големите географски освојувања и техничкиот прогрес на транспортот¹. Се поставува основата на модерниот туризам. Брзо се појавуваат објекти за престој и исхрана. Се зголемува и бројот на патувањата – во почетокот благородници, а подоцна трговци, банкари, индустријалци. Во првата половина на XVIII век во САД се отворени првите луксузни хотели - Branums city hotel во Балтимор (1825 год.) и познатиот Tremont hotel во Бостон (1829 год.) кој се смета за првиот „модерен“ хотел².

Постепено се појавуваат и првите комплекси за одмор. Во 1860 год. од анексираната грофовија Ница, Грас и Кан во Франција се создава округот Морски Алпи. Благодарение на поволните климатски услови, покрај брегот почнуваат да се градат приватни куќи, големи вили, а подоцна – хотели, ресторани и други објекти за забава. Така се создава првиот меѓународен морски комплекс за одмор – Француската ривиера. Денес таа се вика уште и Азурен Брег и го опфаќа оној дел од Средоземноморскиот брег кој се простира од Ментон (на границата со Италија) и Кан.

Во XIX век хотели и објекти за исхрана се појавуваат и во внатрешноста на повеќе европски држави. Околу 1840 год. Швајцарија, исто така, започнува да гради различни хотели и ресторани. Техничкиот напредок се одразува и на квалитетот на услужувањето – хотелите веќе располагаат со водоводна мрежа со топла и студена вода, тоалет во собите, електрично осветлување, централно греење и лифтови (воведување на централно греење во собите во 1846 год., во 1859 год. лифт, во 1881 год. електрично осветлување, во 1907 год. телефон во соба, 1927 год. радио во соба, 1940 год. климатизери итн.³). Голем број на хотели, ресторани и места за забава во тоа време се појавуваат со развивањето на Италијанската ривиера, Јадранското Море и Далмација како туристички центри. Се зголемува и бројот на средствата за престој во градовите. Конкуренцијата води до покачување на квалитетот на хотелските услуги. Во тоа време се создаваат модерни хотели кои нудат и голем број на дополнителни услуги. Во туристичките места се појавуваат пансионите, кои освен ноќевање вклучуваат појадок или исхрана за целиот ден.

Крајот на XIX век и почетокот на XX век се карактеризираат со интензивен и суштествен развој на хотелиерството во светот – се создаваат луксузни хотели во големите градови и покрај морето (во 1896 год. во Скопје е изграден хотелот „Турати“, а во 1923 год. е донесен првиот Правилник за работа и отседнување на странци во хотелите⁴). Се појавуваат и објекти за сместување на туристи со пониски финансиски можности. Првата светска војна доведува до прекин во развојот на туризмот. Многу хотели се разрушени, а други се користат како болници. Инфлацијата била причина некои хотели да бидат затворени. По завршувањето на војната хотелиерството започнува полека да се стабилизира. Се зголемуваат барањата за поквалитетна

¹ Ташков, Н., Методијески, Д., „Хотелиерство“, УГД, 2012

² Sherman, R., „Class acts: service and inequality in luxury hotels“, University of California Press, 2007

³ Bardi, J., „Hotel front office management“, John Wiley and Sons, Inc., 2007

⁴ <http://www.staroskopje.vestel.com.mk/sites/c18/c18hotelierstvo.html>

услуга и послужување. Барањето на хотелските услуги се зголемува и предизвикува нови инвестиции на капитал во таа перспективна дејност. Развојот на автомобилизмот, исто така, позитивно влијае на подемот на хотелиерството. Во САД се појавуваат првите **мотели** (мотели – објекти за престој, наменети за автотуристи). Втората светска војна предизвикува големи загуби во сферата на хотелиерството – многу хотели се разрушени и ограбени).

Идеален период за развој на хотелиерството настапува по завршувањето на војната, посебно во 50-тите години на минатиот век. Во 60-тите години, со развојот на авиосообраќајот се појавуваат и познатите „пакет аранжмани“ кои водат до развој на ресорти во Карибите и Медитеранот⁵. Кон земјите со веќе стабилни традиции во хотелиерството (Швајцарија, Франција и Австрија) се присоединуваат и нови – со амбиции за модерна хотелска индустрија – Италија, Грција, Југославија (Далмација) и посебно Шпанија. Тие ги користат поволните географски и климатски услови за развој на туризмот и за ширење на хотелиерската дејност.

Во Европа еден од првите и најпознати хотелиери е Цезар Риц (1850 – 1918 год.). Во Северна Америка хотелиерството го развиваат хотелиерите како: Вилјам Валдорф Астор (1893 год.), Елсворд М. Сталтер - почнувајќи го својот бизнис во 1901 год. (Stalters), Ернест Хендерсон и Роберт Мур кои го основале синцирот *Шератон* во 1937 год. (Sheraton), Конрад Хилтон кој го купил својот прв хотел во 1919 год. (Hilton hotels), Џ.В. Мариот - 1957 год. (Marriott), Кемонс Вилсон - 1950 год. (Holiday Inn) и други. Во 1869 год. се создава првиот Сојуз на сопственици на хотели, кој во 1947 год. прераснува во Меѓународна хотелска и ресторантска асоцијација (IHRA)⁶. Асоцијацијата на хотелерите од Њујорк⁷ е создадена во 1878 год., а Американската хотелска асоцијација во 1910 год.⁸ Подоцна се создаваат и други меѓународни хотелиерски организации. Македонското здружение на хотели, ресторани и кафетерии – ХОТАМ е создадено во 2007 год.⁹

2. Видови на објекти за престој

Објектите за престој имаат за цел да понудат услови за краткотраен престој со ноќевање. Некои автори ги нарекуваат објекти (претпријатија, средства) за засолнување. Тие се појавиле уште во древноста како примитивни простории за ноќевање, кои постепено се развивале и станувале сè посовршени и поразновидни. Денес, во современи услови на комуникативност и експанзија на индустријата на туризмот, непоимливо е да нема вакви објекти.

Постои голема разновидност на објекти за престој, кои можат да бидат класифицирани на различен начин, во зависност од различни критериуми. Најпознати од нив се:

- местоположба;
- годишно време;
- вид на објектот;
- ниво на понудените услуги;
- комплексноста на понудените услуги.

Најпопуларната и најпотребувана **класификација на објектите за престој** ги дели врз база на основните моменти на нивната технолошка карактеристика на:

- хотели;

⁵ Ransley, J., Ingram, H., eds., “Developing hospitality properties and facilities”, Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004

⁶ <http://www.ih-ra.com/about-us/ih-ra-history>

⁷ <http://www.hanyc.org/>

⁸ <http://www.ahla.com/content.aspx?id=26519>

⁹ <http://www.hotam.org/>

- мотели;
- кампинзи;
- бунгалови, карвани;
- вили, туристички населби;
- пансиони (семејни хотели);
- приватни соби;
- патнички бродови, траекти, ботели, акватели;
- спални вагони, спални возови;
- планинарски домови, туристички спални, логори;
- одморалишта, санаториуми;
- домови.

Во зависност од местоположбата	Во зависност од годишното време	Во зависност од објектот	Во зависност од нивото на понудените услови и комплексност од услуги
<ul style="list-style-type: none"> - градски - друмски - морски - планински 	<ul style="list-style-type: none"> - целогодишни - за две сезони - за една сезона - подвижни 	<ul style="list-style-type: none"> - постојани - повремени - статични - комплекси 	<ul style="list-style-type: none"> - од ниска категорија - од висока категорија - самостојни

Според член 18 од Законот за туристичка дејност, угостителските објекти за сместување во нашата земја се делат на¹⁰:

- *основни сместувачки капацитети* – хотели, хотелски населби, апартмански населби, мотели, пансиони, резиденции, туристички населби и слично;
- *комплементарни сместувачки капацитети* – ноќевалишта, гостилници, приватни сместувачки капацитети (куќи за гости, соби за издавање), одморалишта, кампови, други комплементарни објекти за сместување (планинарски домови и др.)

Хотел Хотел (од фран. *hotel*, кој произлегува од лат. *hospes* што значи *гостин*, но и *домаќин*¹¹) – претставува широкодостапна зграда или згради кои се функционално поврзани со соби за сместување, во кои се нудат основни и дополнителни туристички услуги, поврзани со престојот на туристите. Хотелот располага со барем еден објект за хранење и забава. Хотелот е градежна целина што има најмалку 15 соби за сместување или апартмани¹².

Различни автори од разни држави, според карактеристиките на објектите за престој прават класификација на хотелите, но главно хотелите можат да бидат поделени на три групи:

а) според периодот на експлоатација:

- за целата година;
- сезонски – во експлоатација се само во определени периоди од годината.

б) според територијалната местоположба:

- морски;
- планински;
- градски или во други населени места или населби.

в) според намената или специфичноста:

- станбен (студиен) хотел – располага само со апартмани или студија со простории и опрема за чување, подготовка и консумирање на храна;

¹⁰ Закон за туристичка дејност, „Службен весник на Република Македонија“, бр.62, 2004

¹¹ Хаджиниколов, Х., „Хотелиерство и ресторантјорство“, УНСС, Софија, 1999

¹² Цицковски, А., „Организација и техника на хотелско работење“, БУ, ФТУ – Охрид, Битола, 1986

- хотел-резиденс (резиденција) – објект со висок комфор и нетрадиционално уредување: категорија „пет ѕвезди“, независно од бројот на собите, изграден со целосна слобода на проектирање и архитектурно-творечки решенија (резиденции, стари згради, згради-споменици на културата);

- клуб-хотел – објект во кој се послужуваат туристи според интересите и се нудат основни и разновидни дополнителни услуги;

- балнеохотел (климатско лечење) – за регионите со специфични физикални фактори – вода, кал, клима, со добро развиена специјализирана материјална база со соодветни места и со обезбеден од определена здравствена установа квалификуван медицински персонал, во комплекс со соодветни објекти за исхрана и забава (**балнеологија** – од латински *balneum* - бања и грчки *logos* – наука, наука за природните минерални води и кал за лечење, балнеосанаториум – објект за лечење со води, **балнеохотел** – специјализиран хотел, кој нуди балнео-процедури – примена на најразновидни процедури на лечење со вода и кал);

- СПА-хотел (анг. Spa - минерален извор) – специфичен тип на хотел од категорија четири или пет ѕвезди, во кој се нудат најразновидни водни процедури, вршени од страна на обезбеден квалификуван персонал. За таа намена се гради специјализирана материјална база, не е задолжително водата да биде минерална, термална или морска, но е неопходно процедурите да бидат со или преку вода (почетоците се во белгиското гратче Спа¹³, каде што е создаден првиот таков „воден“ објект. Постепено *Salus Per Aquis*¹⁴ – „здравје преку вода“ преминува под името СПА, денес е име на цел дел од козметологијата);

- велнес хотел (wellness – разубавување и подобрување на здравјето¹⁵) – специфичен тип на хотел од категорија четири или пет ѕвезди, во кој се нудат најразновидни козметички, водни, спортски и други релаксациони и оздравувачки процедури, вршени од страна на обезбеден квалификуван персонал во, за таа намена, изградена специјализирана материјална база.

- тајмшер (анг. timeshare) – хотели и ресорти во кои гостите си закупаат и имаат право на користење на одреден простор (гостинска соба, вила и др.) за одреден временски период¹⁶.

Мотел Мотел (анг. *motel*, скратено од *motorists* и *hotel*) – вид на друмски, крајпатен хотел за престој и послужување на автотуристи, што се наоѓа во населено место до активна транспортна мрежа или автопат.

Вили Населба со вили – самостојна територијална група составена од масивни вили со низок кат и со комплексна повеќефункционална изградена инженерска и туристичка инфраструктура, во која се нудат основни и разновидни дополнителни туристички услуги. Составена е од најмалку пет вили и има најмалку еден објект за хранење и забава.

Туристичка населба Туристичка населба - самостојна територијална група составена од хотели, бунгалови, вили или комплекс од апартмани (група од апартмани, дадени на користење на туристи), со изградена инженерска и туристичка инфраструктура, во која се нудат основни и разновидни дополнителни туристички услуги. Се состои од најмалку пет објекти или места за престој и има најмалку еден објект за хранење и забава.

Пансион (хостел) Место за престој (обично за подолго време), опремено со најнеопходните мебели, уреди, садови и прибори за користење и самостојна употреба.

¹³ Murphy, P., “The business of resort management”, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2008

¹⁴ Dvorjetski, E., “Leisure, pleasure, and healing: Spa culture and medicine in ancient eastern Mediterranean”, Brill, 2007

¹⁵ Gracanin., M., “Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske”, Ekonomski Fakultet, Zagreb, 2010

¹⁶ Kaufmann, T., Lashley, C., Schreier, L., “Timeshare Management: The Key Issues of Hospitality Managers”, Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2009

Одморалиште Самостојно место за живеење со преовладувачки социјални функции и со инфраструктура, во кое се нудат здравствени, балнеолошки, спортски и други услуги.

Семеен хотел Зграда со соодветна архитектонска форма и капацитет од 10 до 20 соби за сместување на туристи, во која се извршува хотелиерска дејност. Организацијата на работата е претежно на семеен принцип. Семејниот хотел има барем еден објект и исхрана и забава.

Самостојни соби До пет соби – самостојни или во апартмани (станови), во една зграда, дадена на туристи за ноќевање.

Вила Самостојно место за сместување, голема зграда со ниски катови, која располага минимум со предворје, дневна соба, трпезарија, две спални, кујна, тоалет, тераса и паркинг. Само вилите кои се со пет ѕвезди имаат гаража.

Куќа Зграда со ниски катови, која располага со максимум десет соби за сместување. Гостите користат заеднички простории како дневна, опремена кујна, трпезарија или место за јадење и место за одмор во дворот. Послужувањето се врши од домаќините на куќата.

Бунгалови Бунгалови (анг. *bungalow*) – место за сместување, изградено од градежни конструкции за сезонска или целогодишна експлоатација, со санитарен јазол, без задолжително постоење на кујна.

Кампинг Кампинг (анг. *camping*) – обезбедуван терен со соодветна инфраструктура и со неопходни услови за престој на туристи со сопствен шатор или шатор под наем или карван, како и за паркирање на автомобили и нудење на туристички услуги. На територијата на кампингот може да се постават бунгалови, карвани (временско статично подвижно место за сместување без задолжително постоење на кујна и санитарен јазол во него), други места за престој, исхрана и трговија.

3. Дефинирање и карактеристики на хотелски синцири

Специјализираните фирми кои се занимаваат со хотелиерска дејност и стопанисуваат повеќе хотели, обединети под заедничко име на фирмата се определуваат како *синцир на хотели*¹⁷. Нивниот развој е резултат на движењето на слободниот капитал во светот, кој е во потрага на сектори во економијата кои гарантираат печалба¹⁸. Благодарение на својот раст и развој и сè поголемата територијална распространетост низ светот, хотелските синцири стануваат синоним за хотелиерството и придонесуваат за неговата популаризација¹⁹. За нив е карактеристично следново:

- Синцирот од хотели е стопански систем кој вклучува определен број на хотели (најмалку 3), кои работат под заедничко име и каде што барањата на фирмата се задолжителни за сите хотели што влегуваат во синцирот.

- Хотелите од еден синцир имаат еднакви стандарди, кои ја определуваат организацијата на работа и критериумите за квалитет на услужувањето.

- Знакот на фирмата е гаранција за квалитетот на хотелската услуга, со кој синцирот се ангажирал.

- Хотелите од еден и ист синцир имаат сопствен систем за резервација и за реклама, ги користат маркетиншките проучувања на синцир, имаат заеднички систем за контрола на квалитетот, за подготовката на кадри, за проучување на потрошувачите.

¹⁷ Стамов, С., Алексиева, Ы., „Хотелиерство“, Кота, Пловдив, 2006.

¹⁸ Бъчваров, М., Тончев, Ц., „Основи на туризъм“, Тилия, София, 1996

¹⁹ Basic, A., „Hotel chain Shangri-La – Vision and mission“, Hotel link, Journal for theory and practice of hotel industry, The College of hotel management, Belgrade, 2007

Во хотелската пракса постојат: мали синџири на хотели кои стопанисуваат само неколку хотели со мал број на соби и гигантски хотелски фирми (синџири), кои поседуваат стотина хотели со илјадници соби во различни држави на светот.

Хотели со помал капацитет (средно со 90-120 соби) поседуваат "Trust House Fort", "Ramada Inn", "Harvard Johnson Co" и "Quality International". Едни од најголемите хотели во светот (средно со по 260-350 соби), со голем број на дополнителни услуги, наменети за посетители со високи критериуми се во сопственост на "Hilton Hotel Co", "Club Meditarenee" и "Sheraton Co".

Во нашата земја има неколку хотели кои припаѓаат на некои од светски познатите хотелски синџири. Тие се: Гранд хотел (Holiday Inn), Белви, Турист (Best Western), Рамада Плаза (Princess) групацијата Marriott International и др.

Синџирите на хотели можат да се поделат во зависност од: видот на сопственост, видот и нивото на хотелските услуги, еднотипност на вклучените објекти во синџирот итн.

Во зависност од сопственоста над материјалната база има:

- синџири на хотели кои стопанисуваат само сопствени хотели;
- синџири на хотели кои стопанисуваат како сопствени хотели, така и хотели под наем согласно со договор за франшизинг;
- синџири на хотели кои стопанисуваат само врз основа на договор.

Во зависност од нивото на понудените услуги, постојат:

- синџири на хотели кои стопанисуваат луксузни хотели, наменети за посетители со висока платежна способност (на пр. Хилтон, Шератон и сл.),
- синџири на хотели кои стопанисуваат хотели наменети за масовен туризам (на пр. "Club Meditarenee"),
- синџири на хотели кои стопанисуваат релативно евтини хотели (таканаречени хотели), наменети за посетители со пониски доходи. Француските „Баладен“, „Формула 1“, „Мотел 6“, „Конфортел-лузиан“ – стопанисуваат хотели со една ѕвезда, англискиот синџир "Travelox" стопанисува економични хотели покрај патиштата. Во последно време се создаваат синџири кои стопанисуваат крајно економични хотели со многу мали соби – во Јапонија, на пример, има хотели „капсули за спиење“, чии соби се 2,2 на 1,25 метри и се наменети за престој од една ноќ.

Во хотелиерската пракса се познати и специјални соединувања, кои вклучуваат различни синџири на хотели. Такво е француското „АКОР“, кое опфаќа неколку синџири на хотели со различна категорија на цените – „Софител“ (4*), „Новотел“ (3*), „Меркур“ (2*), „Урбис“ (2*), „Мотел 6“ (1*) и „Формула 1“ (1*). Тенденциите за концентрација на хотелиерската дејност се зголемува во последните години.

Во хотелиерската пракса најчестата поделба на синџирите на хотели е на два основни типа: **хотелиерски конзорциуми** и **интегрирани синџири на хотели**.

Хотелиерски конзорциуми претставуваат сојузи на независни хотели, со цел спротивставување на конкуренцијата на интегрираните синџири на хотели. Ваквите конзорциуми имаат неколку пати поголема добивка од хотелите кои работат самостојно. Основните предности на ваквите сојузи се:

- заеднички рекламни материјали (брошури, каталози) кои ги рекламираат сите хотели од синџирот и се достапни во секој хотел;
- заеднички национални и меѓународни рекламни кампањи;
- можност за резервација преку еден заеднички систем за резервации директно од екранот на компјутерот;
- централизирана продажба на хотелска опрема;
- техничка помош и управувачки консултации.

Обединувањето во конзорциуми му дава можности на малиот хотел да биде претставен на меѓународниот пазар и во исто време да ја зачува својата независност во управувањето. Концепцијата на конзорциумите стана многу популарна и нивниот број значително нарасна.

Во Франција хотелите обединети во конзорциуми се 25% од сите хотели во државата и релативно најмногу – во Европа. Во 1989 год. тие опфаќаат 6.187 хотели со над 125.000 соби. Постојат околу 20 конзорциуми со различен капацитет. Најголемиот е „Ле ложи де Франс“ (Les Logis de France) и опфаќа 73% од сите членови на конзорциумите и 61% од целокупниот број на хотелски соби во земјата – 4.548 објекти со 76.570 соби. Има и конзорциуми (на пр. Хексагон, со шест хотела) кои имаат малку членови и не можат да ги користат сите предности на еден синџир на хотели.

Во Велика Британија хотелските конзорциуми претставуваат само 7% од пазарот, но се следи зголемување од 29% во периодот 1988-1991 г. Значителен дел (околу 60%) од хотелите таму се обединети, но малите хотели сè повеќе чувствуваат потреба од обединување, за да можат успешно да конкурираат на големите синџири на хотели, кои држат до 25% од пазарот. Најголемиот хотелски конзорциум во светот е „Бест Вестерн“ (Best Western) со над 4.000 хотели и повеќе од 300.000 соби.

Интегрирани синџири на хотели. Тие ја развиваат својата дејност со вршење на директна контрола – преку целосната сопственост на хотелот или индиректно – преку системот на франшизинг или менаџерски договор. Сите хотели го носат името и амблемот на синџирот. Најголемите интегрирани хотели прво се појавуваат во Велика Британија, но во денешно време значително преовладуваат оние во САД.

Најголемите синџири на хотели во светот (по број на соби, хотели и државата во која се наоѓа нивното седиште) за 2006 год. се дадени во следнава табела²⁰.

Табела 1. Најголемите синџири на хотели во светот (2006 год.)

Име на синџирот од хотели	Број на соби	Број на хотели	Држава
1 Intercontinental hotels group	556.246	3.741	Англија
2 Wyndham hotel group	543.234	6.473	САД
3 Marriott International	513.832	2.832	САД
4 Hilton Hotels Corporation	501.478	2.935	САД
5 Accor	486.512	4.121	Франција
6 Choice Hotels International	435.000	5.376	САД
7 Best Western International	315.401	4.164	САД
8 Starwood Hotels & Resorts	265.600	871	САД
9 Carlson Hospitality Worldwide	145.331	945	САД
10 Global Hyatt Corporation	140.416	749	САД
11 TUI Hotels and resorts	82.111	279	Германија
12 Sol Meliá	80.856	407	Шпанија
13 Extended Stay Hotels	75.860	681	САД
14 LQ Management LLC	64.856	582	САД
15 Westmont Hospitality Group	63.380	384	САД
16 Société du Louvre	59.616	840	Франција
17 Jin Jiang International Hotels	53.552	277	Кина
18 Golden Tulip Hospitality	51.182	512	Холандија
19 Interstate Hotels & Resorts	50.199	223	САД
20 NH Hoteles SA	47.799	330	Шпанија

Во Франција водечки синџир на хотели е „АКОР“. Во земјата таа обединува хотели од неколку синџири од различни категории – „Софител“, „Новотел“, „Меркур“, „Ибис“, „Етап“, „Формула 1“, „Мотел 6“, „Ред Руф Инс“²¹.

²⁰ Goeldner, C., Ritchie, B., “Tourism: principles, practices, philosophies”, John Wiley & Sons, Inc., 2009

²¹ Pender, L., Sharpley, L., “The management of tourism”, SAGE Publications, 2005

Во Велика Британија 25% од хотелската база се вклучени во синџири на хотели и се забележува зголемување од 11,8% во периодот од 1988 до 1991 год. Најголемиот синџир е „Форте” - со 338 хотела (29.530 соби) во земјата, „Маунт Шарлот Твистл” – со 109 хотела (14.263 соби) и „Квин Моут Хаузис” – со 102 хотела (10.434 соби). Приближно 40% од собите на овие компании се во петте најголеми англиски градови.

Франшизинг е договор за интеграција помеѓу два стопански субјекта или две договорни страни²²:

- *франшизор* се нарекува економски посилен субјект;
- *франшизант* е одделен стопански субјект, кој добива право да ја користи трговската марка на франшизорот и да купува од него различни стоки или услуги.

Франшизингот претставува начин да влезете во бизнис во кој нема да бидете сами, бидејќи претходно е пробан и тестиран²³. Што се однесува до хотелскиот франшизинг, треба да биде истакнато дека овој систем е полезен и за двете страни, поради тоа што давателот на франшизингот ги определува стандардите, ја дава заштитената марка, искуството и репутацијата, а другата страна учествува во процесот на инвестирање со сопствени фондови, кои обично се во висина од 30%, го презема целиот финансиски ризик од инвестицијата, но заработува од стандардизацијата и профитот на синџирот, како и од трговските и рекламни предности. Тој е должен да внесува околу 3-4% од профитот во полза на синџирот.

4. Функции и должности на управник (менаџер) на хотел

Управникот (од англиски *manager* - менаџер, раководител) е непосреден раководител на еден објект, кој ја организира и раководи неговата дејност, применувајќи веќе утврдени технологии за послужување во објектите за престој. Менаџерите го управуваат објектот во координација со останатите вработени во хотелот. Вообичаено имаат завршено високо образование од сферата на туризмот, започнуваат со работа на пониски позиции и од кога ќе се докажат во работата стануваат управници. Бидејќи хотелите се објекти кои работат 24 часа и 365 дена во годината, менаџерите работат и повеќе од 40 часа во неделата²⁴. Според некои автори, менаџерската работа е највисокиот дострел во кариерата на луѓето кои се занимаваат со хотелиерство²⁵. Во својата работа, менаџерите секојдневно се сретнуваат со низа предизвици и проблеми кои треба успешно да ги решат²⁶.

Функции и должности на менаџерот се:

а) да го организира и да раководи со:

- целокупниот процес на пречекување, сместување и испраќање на гостите,
- подготовката на хотелските соби, заеднички простории и сектори,
- секоја седмица прави инструктирање и состаноци поврзани со проблемите во послужувањето и организацијата на работа,
- ја проучува побарувачката на потрошувачите, одговара на рекламации и направени прекршоци.

б) да ја контролира:

- состојбата во собите на гостите, заедничките простории, службените канцеларии и функционалните површини и нивното тековно одржување,

²² Славејков, П., Найденов, К., „Икономика на туризъм”, СУ, София, 2009

²³ Cunill, O. M., “The growth strategies of hotel chains: best business practices by leading companies”, The Haworth hospitality press, 2007

²⁴ Starkey, L., “Hotel/restaurant management career starter”, Learning Express, LLC., 2002

²⁵ Rutherford, D., Haglund, I., O’Fallon, M., eds., “Hotel management and operations”, John Wiley & Sons, Inc., 2007

²⁶ Reid, R., Bojanic, D., “Hospitality marketing management”, John Wiley & Sons, Inc., 2006

- униформите и работната облека на персоналот, дали се чисти и уредни и сл.,
- првиот сметководствен отчет на рецепцијата,
- отчет на сите работни места со финансиска, материјална или имотна одговорност,
- исполнувањето на задачите,
- секојдневното исполнување на работните обврски и продажбите на слободни соби во хотелот, дополнителни услуги.

в) да учествува во распоредувањето на работата на сите вработени во хотелот;

г) да го организира и да го обезбедува развојот на кадрите:

- да ги информира и запознае новите службеници со карактеристиките на нивните должности, со правилникот за внатрешен ред и др. документи,
- организира курсеви, семинари и др. форми за подигање на квалификацијата.

Професионална квалификација:

- да ги познава и применува стандардите на послужување;
- да ги познава сите технологии и карактеристики на должност на лицата кои работат во хотелиерската дејност;
- да ги знае хигиенските барања во трговските сали, заедничките простории, канцелариите и теренот за кампување;
- да е запознаен со техничката карактеристика на сите машини и опрема кои се користат во дејноста;
- да ги знае сите организациски врски и меѓусебни односи во фирмата;
- во детали да ги знае спецификите на хотелот (мотелот, кампот), како и да има информација за сите удобности поврзани со нив, дополнителни услуги и специјални понуди кои ги нудат тие.

Квалификација за управување:

- да ја знае структурата на управување во објектите за престој;
- да ги познава текстовите на законите и другите законски акти поврзани со дејноста;
- да ја знае организацијата и распределувањето на работа во бригадите;
- да ги познава сите законски акти и методски материјали по економика и организација на трудот кои се директно поврзани со дејноста.
- да ја познава и користи како нормативна основа внатрешната и надворешната нормативна база.

Економска квалификација:

- да ги познава системите на организација на трудот, неговото стимулирање, планирање и контрола;
- да е запознаен со законските форми и рокови за водење на оперативна, статистичка и сметководствена дејност.

Социјално-психолошка квалификација:

- да ги познава социјално-психолошките барања и норми за раководење;
- социјално-психолошките специфики на послужувањето и поведението на гостите.

Управникот ги има следниве права и е ополномоштен: да избира и да биде избран, да дава предлози за опоменување или дисциплинарно казнување или самиот да го прави тоа, се разбира во рамките на Законот.

Организациски врски и односи на управникот:

- раководи со персоналот на соодветниот објект;
- потчинет е и контролиран во носењето на решенијата директно од директорот на фирмата (менаџерот);
- носи имотна и дисциплинарна одговорност;
- остварува деловни врски со странски и домашни фирми и организации, како и врски внатре во рамките на фирмата.

Направената карактеристика на должноста „управник“ може да биде конкретизирана во однос на барањата и во зависност од критериумите на фирмата. Така на пример, во 500 хотели во светот „Шератон“ применува своја методологија на раководство, должносни карактеристики и стандарди. Секаде се придржува кон еден стандард и по него се раководи на еден ист начин.

5. Пречекување, регистрација и сместување (рецепција)

Пречекување на гостите. Тука се реализира еден од првите контакти со гостинот. Првиот контакт има големо влијание врз подоцнежното однесување на гостинот, бидејќи гости кои не биле пречекани со почит подоцна може да станат проблематични и да создадат конфликтни ситуации. Односот на администраторот треба да предизвика доверба кај клиентот и да го убеди дека престојот ќе му биде пријатен и од полза. Гостинот треба да биде пречекан со насмевка, учтивост и внимание. Лицата кои работат на рецепција треба да бидат исправени и да упатат поздрав, а ако во моментот вршат некоја друга работа, треба да прекинат со неа и да обрнат внимание на гостинот. Ако службеникот е сам или ако во моментот има важен разговор по телефон, тој треба да кимне или да направи некој друг гест за да му даде на знаење на гостинот дека е забележан. Гостинот треба да биде сослушан со внимание и да не биде прекинуван. Не треба да се разговара со цигара или со гума за цвакање во устата.

Откако гостинот ќе биде пречекан, треба да се направи неговата **регистрација**. Пред да биде сместен од него се бара пасошот, и на тој начин се утврдува неговиот идентитет.

Сместување на гостите. По завршувањето на регистрирањето на гостинот му се дава клучот од неговата соба (апартман). Администраторот го подава клучот со бројот надолу, заедно со пасошот на хотелот. Во повеќето хотели сместувањето започнува по 14 часот, но ако има слободни соби администраторот може да ги смести гостите и порано. Хотелскиот пасош претставува еден вид на пропусница на гостинот за време на неговиот престој. Најчесто станува збор за убаво оформено картонче (единечно или превиткано) од луксузна хартија на кое се испишани презимето на гостинот, бројот на собата, времето на престој, адресата и телефонскиот број на објектот, скица на објектите за исхрана и забава во рамките на хотелот и нивното работно време, како и список на платените и бесплатните услуги кои ги нуди хотелот.

Водење на сметката. Се дава на гостинот пред тој да го напушти хотелот и треба да биде максимално точна т.е. без никакви грешки. Кај подолготрајните престојувања гостинот може да си ја провери сметката во секој момент. Во поголемите хотели водењето на сметките се прави со помош на компјутерските системи.

Информација. Бидејќи рецепцијата претставува „центар“ за сите гости, администраторот треба да биде подготвен да одговара на најразлични прашања поврзани со хотелот и населеното место (споменици, културни центри, природни богатства), за транспортните средства, програми од општ карактер и сл.

Исто така, во случај на конфликт администраторот треба да биде „буфер“ и да го намали ефектот на поемоционалните гости или да реши непријатен проблем т.е. да биде готов да ги реши настанатите проблеми.

Улогата на администраторот е и во тоа што тој треба да учествува „индиректно“ во продажбата на хотелските места. Исто така, тој треба да ги познава и сите останати услуги во хотелот и со тоа да ги провоцира и стимулира гостите да ги користат овие услуги. Некои хотели имаат посебна служба *Маркетинг на продажбите*.

Прием и предавање на клучевите. Администраторот треба да ги познава гостите на хотелот и при влегување да им ги подава клучевите, а при излегување да ги зема. Системот за издавање на клучевите може да биде компјутерски, а во некои хотели чувањето на клучевите е во рацете на посебна служба, т.н. консиарж. Тој ги

чува клучевите од собите, канцелариите, салите, како и клучевите од објектите за дополнителните услуги – исхрана, забава, спорт, балнеологија и сл.

Клучевите од хотелските соби се поставуваат во специјални гнезда на една полица на ѕидот – **румрек**. Во него се остава и кореспонденцијата на гостинот. Некаде се практикува поставување на картончиња во румрекот. Секое картонче го содржи името на гостинот, денот на пристигнување и времетраењето на престојот. Тоа му овозможува на администраторот да му се обраќа на гостинот по име, со што му обрнува внимание и го прави да се чувствува ценет.

Во рецепцијата (консиаржот) се чува и еден комплет на резервни клучеви. Ако се случи клуч да биде загубен, веднаш се менува бравата на собата. Ако гостинот констатира дека го загубил клучот и тоа се случи во време кога нема кој да ја смени бравата (на пример многу доцна, кога нема хаус-мајстор), тогаш администраторот привремено му дава друга соба. Трошоците за смена на бравата и клучот паѓаат на товар на гостинот.

Дежурните администратори носат одговорност за клучевите кои ги примаат. Администраторот треба да провери до 12 часот за клучовите на ослободените соби. Ако недостига клуч за некоја од собите, администраторот се јавува во собата да провери дали гостинот ја напуштил собата. Ако никој не одговори, пиколото или собарката проверуваат дали е сè во ред. Можно е гостинот да го оставил клучот во собата. Ако гостинот го напуштил хотелот без да го предаде клучот, се менува бравата на вратата, со цел да се обезбеди сигурност за хотелот и новодојдените гости.

Клучот-мајка се дава со потпис од овластен за тоа член на персоналот (собарка, пиколо, обезбедување). Во тетратката за прием и предавање на клучеви се воведуваат часот и датумот на давање и враќање на клучот.

Во модерните хотели, клучевите се заменети со специјални магнетни карти (картончиња со големина од 5 по 8,5 см, со магнетна лента или со различно распоредени перфорирани отвори). Постојат и клучеви за далечинско отворање на вратата – Dialock Key. Така далечинскиот клуч се насочува од определено растојание кон горниот крај на бравата и при притискање на копчето на клучот, вратата се отвора. Се користат и клуч-карта со микрочип. Овие карти можат да се користат и за lobby kiosk за пијалаци и др.

Улогата на рецепцијата се гледа и во тоа што таа се јавува како координативен центар. Таа комуницира не само со гостите, но и со сите останати служби во хотелот и така значително влијае врз ефективноста на бизнисот. Во тој контекст, една од основните дејности на рецепцијата е обезбедување на телефонска врска со хотелските гости. Начинот на комуницирање (и покрај недостигот на визуелен контакт) е дел од услужувањето и влијае врз целосниот впечаток за хотелот. Така, администраторот треба да се јави на телефон најбрзо што може. Системот *Алкател* му дава можност да го види бројот од кој се прави повикот и да му се обрати на гостинот по име.

Примање и предавање на пораки и писма. Администраторот одговара за правилното примање и навременото предавање на пораки за гостите на хотелот. Кога се запишува порака, се запишуваат следните работи – име на гостинот за кој е намената, бр. на собата, од кого е, датум и час на примање и име на лицето кое ја примило пораката. Ако клучот на гостинот е во румрекот, тогаш администраторот остава белешка со пораката до клучот и таа ќе му биде врачена на гостинот кога тој си го побара клучот. Ако клучот не е на рецепцијата, тогаш администраторот му телефонира на гостинот во собата, а ако тој не е таму – ја остава пораката во румрекот и периодично проверува по телефон, до моментот во кој не се поврзе со гостинот. Ако пристигне писмо за гостин кој веќе не е во хотелот, на истото треба да биде ставен печат со датум на пристигнување и да биде вратено обратно на испраќачот.

Примање на поплаки. Колку и да е добро организиран еден хотел, секогаш постојат гости кои се незадоволни и кои сакаат да го изразат своето незадоволство

пред службеник на хотелот. Ваквите поплаки обично се примаат на рецепцијата кај администраторот. Последниот треба да го сослуша гостинот со внимание и да побара решение кое би го задоволило гостинот. Незаинтересираноста или нерешавањето на ваква поплака би можело да доведе до компликации со негативни последици за хотелот. Така незадоволните гости не само што ќе направат негативна оценка на хотелот, но и ќе ја прераскажат на своите пријатели, роднини и колеги, што претставува негативна реклама за хотелот.

Поплаките/забелешките можат да бидат поделени во неколку групи:

- проблеми од технички карактер кои се однесуваат на собата или хотелот. Примената поплака се префрла на телефонскиот оператор, кој ја адресира до соодветниот мајстор (водоводџија, електричар, дрводелец и др.) и откако повредата ќе биде отстранета ја известува рецепцијата;

- поплаки поврзани со квалитетот на услугата. Најчесто гостите се жалат од долго чекање, непрофесионален однос, неисчистена соба и др. Администраторот му ја пренесува поплаката на службеникот или на неговиот директен раководител, кој прави напори проблемот да биде решен;

- други поплаки – понекогаш гостите се жалат на нешта кои не зависат од хотелот - нередовен транспорт, високи цени на стоките, лошо време и сл. Независно од сето тоа, администраторот треба да го сослуша внимателно гостинот и да изрази жалење дека не може да помогне во решавањето на проблемот.

Освен книгата за поплаки на рецепцијата во некои хотели има и книга за предлози и пофалби.

Комуникација на рецепцијата со другите служби во хотелот. Во повеќето случаи, рецепцијата се јавува како координатор меѓу различните служби во хотелот. Администраторите треба да бидат запознаени не само со традиционалните дејности на хотелот, туку и за сите настани и манифестации на територијата на хотелот. Раководителите на различните служби треба да даваат информација на рецепцијата.

Освен со клучеви, администраторот оперира и со систем за **чување на вредни предмети** на гостите. Постојат два начина на чување на ваквите предмети:

- во индивидуални сефови,
- во заеднички сеф.

Чување во индивидуални сефови (сеф, од англиски *safe* – огноотпорна каса за чување на вредни предмети во банка, соба со вакви каси). Ваквиот начин се користи само во поголемите хотели со повисока категорија. Уште на доаѓање, администраторот го информира гостинот дека вредни предмети, пари и документи можат да бидат депонирани во хотелските сефови, а достап до сефот има гостинот кој го земал под наем. При најмувањето гостинот добива фактура и клучеви со кои декларира дека е сопственик на сефот и може да го користи во секое време. Пожелно е администраторот да му даде на гостинот на користење број на сеф кој е идентичен со бројот на неговата соба. Ако таквиот сеф е оштетен или зафатен, се дава друг број кој се запишува на фактурата. Фактурата претставува доказ за сопственост на сефот во случај на губење на клучот. Тогаш право да го отвори сефот има управникот во присуство на гостинот и дежурниот администратор (резервните клучеви се чуваат кај управникот). Сефот се менува, а трошоците за промена на тајната клучалка паѓаат на гостинот. Случајот се запишува во тетратка која се чува во рецепцијата.

Големите луксузни хотели имаат индивидуални сефови во собите. Заклучувањето е со код кој гостинот сам го определува.

Бизнис гостите се доверуваат повеќе на електронски системи за затворање. Затоа во модерните хотели се нудат индивидуални сефови со следната специфика поставени во собата – безжични се (не се вклучени во мрежа), немаат клуч од кој може да биде направен дупликат или да биде изгубен, работат со уникатна карта за отклучување (keycard) и систем PINCODE за кодирање. Ако гостинот има желба да користи ваква услуга, на рецепција му даваат карта за користење на сеф во собата.

Гостинот потоа ја поставува картата во клучалката на сефот и програмира свој код од четири цифри. На тој начин, со користење на keycard и PINCODE сефот е двојно осигурен. Ако некој друг се обиде да го отвори сефот, тоа се регистрира на рецепцијата. Ваквите сефови се во две големини – мали (за вредни предмети и скап накит) и големи (за бизнис куферче).

Чување во заеднички сеф. При предавањето на вредностите, тие се опишуваат во документ (фактура или др.), а еден примерок добива гостинот. Администраторот ги става во коверт, го запечатува и ги става во заеднички сеф. Непрактично е што достап до сефот имаат сите администратори, што значи дека треба да има сигурно чување на клучот и строг отчет при предавањето на смените. Во некои мали хотели се практикува вредностите да се чуваат во сеф кој се наоѓа кај управникот на хотелот и само тој да врши нивни прием и предавање. Негативното во овој случај е тоа што во случај на отсуство на управникот гостинот не може ниту да предаде, ниту да си ги земе своите предмети.

Давање на предмети под наем од страна на рецепцијата. Тоа е дополнителна услуга, во која влегува давање под наем на мали предмети за секојдневно користење – касетофони, магнетофони, чадори, забавни или спортски игри (шах, домино, карти и сл.), машини за пишување. Освен тоа, под наем се даваат и поголеми предмети – фрижидери, телевизори, видео, детски колички, велосипеди, апарат за прожетирање и др. Предавањето и приемот на овие предмети се води во специјална тетратка во која се воведуваат името на гостинот и бројот на неговата соба, опис на предметот, рок на користење (од-до), цената на услугата, потписи на гостинот и администраторот. Последниот контролира дали предметите биле вратени навреме. Во големите хотели кои се наоѓаат во туристичките комплекси под наем се даваат многу нешта (велосипеди, скии, санки, спортска облека и др.) кои бараат широк простор за чување и за кои рецепцијата може да биде само посредник во нивниот прием и предавање. Во повеќето случаи за ваквите предмети се организираат самостојни специјални служби кои ги услужуваат гостите.

Заминување (испраќање) на гостите. Тоа е последната етапа од процесот на хотелското послужување. Тој е многу важен, бидејќи го создава финалниот впечаток кај гостинот и влијае врз оценката за целиот престој во хотелот. Затоа, од големо значење е однесувањето на службениците на рецепцијата со гостинот во тој момент.

Напуштањето на хотелот од страна на гостинот ги вклучува следниве етапи:

Плаќање. Администраторот треба да го провери балансот на сметката на гостинот. Се проверува дали во него е пресметана и консумацијата од мини барот (се испраќа пиколо или собарка во собата да направи проверка на консумираното). Се проверуваат и направените телефонски разговори на гостинот, од моментот на сместување до неговото заминување. Пред давањето на сметката уште еднаш се прецизира со гостинот видот на плаќање и видот на сметката (индивидуална, на фирма, заедничка). По извршеното плаќање и потврдување, сметката се балансира. Гостинот може да плати на следниов начин:

а) Плаќање во готово – администраторот издава фактура.

б) Плаќање со кредитна карта – гостинот се информира кои видови на кредитни карти се прифатени од хотелот. Администраторот го проверува рокот на важење на картата, а по извршеното плаќање издава фактура.

в) Плаќање по банкарски пат – за ваквите плаќања се бара број на банкарската сметка. Плаќањата од ваков тип се реализираат со знаењето на постариот администратор, кој го издава ваквиот вид на сметки.

г) Плаќање на кредит – гостинот му остава на рецепцијата ваучер (документ во кој се содржат услугите кои ќе ги користи гостинот²⁷) за услугите, кој однапред ги платил (преку туристичка агенција која има договор со хотелот). Примерок од ваучерот се задржува од администраторот. По регистрирањето ваучерот се дава на постариот администратор.

²⁷ Мариноски, Н., „Туристички агенции“, ФТУ, Охрид, 2005

д) Комбинирано плаќање – можно е гостинот да плати за еден вид на услуги (ноќевање) со ваучер, а за друга (мини бар) во готово или со кредитна картичка.

Сметките за извршеното плаќање на рецепцијата се издаваат во два или три примерока, во зависност од тоа дали е реализирана само основната услуга – ноќевањето или се користени и дополнителни услуги – мини бар, појадок, вечера, платена телевизија. Еден примерок му се дава на гостинот, вториот се задржува во сметководството, а третиот се издава за дополнителни услуги и се дава во соодветната служба. Ова може да биде направено и компјутерски, каде што трите примероци се печатат.

Ослободување на собата. Собите се ослободуваат до 12 часот. Ако тоа се случи со задоцнување, гостинот треба да плати 50% од цената на собата. Ако гостинот решил да ја ослободи собата подоцна и за тоа ја информирал рецепцијата, администраторот проверува дали има можност за такво нешто и колку ќе биде сумата која ќе треба да биде платена. Ако нема можност за тоа, администраторот може да му понуди на гостинот да му биде чуван багажот до часот определен од гостинот.

Испраќање на гостинот. На испраќање администраторот треба да го праша гостинот за неговото мислење од престојот во хотелот, да го покани повторно и да му посака пријатен ден и среќен пат. Исто така, го потсетува гостинот да го врати клучот од собата. Ако гостинот има негативни оценки и забелешки за престојот, администраторот се извинува во името на целиот персонал и го информира својот раководител за тоа, со цел да не се повторат истите грешки и со другите посетители. По испраќањето на гостинот, администраторот го менува статусот на собата и ја известува собарката да ја приготви собата за новите гости. Исто така, податоците за гостинот во компјутерот се бришат. Се пополнува картотека само на оние гости кои се од интерес на хотелот (ВИП – гости, редовни клиенти).

6. Намена и опременост на хотелска соба

Намена. Хотелската соба е основната единица во материјалната база на објектот за престој. Во неа се реализира основната дејност на објектот – ноќевањето. Затоа, таа треба да понуди услови за престој кои одговараат на видот и класата на соодветниот објект. Видот на хотелската соба во најголем степен придонесува за позитивниот или негативниот впечаток на гостинот и поради тоа таа треба да одговара на определени критериуми.

Во зависност од капацитетот (бројот на кревети), хотелската соба може да биде: еднокреветна, двокреветна, трикреветна и многу ретко (во пониско-буџетните објекти за престој) со четири кревети.

Обично собата за ноќевање е составена од спална, преддворје и тоалетен јазол (со или без туш и бања). Во пониските категории може да нема ни тоалетен јазол т.е. да се користат заеднички тоалети на секој кат.

Опременост. Зависи од типот на објект и неговата категорија. Основните барања во однос на мебелот се:

- **Квалитет.** Конструкцијата и материјалите треба да бидат здрави и да можат да се користат долго време. Површините треба да бидат отпорни на вода и добро изолирани и да не дозволуваат формирање на флеку. Материјалите со кои е тапациран мебелот треба да бидат здрави, во бои кои се издржливи и лесно се чисти.

- **Конвенционалност.** Мебелот треба да има едноставен дизајн, без сложени декоративни елементи кои собираат прашина и тешко се чистат. За полесно чистење мебелите треба да бидат лесни.

- **Дизајн и пропорции.** Мебелот треба да одговара на големината на собата, на нејзината намена и категорија.

- **Удобност/комотност и функционалност.** Мебелот треба да биде удобен. Можат да се користат вграден мебел, мебел што стои слободно и модулен мебел. Првиот се среќава многу често во хотелските соби и е компактен, овозможува

максимално да се искористи малиот простор и лесно се чисти. Но ваквиот мебел е поскап, тешко се монтира (посебно во постари згради), а неговата неподвижност не дозволува промени на ентериерот. Модулното уредување на собата овозможува брзо и лесно прередување на собата, но не секогаш просторот е ефективно искористен.

Изглед на спалната. Се користат кревети со определена големина, во зависност од категоријата на објектот. До секој кревет има ноќно шкафче, а на едно од нив (кај повисоките категории објекти) има панел со копчиња за слушање музика, будење, палење и гасење на светло, контакт со собарката, сателитски програми и др. Исто така, треба да има и масичка за пишување, пепелници, фотелји, багажник, ноќни лампи, огледало, корпа за отпадоци, завеси или ролетни (кај високата категорија дупли). Кај објектите со повисока категорија има и фрижидер (мини-бар), телевизор, уметнички слики, двосед, дневен прекривач за креветот и др. резервни постелнини.

Изглед на преддворјето. Треба да има шифоњер, определен број на закачалки, а кај објектите со повисока категорија и четка за облека, игленик, лажица за облекување на обувките, како и крпчиња за нивно чистење, кесе за оставање на валканата облека, големо сидно огледало и натписи „не вознемирувај“ и „исчистете“.

Изглед на санитарниот јазол. Треба да има лавабо со ладна и топла вода, чаши за вода, сидно огледало, санитарна кофа за отпадоци од огноотпорен материјал, ламба, држачи за крпите, тоалетна чинија и четка за нејзиното чистење, кутија со тоалетна хартија, дезодоранс. Во санитарниот јазол треба да има индивидуални пакетирани сапуни, а кај високите категории – индивидуална сапуњерка, пакетчиња шампони за коса и тело, капа за бања, пепелник, ароматизатор за воздух.

Балкон. Треба да биде опремен со мала масичка со лесни столчиња и пепелник, како и лежалка за морските и планинските објекти.

Што се однесува до опремата во апартманите, таа е аналогна на онаа во собите. Тие имаат дополнителни простории кои треба да изгледаат на следниов начин.

Дневна соба. Треба да биде опремена со гарнитура и масичка, биро за пишување со стол и ламба, шкафови, луксузни светлечки тела (лустери), телевизор со далечинско управување, мини-бар (фрижидер) и др.

Кујна. Во неа треба да има електричен шпорет, фрижидер, мијалник, маса за јадење со столчиња, шкаф, кујнски садови и прибор за јадење (6 комплети), место каде што садовите ќе се исцедат, препарат и средство за миење и крпи за бришење.

7. Меѓусебните односи гостин-персонал

Хотелите продаваат услуги на своите клиенти поради кои персоналот и гостинот се во постојани меѓусебни односи. Од квалитетот на тие односи клиентот добива претстава за нашиот хотел и подоцна донесува решение дали ќе не посети повторно или не. Основната и крајна цел на секој хотел е да се привлечат повеќе гости и да се исполни капацитетот. За да се постигне беспрекорно поведение на персоналот, тој треба да го осознае значењето на гостинот.

- Гостинот е најважниот човек кој влегува во нашиот хотел.
- Гостинот не пречи на нашата работа, тој е нашата работа.
- Гостинот не е име од статистиката.
- Гостинот е секогаш во право.
- Доброто мислење на гостинот за нашиот хотел е најголема реклама за нас. Таа не може да биде купена, туку само заработена со блескава услужност.

Односите гостин-персонал треба да се градат со меѓусебна почит и учтивост. Доколку произлезат тешки и конфликтни ситуации, треба да се направат напори истите да се решат на љубезен начин. За да можеме подобро да ги услужиме клиентите неопходно е подобро да ги запознаеме, треба да ги слушаеме и набљудуваме. За таа цел треба да се побара одговор во следниве прашања:

- Зошто гостите го посетиле хотелот? (За да преноќат, да се нахранат, за забава);

- Која е причината поради која дошле? (Бизнис средба, посета на концерт, романтична вечера, прослава на празник);

- Од каде доаѓаат клиентите и преку кого? (Од странство или домашни туристи, за бизнис или за одмор, со резервација, случајни гости, преку туристичка агенција);

- Зошто гостите го избрале точно нашиот хотел? (Биле претходно или е им е препорачан од пријатели, го виделе во брошура, поминувале во близина и биле изморени).

Хотелот може да биде претпочитан поради својата местоположба, услугите и квалитетот на услужниот персонал, традициите. Ако услужниот персонал не може да влијае на местоположбата, бидејќи таа е географски дадена, врз видот, обемот и квалитетот на производите, бидејќи тоа е работа на менаџерската екипа, но врз квалитетот на услужувањето секој член од колективот може да дејствува. При висок квалитет на услугите, гостите ќе се вратат повторно.

Комуникација со гостите. Кога контактираме со гостите, не е важно само што ќе кажеме, но и како ќе го кажеме. Од значење не се само зборовите туку и надворешниот изглед, тонот, гестовите, изразот на лицето. Можете да бидете добро разбрани без да кажете ниту еден збор – подигање на рамениците, климање со глава, подигање на веѓите. Говорот на телото се разбира многу полесно. Секој знае што значи подигнат показалец и намуртен поглед, но не е секогаш толку лесно да се разберат гестови и мимики. Внимавајте ако работите со странци, зашто еден ист гест може да има различно значење кај различни народи и култури (на пр. вртењето на главата за Бугарите означува – „да“, но за Европјаните – „не“). Во ваква ситуација се однесуваме учтиво и пријателски, па така што и да сме кажале или направиле ќе се прифати полесно. При разговор со гостите се избегнува користење на жаргони и улични изрази.

Надворешен изглед – одржување на косата чиста и добро оформена, обувките чисти и во тон со униформата, униформата испеглана стандардна за хотелот и сезоната, мажите добро избричени или со оформени брада и мустаќи, рацете и ноктите да бидат чисти и добро оформени (жените кои користат лак да не биде излупен), шминката на лицето кај жените да биде дискретна, користење на лесен парфем за пријатна миризма, избегнувајте навики како чепкање нос, грицкање нокти, гризење коса, цвакање на гума за цвакање, растегнување, зевање, при разговор со клиенти да се игра со накит или копче, да се тропка со нога или молив.

Позата која ја заземате на работното место, начинот на кој седите, зборувате или се движите, го определуваат вашиот однос кон работата или клиентот. Не потпирајте се на маса или сид, бидејќи тоа создава незаинтересиран и безгрижен вид. Треба да стоите исправено. Врвете со исправена глава што означува увереност и доверба, а не со свиткани раменици и наведната глава.

Изразот на лицето кај поголем дел од луѓето ги издава нивните мисли и чувства. Не дозволувајте вашите лични симпатии или антипатии преку изразот на лицето да го отфрлат гостинот. Ако разговарате со нервозен клиент, пробајте да изгледате загрижени, сочувствителни и со разбирање. Гледајте ги луѓето секогаш во очите кога разговарате со нив, доколку го поместувате погледот настрана, тоа ќе ги натера да се чувствуваат несигурни и нервозни. При комуникација со гостинот секогаш први го поздравуваме и со насмевка го прашуваме дали може со нешто да му помогнеме. Услужувањето на клиентот не значи само да научиме одредени правила и изрази како „Добре дојдовте!“, „Пријатен престој!“, „Се надеваме дека си поминавте добро!“. Во меѓусебните односи со клиентот треба да дојде до израз вашата индивидуалност, што ќе им покаже на гостите дека тие комуницираат со луѓе, а не со работи, дека си ја познавате работата и ги сметате посетителите за многу важни. При разговор со клиентите по телефон не заборавајте дека вие го претставувате хотелот и

имате можност од јавувањето да направите редовен клиент. Колку брзо одговарате на повикот, со каков тон и како разговарате, сето тоа го гради имиџот на хотелот.

8. Резервација – дефиниција, видови

Резервациите и продажбите во објектите за престој се дел од целокупниот процес на хотелиерското послужување. Успешната продажба на креветната база во секој објект во голема мерка зависи од постоењето на *систем за резервации*. Основната цел на ваквиот систем е да обезбеди максимален број на резервации при минимални трошоци за остварување на таа цел. Системите за резервации можат да бидат: локална, централна и мешана (комбинирана). Резервирањето претставува претходно зачувување на определена услуга на објектот и нејзина потенцијална реализација. Се резервира основната услуга на објектот за престој – ноќевањето, но можат да се резервираат и дополнителни услуги кои ги нуди објектот (јадење, забава итн.).

Локален (независен) систем за резервација. Организиран е од објектот, на негова територија – во фронт офис (ако е самостојна служба за резервации) или во рецепцијата (ако администраторот ги исполнува и функциите на резерватор). Процесот на резервирање се прави директно, а ваквиот систем е независен и објектот си го користи самостојно. Обично го користат малите објекти или објекти што практикуваат децентрализиран начин на продажба.

Централен систем за резервации. Процесот на резервирање тука се прави индиректно. Објектот, заедно со други слични, е вклучен во централен систем за резервации (банка за резервации, канцеларија, служба *централни резервации* и др.), преку кој се остварува резервација на ноќевање или на друга услуга. Гостинот прави резервација во еден централен орган, кој понатаму ја предава резервацијата до објектот. Се користи кај централизираниот начин на продажби. Ваков систем за резервација користат големите туристички комплекси, како и синџирите на хотели. Позитивното кај овој систем е тоа што дава можност за потполно ангажирање на објектот, а центарот ја игра улогата на диспечер – во секој момент може да ги пренасочува гостите таму каде што има слободни места. Големите синџири на хотели имаат сопствени системи на резервација (има над 200 такви системи). На пример, еден од најголемите е “Holiday” на “Holiday Inn” со 1.900 хотела, 353.000 соби и 2.500 терминали, преку кои годишно се прават резервации за над 30.000.000 ноќевања.

Комбиниран систем за резервации. Овој систем претставува комбинација од претходните два, каде што објектите ги користат како услугите на специјализирани служби (бироа, фирми), така и сопствениот систем на резервација. Процесот на резервирање може да се оствари:

- непосредно – во службата за резервации,
- преку средствата за комуникација – пошта, телефон, факс, електронска пошта, компјутерски систем (мрежа).

Технологијата на резервирањето ги вклучува следниве етапи:

- прием и обработка на резервации, добиени непосредно или преку технички средства за комуникација;
- информирање за сите прашања кои се однесуваат на резервираната услуга или објект;
- регистрирање на резервациите, согласно со редот и начинот на соодветниот објект.

Прием и обработка на резервациите. Основен документ за сместување во даден објект (хотел) е резервацијата. Таа треба да ги содржи следниве информации:

- број на резервацијата;
- име на хотелот (ако е направена преку централен систем);
- датум на пристигнување и заминување на гостинот;
- вид и број на соби;

- име и националност на гостинот;
- фирма.

Ако резервацијата е направена за организирани туристи (групи), неколку денови претходно се испраќа т.н. резервациски список (**руминг-лист**), кој го содржи следново:

- имиња на гостите по семејства;
- вид на собите во кои треба да се сместат;
- барања за собите (туш, бања, балкон);
- неопходност од дополнителни кревети;
- број и возраст на децата;
- име на хотелот.

Потврдување на резервациите. Во хотелската практика е прифатено за резервациите кои се направени со писмо, телефон, телеграма, факс или телекс да се испраќа писмено потврдување до клиентот. Во него треба да бидат вклучени информации за цената, датумот на пристигнување, времетраење на престојот и др. Тоа се прави веднаш или во рамките на три дена. Потврдувањето се приложува на рецепцијата на хотелот при сместување.

Анулирање на резервации. Ако во периодот од резервирањето до пристигнувањето на гостинот има некаква промена или откажување од услугата, тогаш се прави анулирање. Дозволените рокови во рамките на кои може да се направи анулирањето, како и санкциите што може да ги претрпи лицето кое резервира се наведени во договорите меѓу хотелските претпријатија и клиентите.

Дуплирање на резервации. Со цел максимална зафатеност на хотелот, во хотелската пракса се случува резервирање на поголем број на места од оние што постојат реално. Тогаш станува збор за дуплирање на резервации т.е. препродавање на кревети. Ваквиот пристап треба да биде многу добро обмислен, бидејќи евентуалните грешки (дуплирањето) може сериозно да му наштетат на престижот на даден хотел. Основа која може да послужи при прогнозирањето е бројот на анулираните места за определен период. Така на пример, ако во истиот период од минатата година биле анулирани 9% од резервациите, може да се очекува дека ваквата тенденција ќе продолжи и сега, па може да се предвидат 5-7% дуплирање на резервациите. Најризични се дуплирањата во активната сезона, а помирно може да се дуплира кога постојат резервни варијанти за излез од ваквата ситуација на дуплирање.

II Патнички агенции

Во денешно време не постои подрачје во светот во кое не функционираат туристичките агенции, кои со својата активност им го олеснуваат патувањето на голем број на луѓе²⁸. Туристичките агенции продаваат производи и услуги поврзани со патувањето, туристички аранжмани на крајните потрошувачи за сметка на туроператорите (организатори на патување), објектите за сместување, авиокомпаниите, компаниите за крстарење. Тие продолжуваат да бидат движечка сила во туристичкиот дистрибутивен систем, поврзувајќи ги понудата и побарувачката.

Најголем број на туристички агенции се наоѓаат во стопански развиените земји, според тоа, во рамките на Европската унија и во Соединетите Американски Држави, туристичките агенции се најраспространети.

Развојот на туристичките агенции во Република Македонија започнува во почетокот на деведесеттите години на минатиот век, а денес истите ги следат современите трендови и тенденции на работење и се прилагодуваат кон побарувачката и понудата, односно туристичкиот пазар. Бројот на туристичките агенции кај нас е 402, од кои 192 се наоѓаат во Скопје (Регистар на туристички

²⁸ Методијески, Д., „Договор за организирање на патување и општи услови за патување“, Зборник на Правен факултет, УГД, 2012

агенции, Министерство за економија – Сектор за туризам и угостителство). Според истражувањето на Европската Комисија, во нашата земја околу 30% од туристите кои биле на одмор, своите патувања ги организирале преку туристичка агенција, а како извор на информација при планирањето на патувањето - туристичките агенции се застапени со 32%.

Законската регулатива поврзана со туризмот

Постојат повеќе автори во меѓународни рамки, кои се занимаваат со правото во туризмот или туристичкото право и публикувале стручна литература од оваа област. Поради масовноста на туризмот, постои тенденција на зголемен број на правници кои ја прошируваат својата дејност токму на ова поле.

Туристичките претпријатија, угостителските организации (хотели, ресторани), организатори на забава, сообраќајни претпријатија, туристички агенции (посредници и организатори на патувања) стапуваат во меѓусебни и непосредни односи со корисниците на услугите. Постојат голем број на разновидни договорни форми кои се склучуваат во туризмот. Во деловната практика, од посебно значење се договорите кои се основаат на доставување на туристичка услуга преку ангажирање на туристичка Агенција.

Договорите во областа на туризмот претставуваат мошне важен правен инструмент во регулирањето на односите и интересите помеѓу учесниците во туристичката дејност. Еден од најважните носители на правните односи во областа на туризмот се туристичките агенции кои се јавуваат како непосредни извршители на туристички услуги или посредници меѓу давателите и корисниците на туристичките услуги.

Позначајните Меѓународни конвенции од унилатерален и билатерален карактер кои се поврзани со туризмот се следните:

- Конвенцијата за превоз на патници и багаж во железнички, друмски, поморски и воздушен промет;
- Конвенцијата за унификација на содржината на патните исправи;
- Конвенцијата за платен годишен одмор;
- Конвенцијата за безцарински (привремен) увоз на патнички возила;
- Конвенцијата за безцарински увоз на личните предмети на туристите;
- Конвенцијата за безцарински увоз на туристички пропаганден и информативен материјал;
- Меѓународниот хотелски правилник;
- Хотелската конвенција помеѓу АИН и FUAАV;
- Меѓународната конвенција за Договорот за патување, итн.

Основните **закони** кои го регулираат туризмот кај нас се: Закон за туристичка дејност (Службен весник на РМ, бр.62/2004); Закон за угостителска дејност (Службен весник на РМ, бр.62/2004); Закон за такса за привремен престој (Службен весник на РМ, бр.19/1996); Закон за туристички развојни зони (Службен весник на РМ, бр.114/2012); Закон за облигационите односи (Службен весник на РМ, бр.18/2001); Закон за ратификација на спогодбата за повремени меѓународен превоз на патници со автобус – Интербус спогодба (Службен весник на РМ, бр.10/2006); Закон за превоз во патниот сообраќај (Службен весник на РМ, бр.68/2004); Закон за трговските друштва (Службен весник на РМ, бр.28/2004); Закон за безбедност на храна и производите и материјалите што доаѓаат во контакт со храна (Службен весник на РМ, бр.54/2002) и др. Овие закони имаат свои измени и дополнувања. Освен законите, постојат и голем број на подзаконски акти и спроведбени прописи како што се: Правилник за услови за категоризација на објектите за вршење на угостителска дејност (Службен весник на РМ, бр.16/2006), Правилник за минимално-технички услови за вршење на угостителска дејност (Службен весник на РМ, бр.16/2006), Општите услови за патување за агенции членки на СКТМ (Службен весник на РМ, бр.84/2009) и др.

Договорот за организирање на патување, е дефиниран во член 915 од Законот за облигационите односи кој гласи: „Со договорот за организирање на патување се

обврзува организаторот на патувањето да му прибави на патникот збир на услуги кои се состојат од превоз, престој и други услуги што се врзани со нив, а патникот се обврзува на организаторот да му плати една вкупна (паушална) цена“. Законот е поделен во четири оддели и ги опфаќа општите одредби во оддел 1, обврските на организаторот на патување во оддел 2, обврските на патникот во оддел 3 и посебните права и обврски на договорените страни во оддел 4. Во овој Закон, освен Договорот за организирање на патување, регулиран е и Посредничкиот договор за патување.

Општите услови за патување за агенциите членки на Стопанската комора за туризам на Македонија, содржат 14 точки во кои се пропишани правата и обврските на патниците и организаторите на патување. Точките се следните:

- Содржина на аранжманот;
- Пријава-договор и уплата;
- Цена на аранжманот;
- Категоризација и опис на услугите;
- Право на организаторот за измени во програмата и отказ на аранжманот;
- Право на патникот за откажување од патувањето;
- Обврски и права на организаторот на патувањето;
- Обврски и права на патникот;
- Превоз;
- Багаж;
- Здравствени прописи и заштита;
- Сместување во соби и апартмани;
- Решавање на приговори; и
- Надлежност на судот.

Општите услови за патување во основата произлегуваат од Договорот за организирање на патување, но во нив детално и опширно се разработени содржината, правилата, прописите, различните аспекти од туристичките аранжмани и правата и обврските на патниците и организаторите на патување.

1. Основни средства на туристичките агенции

Основни средства на туристичките агенции се сите средства кои за вршење на својата дејност ги користи во подолг временски период, во мноштво репродукциски циклусиостануваат во првобитниот облик, а во туристичкиот производ пренесуваат само дел од својата вредност²⁹. Туристичките агенции располагаат со широк обем на разновидни основни средства. Меѓу овие средства посебно значајни за работењето на туристичките агенции се следниве:

- локација
- деловен простор со опрема
- превозни средства
- основачки вложувања
- права и правни средства

Локација

Локацијата претставува определена земјишна површина на која со урбанистичка дозвола е утврдена можноста на неа да се изгради и да постои деловен објект во кој ќе може да се врши туристичка агенциска дејност. Таа е од големо значење за одвивањето на активностите на овие стопански субјекти. Затоа во процесот на определување за занимавање со туристичкото посредништво треба да се води сметка за изборот на локацијата. Туристичката агенција својата активност ја насочува главно кон продажба на туристичките услуги. Поради тоа основна претпоставка во работењето на туристичката агенција е нејзино приближување кон корисниците на туристичките услуги, односно патниците и туристичката клиентела. Со оглед на ваквата специфичност во работењето на туристичките агенции нивната

²⁹ Мариноски, Н., „Туристички агенции“, ФТУ, Охрид, 2005

локација треба да биде во просторот на местата во кои се јавува најголема фреквентност на можните корисници на услуги кои ги нуди. Тоа се таканаречените места на масовно собирање. Најатрактивни локации се местата во централните подрачја каде што има најголем број на потенцијални потрошувачи. Исто така поволен избор претставуваат локациите во рамките на деловните трговски центри, главните автобуски и железнички станици, аеродромите и пристаништата, сообраќајните терминали, културните и спортските комплекси и слични локации. Развојот на туристичките агенции подразбира и промена на начинот на нивното работење. Тоа се одразува и на изборот на локацијата, така што споменатите локации не се единствени. Изборот на локацијата се сврзува и за специфичности на одредена средина и за деловната политика на туристичката агенција. Работниот процес кој се одвива во рамките на туристичката агенција ги опфаќа активностите кои се сврзани со непосредно контактирање на вработените со туристичката клиентела и активности кои не се сврзани со непосреден контакт со потрошувачите. Ако истуреноста на локацијата треба да се има во предвид за активностите кои се однесуваат на непосредното контактирање таа нема битно значење за оној дел од работата на туристичките агенции кој не се однесува на непосредното контактирање со туристичката клиентела.

Туристичките агенции често се организираат така што во својот состав опфаќаат истурени пунктови, деловници или бироа кои се лоцираат во местата на масовно собирање зависно од условите и специфичностите на средината. Локацијата на деловниците треба да е пристапна и воочлива. Изборот на локација на деловниците треба да го има во предвид и распоредот на конкурентските локации односно просторниот распоред на филијалите на другите туристички агенции. Местото на масовни собирања и зголемена фреквентност на потенцијални корисници на услугите кои ги нуди туристичката агенција се атрактивни локации за истакнување на рекламни и пропагандни содржини. Освен споменатите фреквентни локации, локациите покрај патните правци се мошне погодни за поставување на објекти и средства со вакви содржини. Изборот на локација со карактеристики на рекламнопропагандна содржина е присатна како кај ваквите специјализирани фирми, така и со лоцирањето на деловниците на туристичките агенции. Разлики во поглед на избирање на локации се присутни и во сферата во која делува туристичката агенција. Во тој контекст важно е дали корисникот на услугите може лесно да контактира со туристичката агенција. Додека корисниците на услуги во иницијативната сфера или во местото на постојано живеење на туристите лесно можат да ја пронајдат туристичката агенција, во рецептивната сфера на овој план можат да се јават одредени потешкотии. Се претпоставува дека туристите, барем во првото доаѓање, не доволно го познаваат туристичкото место. Затоа локацијата на туристичката агенција треба да биде во врска со првиот контакт кој корисникот на услугите го воспоставува со рецептивните простори. Туристичката агенција треба да биде лоцирана на такви места каде што ќе можат да му понудат услуги на клиентот веднаш со пристигнувањето.

Туристичките агенции во рецептивната сфера се лоцирани и непосредно до или во сместувачките капацитети што е во горе наведената функција. На тој начин, туристичката агенција, најнепосредно се доближува до својата клиентела. Очигледно е дека приодот во изборот на локацијата претставува не само важен, туку и доста сложен проблем.

Деловни простории и опрема

За успешно одвивање на активностите на туристичките агенции многу важен чинител се деловните простории и нивната опременост. Деловните простории на туристичките агенции претставуваат такви простории во кои се остварува непосредниот контакт со барателите на услуги и простории во кои се одвиваат раководните и управувачките активности, во кои работат заедничките служби и во кои се осмислува, креира и создава туристичката понуда. Според тоа, станува збор за два вида на деловни простории. Оние во кои се остварува и оние во кои не се остварува непосредниот контакт со барателите на услугите.

Деловните простории во кои пред сè ќе се остварува непосредниот контакт со барателите на услуги треба да бидат приспособени токму за вршење на посредничката дејност. Воочливоста на шалтерите и шалтерските служби и обезбедувањето на лесна флукуација на клиентелата низ деловните простори и избегнувањето на непотребни гужви претставуваат значајни претпоставки за функционалноста на деловните простории.

Внатрешната уреденост на деловните простории во кои се остварува непосреден контакт со патничката и туристичката клиентела претставува исто така значајна компонента во користењето на туристичките агенции. Естетската уреденост на деловниот простор има двојна улога. Уреденоста е поврзана со функционалните карактеристики, така што обезбедува извршување на потребните операции во работниот процес.

Од друга страна, уреденоста на деловниот простор, привлечно делува врз туристичката клиентела и го задржува нејзиното внимание. Уреденоста претставува дел од удобноста на туристичката агенција. Во уреденоста е содржана естетиката и декоративноста што има туристичко пропагандно значење. Деловната компонента на уреденоста на просториите на туристичките агенции се изразува преку претпоставката дека слична уреденост ќе ги чека туристите и во другите објекти кои таа ги нуди како дел од нејзината понуда. Уреденоста упатува и на сигурност во адекватноста на туристичките и другите услуги кои ги нуди туристичката агенција. Тоа е една од можностите да се обезбеди деловна доверба. Деловниот простор често пати е сврзан со висока цена на закупнината, што создава економски потешкотии во работењето. Затоа во овој поглед се врши рационализација. Се изнајмуваат релативно помали деловни простории во просторот со ексклузивни карактеристики. Во интерес на конфорноста на овие простории се обезбедуваат услови за работа на најпотребните служби за непосредно контактирање со странките. Останатите работи се дислоцираат во други деловни простории за кои не мора да се плати релативно висок надоместок.

Додека уреденоста на деловниците е подредена на условите за работа со непосредно контактирање со туристичката клиентела, туроператорите се наоѓаат во такви деловни простории кои се уредени така да овозможат нивно користење за договарање на туристичките аранжмани и утврдување на местото на нивната продажба во продажните места на туристичкиот пазар. Туроператорските куќи треба да обезбедат простори за комуникации, преговори и договори со деловни партнери. Деловните простории треба да поседуваат и соодветна опрема. Деловниците треба да се опремени со шалтери кои обезбедуваат релативно добра комуникативност. Во оваа функција треба да биде избран и канцеларискиот мебел.

Опремата на туристичката агенција во деловниот простор во кој се остварува непосреден контакт со корисниците на услугите исто така треба да биде во функција на што е можно подобра комуникативност. Во таа насока потребно е таа да поседува современа телефонска инфраструктура во чии рамки освен класичната ќе биде застапена и мобилната телефонија, телефаксот и информатичко-сметачките средства со чија помош ќе дојде до вклучување и во интернет.

Опремата во туристичката агенција треба да овозможи оптимални услови за престој. Во таа функција се климатизаторските уреди. Со нив треба да се обезбедат изедначени температури и проветреност во деловните простории. Непроветрените простории и просториите во кои топлината и влажноста на воздухот се променливи и неповолни негативно се одразува како на корисниците на услугите, така на работниците вклучени во работниот процес. Кај работниците се намалуваат работните способности, а кај туристите се јавува нерасположение. И едните и другите се излагаат на замор што како последица може да предизвика намалена деловност.

Учеството на електронската техника и автоматиката во туристичкото агенциско работење денес е скоро задолжително. Примената е присутна како во работата на туристичките агенции, така во одвивањето на работниот процес на туроператорите. Компјутерските системи се користат во непосредното склучување на зделки со

барателите и давателите на услуги, така во вкупната организација на туристичката агенција или туроператорот. На тој начин се обезбедува контрола на квалитетот на работењето од шалтерските служби до главниот менаџер. Компјутерските системи овозможуваат експедитивност и сигурност во работата на туристичките агенции.

Превозни средства

За успешно вршење на својата дејност туристичките агенции поседуваат превозни средства. Со помош на возниот парк туристичките агенции се наоѓаат во состојба да реализираат голем дел од своите атрактивности, но и да ги искористат како дел од својата понуда. Според тоа превозните средства во туристичките агенции се јавуваат во две функции:

- превозни средства во функција на одвивањето на работниот процес и
- превозни средства во функција на давање услуги, односно како дел од тие услуги.

Иако, е мошне тешко да се диференцираат превозните средства за едната, односно во рамките на споменатите функционални карактеристики, зошто истите превозни средства можат да се користат за една или друга намена, сепак поседуваат одредени специфичности макар во теоретска смисла.

- Превозните средства кога се во функција на одвивање на работниот процес, обезбедуваат извршување на голем дел од своите активности. Ефикасноста, експедитивноста и општата комуникативност претставуваат значајни карактеристики на деловноста на туристичките агенции. Превозните средства кои се во функција на одвивање на работниот процес овозможуваат контакти на службата на туристичките агенции како со деловните партнери така и со барателите на услугите. Од превозните средства за оваа намена најчесто се користат патничките автомобили. Ретко во оваа функција се користат другите видови на превоз. Тие се дел од нејзиниот возен, парк чие одржување подразбира подготвеност и мобилност за вклучување во работниот процес.

- Превозните средства во функција на давање услуги и како дел од тие услуги овозможуваат комплексност во понудата и независност од условите на пазарот со сообраќајни услуги, како и проширување на дејноста која ја обавува туристичката агенција. Во возниот парк за оваа намена освен патничките автомобили се наоѓаат и минибуси и автобуси, бродови, јахти и други пловила и други хеликоптери и авиони. Како дел од возниот парк овие превозни средства се користат како во самиот процес на давање агенциски услуги, така како средства кои се изнајмуваат на други стопански субјекти и туристи, односно лица и правни субјекти.

- Автобусите кои се дел од возниот парк на туристичката агенција треба да бидат со максимална удобност и панорамски карактеристики. Автобусите или се изнајмуваат или пак се користат за изведување на услуги на трансфер, излети или разни тури.

- Патничките автомобили туристичките агенции ги користат за давање на услуги на трансфер и за изнајмување. Еден од мошне значајните форми на изнајмување претставува рент-а-кар изнајмувањето во кое корисникот во рамките на одреден временски период за определена надокнада потполно располага со патничкиот автомобил. Патничките автомобили можат да се користат и како такси служба во рамките на туристичката агенција.

- Поседувањето на пловни објекти и летала, може да се искористи како дел од туристичката понуда и како превозни средства за изнајмување на деловните партнери.

Постоењето на возниот парк во рамките на туристичката агенција, иако претставува дел од заедничката деловна стопанска целина, сепак може да се третира како целина на друга стопанска гранка, односно од сообраќајот. Работата на возниот парк се одвива по принципите кои сообраќајот како стопанска гранка го поседува.

2. Работна сила во туристичките агенции

Туризмот претставува дејност која вклучува поголем број на кадри. Оваа карактеристика е присутна и кај работата на туристичките агенции. Услугите кои туристичките агенции ги нудат се сврзани со непосредно контактирање и комуницирање врз таа основа.



Услугите на туристичките агенции се специфични и бараат ангажирање на работната сила. Кадрите во туристичките агенции непосредно контактираат со барателите на услуги како во процесот на продажбата, така во извршувањето на туристичките аранжмани. Тоа зборува дека работата во туристичките агенции бара ангажирање на поголем број работници. Значи станува збор за трудоинтензивна дејност во која човекот не може да го заменат техничките средства како што е во случајот со индустријата или земјоделството. Ангажирањето на работната сила во туристичката агенциска дејност подразбира и одредени посебни карактеристики. Освен трудоинтензивноста карактеристична е сезоналноста во користењето на работната сила. Сезоналноста е универзална карактеристика на туризмот диктирана од концентрацијата на туристичката клиентела во определен дел од годината било поради условите во животната средина, било поради општата подвижност на населението. Во секој случај карактеристично е сезонското користење на работната сила во работата на туристичките агенции кога значително се зголемува обемот на работа. Специфичност на дејноста на туристичките агенции претставува и ангажирањето на женска работна сила.

Со оглед на чувствителноста на туристичката агенциска дејност туристичките работници кои во неа се ангажирани треба да поседуваат некои заеднички или општи својства. Според Б. Бунташески меѓу најзначајните особини на овие работници спаѓаат:

- солидна стручна подготовка
- психофизичко здравје
- општа техничка и естетска култура
- социо-економско образование и
- лични карактерни својства

Освен личните карактерни црти и моралните особини туристичкиот работник треба да поседува љубов спрема својата професија. Тој треба да ја сака професијата со која се занимава. Во таа смисла да биде критична и креативна личност да има чувство за одговорност, да се однесува рационално и економично и да има правилен однос кон средствата за работа. Со овој однос тој се наметнува не само кај

работодавателот, туку неговото работење ќе има позитивен израз и кај туристичката клиентела. Тоа се таканаречени специјализирани кадри за работа во туристичката агенција. Според карактерот на работниот процес кој се одвива во рамките на туристичката агенција можат да се поделат во следниве две групи:

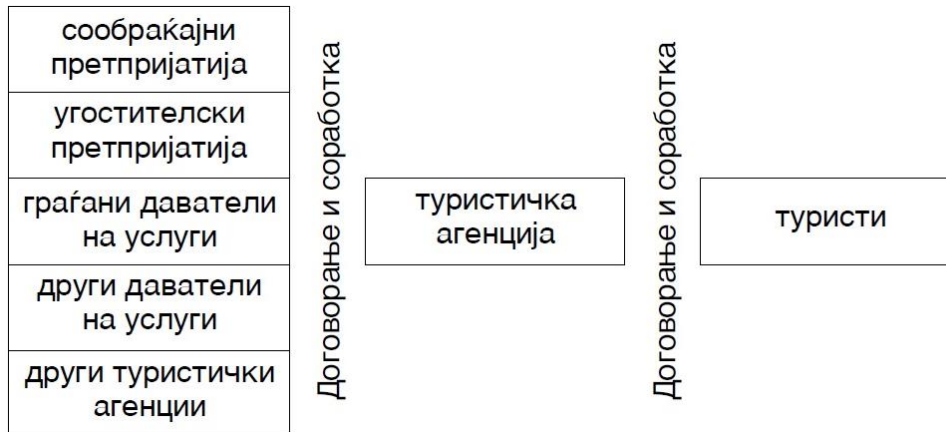
- Специјализирани кадри од туристичка струка
- Кадри од други струки

3. Деловни односи на туристичките агенции

Туристичките агенции во својата работа воспоставуваат деловни односи со кои ги реализираат своите задачи и функции. Со оглед на местото и улогата кои туристичката агенција ги има на туристичкиот пазар таа задолжително е упатена да стапи во деловни односи, како со субјектите на страна на туристичката побарувачка, така со оние субјекти кои делуваат во рамките на туристичката понуда. Туристичката агенција стапува во деловни односи, како со барателите, така со давателите на туристичките услуги. Преку своите деловни единици таа воспоставува непосредни деловни односи со својата клиентела. Исто така, преку информативно-пропагандната дејност, таа воспоставува односи како со својата клиентела, така и со потенцијалната туристичка клиентела. Во функција на одржување на деловните односи со својата и потенцијалната клиентела туристичките агенции користат таканаречена маилинг листа. Тоа е список на постојните и потенцијалните клиенти на кои туристичката агенција редовно им се обраќа со своите пропагандни пораки или со други информации. Клиентелата се известува за програмите на патувањата, попустите, цените, условите за кредитирање, за анкетирање на туристите и др.

Одржувањето на добри деловни врски и нивното постоење проширување претставува значаен услов за успешноста во работењето на туристичките агенции. Деловните односи со чинителите на страна на туристичката понуда се исто така од големо значење, бидејќи без нивно постоење туристичката агенција не може да ги извршува работните задачи. На страна на туристичката понуда стојат повеќе деловни партнери кои својата дејност ја вршат давајќи услуги во врска со патувањето и во врска со престојот на патниците и туристите.

Меѓутоа, главно начело во овие односи претставува начелото на коректност и меѓусебна доверба. Одвивањето на деловните односи има правна основа, така што во овие рамки постои правна регулатива. Односите се утврдени со бројни законски одредби и други прописи, како и со кодекс на деловни обичаи. Бројноста на деловните партнери која е присутна во односите со туристичките агенции ја условува правната сложеност во оваа сфера. Сложеноста на овие односи е посебно нагласена со оглед на фактот дека туристичката агенција не се јавува само како посредник туку и како организатор и затоа голем број од тие односи се врши на меѓународниот туристички пазар, со странски партнери. Тешкотиите се јавуваат во поглед на примената и надлежноста на националното право и во поглед на унификацијата на правните документи со кои на меѓународниот пазар се регулираат тие односи. Во тој поглед меѓународните здруженија, какви што се на пример ФУААВ (Светско здружение на туристичките агенции), АИХ (Меѓународно здружение на хотелиерите), ИАТА (Меѓународно здружение на воздухопловните превозници) и СТО (Светска туристичка организација) врз заедничка работа имаат создадено документи со кои се регулира материјата на правно туристичките односи, посебно со деловните партнери во туризмот.



Врз база на положбата што туристичката агенција ја има на туристичкиот пазар и правната регулатива во тој поглед диференцирани се следниве односи:

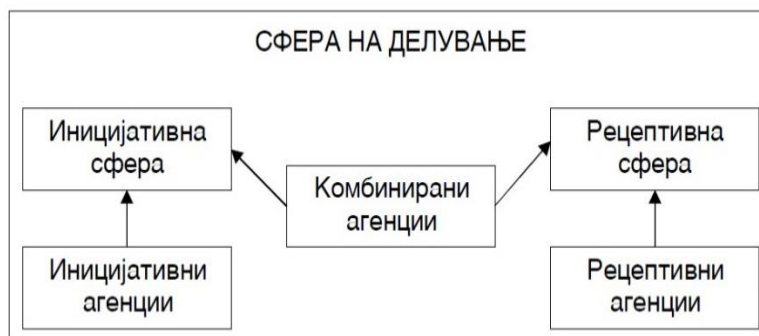
- односи на туристичките агенции и туристите
- односи на туристичките агенции и сообраќајните претпријатија
- односи на туристичките агенции и угостителските претпријатија
- односи на туристичките агенции и граѓани - даватели на услуги
- односи на туристичките агенции и други даватели на туристички услуги
- односи на туристичките агенции и со други туристички агенции

4. Видови на туристички агенции

Туристичките агенции претставуваат значајни чинители на туристичкиот пазар, така што во зависност од развојот на туристичката понуда и туристичката побарувачка заземаат и посебно место. На туристичкиот пазар туристичките агенции се јавуваат во својата разновидност и бројност. Тоа значи дека е различна и позицијата и улогата која ја поседуваат, од што произлегува содржината на нивната дејност.

Диференцијацијата на одредени видови на туристички агенции треба да се базира на соодветни критериуми. Таа е вршена главно според следниве критериуми:

- сферата на делување во туристичката активност



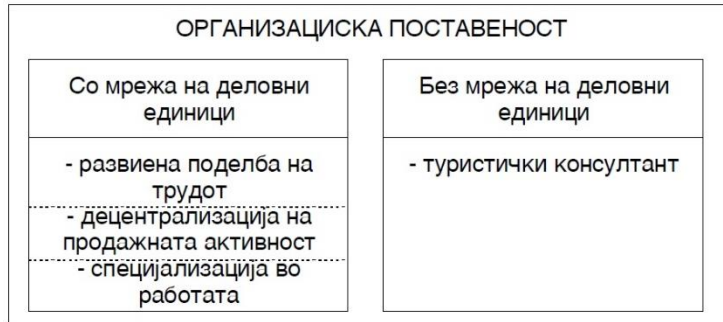
- обемот и карактерот на предметот на работа



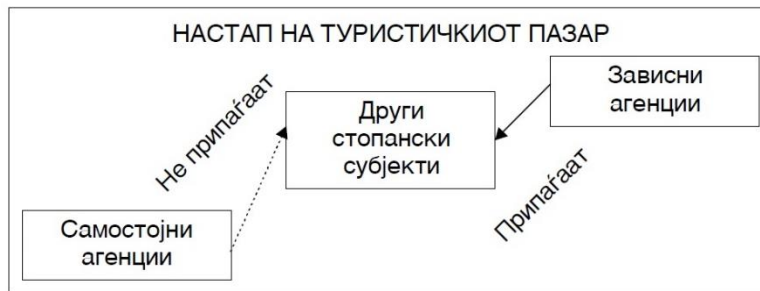
- просторниот опфат на туристичкиот пазар



• организациската поставеност на туристичкиот пазар



• самостојноста во настапот на туристичкиот пазар



• сопственоста на средствата за работа



5. Ваучер

Ваучерот претставува писмена исправа која е неизоставна во работата на туристичката агенција. Тоа е таков документ кој го издава туристичката агенција на својата клиентела. Во ваучерот се содржани услугите кои ќе ги добие непосредниот корисник на услуги. Услугите однапред ги договориле туристичката агенција и давателот на услугите а со нив се сложил туристот и се обврзал дека ќе ја плати цената на услугите. Форматот на ваучерот не е стандардизиран и секоја туристичка агенција сама може да го одреди. Но, ваучерот мора да ги содржи следниве елементи:

- назнака ваучер со што се одредува за каков документ станува збор
 - име и седиште на туристичката агенција
 - име и седиште на давателот на услуга на кого му се упатува ваучерот
 - име и презиме на лицето кое е корисник на услугите
- содржани во ваучерот
- обем, видови, и квалитет на услугите кои се нарачуваат

- време на почетокот и завршувањето на услугите
- број на ваучерот
- потпис на овластеното лице кое го издало пасошот
- податоци за наплатениот износ, примената аконтација и слично

6. Туристички аранжмани

Туристичкиот аранжман претставува најважниот производ кој го создава туристичката агенција и го пласира на пазарот³⁰. Туристичката агенција во својата деловна активност се занимава со пласман на туристички услуги на туристичкиот пазар. Услугите се разновидни, како по нивните карактеристики така по тоа на кому му припаѓаат или кој непосредно ги дава. Често тие се групираат и средуваат, меѓусебно се комбинираат и како такви се пласираат како услуги на туристичката агенција. Така уредени услуги што меѓусебно се комбинирани, се јавуваат како пакет на услуги или туристички аранжман.

Под туристички аранжман се подразбира збир на услуги кои при патувањето и престојот овозможуваат задоволување на туристичките потреби на туристите. Туристичкиот аранжман претставува комбинација на туристички услуги кои се нудат како заедничка целина, односно како производ кој туристичката агенција го нуди како свој. Тој е плод на ангажирањето на туристичката агенција. Услугите содржински ги систематизира и просторно и временски ги синхронизира. Туристичките услуги содржани во туристичкиот аранжман се изведуваат под единствени услови. Карактеристика на туристичкиот аранжман е што тој има заедничка паушална цена. Во цената се опфатени вредностите на поединечните услуги, но тие поединечно не фигурираат туку се дава единствена цена на аранжманот.

Поединечните услуги како предмет на продажба на туристичките агенции можат засебно да се пласираат на туристичкиот пазар. Тогаш се знае нивната поединечна цена, но тогаш не станува збор за туристички аранжмани. Поединечните услуги во никој случај не можат да се сметаат за туристички аранжман.

Цената на аранжманот не може да биде повисока од збирот на цените на поединечните услуги. Ова произлегува од тука што во збирот доаѓа до катализација и прелевање на вредноста на поединечните цени во аранжманот како целина. Со пласманот на аранжманиот кој претставува збир на услуги се создава продажен механизам кој подразбира “врзана понуда” или продажба во пакет. Продавањето повеќе елементи скоро секогаш е со пониска цена во однос на продажбата на поединечни елементи. Исто така, туристичката агенција ја намалува цената на аранжманите прифаќајќи повеќе услуги од ист вид за потребите на широка туристичка клиентела. На тој начин туристичката агенција продава поголем број капацитети со што успева додатно да ја намали цената. Интересот на непосредните даватели на услуги е содржан во можноста на овој начин да добијат поголема ангажираност на капацитетите. Тоа не би било можно ако туристите, секој посебно, бараат вакви услуги, а не со закупување на големо. Содржината на туристичкиот аранжман се менува во зависност од проширувањето на туристичките потреби. Со оглед на тоа дека развојот на туризмот подразбира проширување на барањата на корисниците на услугите во “пакет аранжманот” се мошне разновидни барања. Разновидноста во услугите кои се меѓусебно средени и вкомпонирани го изразува квалитетот на туристичкиот аранжман. Не треба посебно да се потенцира дека поквалитетните аранжмани поуспешно ќе се продаваат на туристичкиот пазар, бидејќи тоа се подразбира. Туристичкиот аранжман претставува содржинска целина и како таква опфаќа неопходни елементи. Тоа се следниве:

- содржински објаснувања
- итинерер
- услови на користење

³⁰ Spasic, V., “Menadzment turistickih agencija I organizatora putovanja”, Singidunum, 2010

- цена

Содржинските објаснувања, претставуваат систематизирани информации во врска со битните карактеристики на аранжманот. Тие се однесуваат на општата содржина како целина, така на одделни содржински елементи или пак услуги. Тие се неопходни за туристот да може да ги прифати погодностите кои ги нуди туристичката агенција во рамките на пакет аранжманот. Во исто време, содржинските објаснувања подетално упатуваат на можностите кои стојат пред туристот за време на патувањето и престојот.

Итинерерот содржи временска и просторна детерминираност на користењето на услугите. Во итинерерот се определени времето и местото на поаѓање и пристигнување и динамиката на користењето на сите услуги содржани во аранжманот. Тоа се однесува како на сместувањето, така на активностите и посетите во туристичкото место. Итинерерот е еден од најважните елементи на содржинската целина на аранжманот, бидејќи во таксативна форма и просторна и временска синхронизација ја опфаќа севкупната комбинација на услуги. Во итинерерот се содржани времето и местото на сите активности кои ги опфаќа туристичкиот аранжман. Тој помага, но и упатува во прифаќањето на аранжманот. Со користењето на оваа операционализација туристот е во состојба однапред да ги спореди своите потреби со она што го очекува за време на патувањето и престојот во туристичкото место.

Условите на користење на аранжманот претставуваат таков содржински елемент со кој подетално се одредени афирмативните и ограничувачките компоненти во изведувањето на аранжманот. Туристот треба нив да ги прифати или да ги отфрли. Како услови најчесто се јавуваат: времето на почетокот на извршувањето на аранжманот, правните обврски кои се во врска со аранжманот, административните и царинските услови, здравствените обврски, условите во врска со банкарските и монетарните работи и други.

Цената на аранжманот е мошне значаен елемент. Таа е основен податок за аранжманот бидејќи овозможува компарација со други исти или слични аранжмани на конкурентни туристички агенции. Цената претставува рамка на можностите на туристите за прифаќање на аранжманот рамно на расположивите финансиски средства за оваа намена. Цената зависи од должината на траењето на аранжманот и од бројот на услуги и нивната ексклузивност и вредност. Тоа значи дека цената ги опфаќа квантитативните и квалитативните компоненти на туристичкиот аранжман. Таа треба да биде избалансирана за аранжманот да може да биде конкурентен на туристичкиот пазар, односно за да може туристичката агенција да им го продаде на туристите, а при тоа да оствари позитивни економски резултати.

Прашања за дискусија

Објаснете за историскиот развој на хотелиерството? Какви видови на објекти за сместување постојат? Која е намената и каков е изгледот на хотелската соба? Што се хотелски синџири, видови? Објаснете ги односите гостин-персонал? Што претставува резервацијата? Како се пречекуваат гости во хотелот? Што е руминг листа? Што е мејлинг листа? Посочете ја законската регулатива поврзана со туризмот во нашата земја? Какви видови на туристички агенции постојат? Што претставува ваучерот? Кои се основните средства на туристичките агенции? Кои се елементите на туристичкиот аранжман? Каква работна сила е потребна во туристичките агенции? Кои се деловните односи на туристичките агенции?

Користена литература

- Bardi, J., "Hotel front office management", John Wiley and Sons, Inc., 2007
 Basic, A., "Hotel chain Shangri-La – Vision and mission", Hotel link, Journal for theory and practice of hotel industry, The College of hotel management, Belgrade, 2007

- Cunill, O. M., "The growth strategies of hotel chains: best business practices by leading companies", The Haworth hospitality press, 2007
- Dvorjetski, E., "Leisure, pleasure, and healing: Spa culture and medicine in ancient eastern Mediterranean", Brill, 2007
- Goeldner, C., Ritchie, B., "Tourism: principles, practices, philosophies", John Wiley & Sons, Inc., 2009
- Gracanin., M., "Wellness u zdravstvenom turizmu Hrvatske", Ekonomski Fakultet, Zagreb, 2010
- Kaufmann, T., Lashley, C., Schreier, L., "Timeshare Management: The Key Issues of Hospitality Managers", Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2009
- Murphy, P., "The business of resort management", Butterworth-Heinemann/Elsevier, 2008
- Pender, L., Sharpley, L., "The management of tourism", SAGE Publications, 2005
- Ransley, J., Ingram, H., eds., "Developing hospitality properties and facilities", Elsevier Butterworth-Heinemann, 2004
- Reid, R., Bojanic, D., "Hospitality marketing management", John Wiley & Sons, Inc., 2006
- Rutherford, D., Haglund, I., O'Fallon, M., eds., "Hotel management and operations", John Wiley & Sons, Inc., 2007
- Sherman, R., "Class acts: service and inequality in luxury hotels", University of California Press, 2007
- Spasic, V., "Menadzment turistickih agencija I organizatora putovanja", Singidunum, 2010
- Starkey, L., "Hotel/restaurant management career starter", Learning Express, LLC., 2002
- Бъчваров, М., Тончев, Ц., „Основи на туризъма“, Тилия, София, 1996
- Закон за туристичка дејност, „Службен весник на Република Македонија“, бр.62, 2004
- Мариноски, Н., „Туристички агенции“, ФТУ, Охрид, 2005
- Методијески, Д., „Договор за организирање на патување и општи услови за патување“, Зборник на Правен факултет, УГД, 2012
- Славејков, П., Найденов, К., „Икономика на туризъма“, СУ, София, 2009
- Стамов, С., Алексиева, Й., „Хотелиерство“, Кота, Пловдив, 2006.
- Ташков, Н., Методијески, Д., „Хотелиерство“, УГД, 2012
- Хаджиниколов, Х., „Хотелиерство и ресторантџорство“, УНСС, София, 1999
- Цицковски, А., „Организација и техника на хотелско работење“, БУ, ФТУ – Охрид, Битола, 1986
- Кристофер Лавлок, Јохен Вирц (2012) Маркетинг на услуги – луѓе, технологија и стратегија. Ars Lamina
- Томас Л. Минс (2012) Деловна комуникација. Ars Lamina
- Луиз Мутињо (2012) Стратегиски менаџмент во туризмот. Ars Lamina
- Филип Котлер, Џон Т. Бовенс, Џејмс Ц. Макенс (2009) Маркетинг во хотелската индустрија и туризмот. Датапонс
- Кристофер Хил, Мајкл Смит (2013) Меѓународните односи и Европската Унија. Ars Lamina
- Виктор Т. Ч. Мидлтон, Алан Фајал, Мајкл Морган (2014) Маркетинг во патувањата и туризмот. Ars Lamina
- Дерек Хол, Ајрин Киркпатрик, Мораг Мичел (2013) Рурален туризам и одржлив бизнис. Ars Lamina

КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО

ВОВЕД

Текстот за Културно наследство го презентираме во оптимален обем. Согласно целта на стручниот испит, нашиот текст дава селективно наведени информации за познатите културно-историски споменици и локалитети во Република Македонија, кои во најголем број се посетувани од туристите.

Проценуваме дека кандидати кои сакаат да се здобијат/стекнат со сертификат за туристички водич ќе стекнат основни знаења за културното наследство на Република Македонија.

1. Поим, предмет и карактеристики на културното наследство

Културно наследство претставува наследство на физички-материјални артефакти и нематеријални атрибути на некоја група или општество кои претставуваат оставштина од претходните генерации, и поради тоа се чуваат во денешницата за да бидат зачувани во наследство за добробит на идните генерации.

Културно наследство се материјални и нематеријални добра коишто се сведоштво на човековото творештво во минатото и сегашноста, и како такви имаат свои археолошки, етнолошки, историски, уметнички, архитектонски, урбанистички, амбиентални, технички, социолошки и други научни или културни вредности и историско значење.

Културното наследство влијае на идентитетот на одредена нација, на одредена населба, регион или држава. Во изучувањето на „предметот“ културно наследство посебни, но и интегрирано партиципираат повеќе науки, како што се: историја, археологија, историја на уметност, уметност, архитектура, музика, литература, антропологија, етнологија, етнографија, етногеографија, социологија, етика, естетика итн.

Главна цел на културното наследство е негово проучување и запознавање на поширока популација, како и заштита од уништување, односно негово исчезнување. Сето тоа, се постигнува преку реализација во континуитет на **задачата** за константна имплементација на соодветни методи и стратегии за валоризација, реставрација, ревитализација, конзервација, заштита и пазарно менаџирање во правец на одржлив развој на културното наследство.

Разните предмети можеме да ги идентификуваме како предмети кои ни дават различни видови информации: историски, уметнички, градителски, фолклорни, естетски, верски и сл.

Основна поделба на културното наследство е направена според:

- неговите својства,
- неговото значење, и
- степенот на неговата загрозеност.

Културното наследство според **неговите својства**, може да биде:

- недвижно (спомениците, споменичките целини и културните предели)
- движно (археолошките предмети, етнолошките предмети, историските предмети, уметничките предмети, техничките предмети, архивската граѓа, библиотечни добра, кинотечни добра и фонотечни добра)
- духовно (фолкорни добра, јазикот и топонимите) Културното наследство според неговото значење, може да биде:
- од особено културно и историско значење, и
- од друго културно и историско значење (значајно културно наследство).

Културното наследство според **степенот на неговата загрозеност**, може да биде:

- незагрозено културно наследство, и

- загрозено или културно наследство во опасност.

Според **начинот на настанување на културното наследство** се дели на:

- материјално (физичко или опипливо) културно наследство, и
- нематеријално (уметност, литература...) културно наследство.

Во материјалното-физичкото културно наследство (предмети направени од човечка рака) спаѓаат разни предмети кои имаат значајна вредност за историјата, археологијата, архитектурата, техниката, културата, уметноста и сл., односно станува збор за: градежни објекти (куќи, сакрални и световни објекти) историски споменици (бисти, рељефи, барелефи и сл.) други споменици (спомен чешми, плочи и сл.), материјални уметнички дела (артефакти, цртежи, фрески, икони, резби итн.)

Во нематеријалната културно наследство спаѓаат разни уметнички дела, значајни за литературата, музиката, религијата, фолкорот и сл., односно станува збор за: нематеријални уметнички дела (музика, ора) усните преданија (приказни, легенди) духовно верување (религија, обреди, празници) начин на живот (традиција, обичаи)

2. Карактеристики на културното наследство во Република Македонија

Палеолит во Македонија

Палеолитот или старото камено време во Македонија археолошки најмалку е истражено. Досега се регистрирани само неколку палеолитски локалитети. Палеолитски локалитети регистрирани се и во соседните држави Грција, Бугарија, Албанија, Србија, Црна Гора, Романија, Хрватска, Босна и Херцеговина и слично. Како најважен палеолитски локалитет е пештерата Петралона во Грција (полуостров Халкидик), чија старост на палеолитскиот човек е димензиониран од 250 – 500.000 години пред новата ера. Денес, оваа пештера соодветно е уредена за туристичка посета, а составен дел од туристичката понуда е и археолошкиот, односно палеонтолошкиот музеј посветен на Петралонскиот палеолитски човек.

Друг значаен уреден објект за туристички посети е Крапинската пештера во Хрватска, каде исто така наодите се презентирани за пошироката јавност. Овде староста на крапинскиот палеолитски човек е димензионирана на околу 80.000 години пред новата ера.

На просторот на Република Македонија во 1918 година младиот француски археолог праисторичар Етиен Пат, случајно кај селото Кристифорово (Крстоар), околу 3 километри јужно од Битола, открил камено орудие, во форма на клин, („џепна алатка“ – основата обработена а едниот крај од таа основа бил прилично заострен). Истиот археолог, во истата година во близина на Буково, 2 километри јужно од Битола, открил уште еден артефакт, односно камено орудие грубо обработен стругач од бел камен. Според тоа, овие откритија, 2 камени артефакти – предмети се првите познати и објавени палеолитски артефакт од Македонија, а со тоа и првите регистрирани палеолитски локалитет во Македонија.

Во периодот 1955 – 1965 година во пештерата Макаровец I и Макаровец II, во долината на реката Бабуна вршени сондажни проучувања од областа на фауната. Во овие пештери пронајдени се пет палеолитски орудија и фосилни остатоци. Староста на откриените предмети е димензионирана од 40.000 – 30.000 години пр. н.е.

Првите археолошки сондажни ископувања, изведени во рамките на проектот „Во потрага по палеолитот и мезолитот“, се извршени 1999 г. во пештерата Голема Пешт кај село Здуње, Горно Порече (општина Македонски Брод), каде што се потврдени 19 (12) геолошки слоеви, при што се откриени 236 артефакти од кои 26 орудија без типични и карактеристични белези за определување на културата.

Според новите проекти (кои стартуваа од 2009 година) за откривање и на остатоци на прачовек, според палеонтологите највероватно е дека прачовекот настанал на просторите на Југоисточна Европа од каде со промената на климата и заладувањето започнал да се проширува низ целиот свет, па и во просторот на

Македонија. Сепак, останува новите истражувања да го потврдат или негираат горе кажаното.

Во Македонија пронајени се наоди – артефакти и во регионот на Осоговските Планини, североисточните делови на Македонија, потоа покрај селото Лапополци, кај Злетово, а можни се појави и во Мариовско, Демир Хисарско, потоа по течението на реките Вардар, Лепенец, Брегалница, долината на Црн Дрим, долините на Тополка и Бабуна, пештерите Шупља Карпа, покрај Пчиња, пештерата Пешна, кај Македонски Брод, пештерата Јаворец, кај селото Велмеј, Охридско, Кумановско и на други места.

Неолит во Македонија

За разлика од палеолитот (постарото камено време), кое е во почетна истражувачка состојба, неолитот (помладото камено време) во Република Македонија е прилично добро истражено. Македонија, благодарейќи на добрата географска положба, претставува крстосница на егејскоанадолската, западномедитеранската и централнобалканската културна сфера, претставува и креатор на македонскиот неолит како составен дел на културната историја на Балканот.

Во Република Македонија регистрирани се повеќе од 180 неолитски наоѓалишта со повпечатлива концентрација во котлините и покрај речните долини. Како по некое правило покрај речните долини, живеалиштата се подигнати на ниски рамни тераси, а во котлините на мали возвишенија – “тумби”. Тие се претежно со повеќе фази на обновување, со континуитет од раниот до доцниот неолит.

Најстарите неолитски населби во Македонија се јавуваат кон крајот на раниот неолит (6.000 г. пр. н.е.), како веќе оформени урбани, општествено и стопански целини со изградена материјална и духовна култура во која преовладува локалниот карактер. Средниот неолит (6.000 – 3.000 г. пр. н.е.) е најдобро истражен. Се карактеризира со најголема индивидуалност и најубаво го претставува неолитот на територијата на Република Македонија. Земајќи ја во предвид специфичноста на материјалната култура, посебно керамичката продукција се издвојуваат две културни целини. Едната, Источна (Источномакедонски неолит), во која влегуваат: Скопската котлина, средното Повардарие, Овче Поле, долината на Брегалница, долината на Лакавица со Радовиш и Струмичката котлина, и другата, Западна (Западномакедонски неолит): со Пелагониската котлина, Кичевското поле, Охридско, Преспанско и најверојатно Полог.

Познати неолитски археолошки локалитети во Македонија се: Зластрана-Охридско, Барутица кај с. Анзабегово во Овче Поле и Вршник кај с. Таринци, Штипско, Руг Баир кај Горубици, Овче Поле; Алин Дол кај с. Неманици, Овче Поле; Церје кај Говрлево, Слатина во Зелениково, Тумба во Маџари, Средсело во Мршевци, сите во Скопско; Брег кај Младо Нагоричане, Старо Нагоричани и Лопате, Кумановско; Тумба кај Долно Полчиште, Тетовско; Мрамори кај Чашка, Велешко; Чаковец кај Ресава, Кавадаречко; и Канли Чаир кај Дамјан, Радовишко, Велушка Тумба, Тумба Породин, тумбите во Карамани, Могила, Трн, Врбјани, Тополчани, Оптичари, Гургур Тумба (Битола), покрај Охридско Езеро, устие на Дрим, Црквени Ливади кај с. Враниште итн. Остатоци од примитивни куќи – мачканици од кал, огништа, амбари, жртвеници, орудија од кремен, камен и коска, алатки во облик на секири, тесли, длета, шила, игли, ножеви, стругалки, како и орнаментика на керамика - фигурална (флорална) и геометриска, разни изработки на керамика во вид на врчи, купови, грнчиња со различна големина и димензии.

Наколните живеалишта во Македонија ги споменува уште Херодот кој дава опис на една езерска населба на Прасијадското Езеро (Бутковското или Дојранското?). Досега најпечатливи остатоци од подводното културно наследство се локалитетите констатирани во струшкиот дел од крајбрежјето, и тоа: Уста на Дрим на местото каде што реката Црн Дрим истекува од Охридското Езеро во Струга; Врбник, близу Струга, на позицијата меѓу Струга и Калишта, Црквени Ливади, кај с. Враништа, на простор каде што реката Шум се влива во Црн Дрим, речна наколна населба близу Охридското Езеро, локалитетот Плоча Миќов Град во Заливот на Коските, покрај

јужниот брег на полуостровот Градиште, близу селото Пештани, во близина на селото Трпејца, локалитетот На Дол во Заливот на Прчот, северното крајбрежје на селото Пештани, во дел од т.н. Залив на Бомбите, за локалитетот “Војна плажа” на брегот и во езерото, западно од манастирскиот комплекс “Св. Наум”, и др. Сите овие населби обилуваат со движен археолошки материјал кој хронолошки припаѓа на последните фази од младото камено време (неолитот), како и на бакарното, бронзеното и железното време од праисториската епоха.

Метално време во Македонија

Металното време ги вклучува бронзеното и железното време и го опфаќа периодот од пред 2.000 години пр. н.е. Тоа е време на доселување на индоевропски групи и мешање со автохтоното население.

Податоци за почетоците на раното бронзено време датирани се пред 1.900 година пр. н.е. и потекнуваат од Пелагонија. Во ова време населбите ги граделе и на тешко достапни возвишенија (Скопско Кале и Шуплевац), веројатно поради заштита од напади. Правеле и куќи од камен, а садовите биле правени од грубо обработена ранабронза и сл. Вакви наоди застапени во стратиграфија над енеолитскиот слој пронајдени се во Карамани, Бакарно Гумно и Црнобуки, како и во Арменохори кај Лерин, на крајониот лужен раб од

Пелагонија. Други локалитети се Рисоки Рид кај с.Букри, локалитетот Тумба кај Кравари, локалитетот Тумба кај Барешани, локалитетот Црнилани и локалитетот Хераклеја кај Битола, Тумба кај Канино, Тумба кај Радобор во околината на Битола. Надвор од Пелагонија, наоди од овој период се познати од локалитетот Црвени Ливади кај Враниште и Радожда близу Струга, Пештани, Охридско, Прибовце кај Лопате, Кумановско потоа Градина во Демир Капија, Кале во Скопје.

Почетоците на железното време во Македонија се поврзуваат со Големите егејски преселби. Во три наврати територијата на Македонија била зафатена од големите движења на народите од север и северозапад продираше кон богатите медитерански градови.

Сепак, како најпознат локалитет од железното време се требенишките кнежевски гробови од VI век пр. н.е., потоа локалитетите кај селата Радолишта и Речица. Меѓу најпознатите племиња што живееле во Македонија биле:

Пелагонците, Пајонците, Бригите, Илирите, Едонците и Траките, а кон крајот на IX век пред н.е. низ сите предели на Македонија ги среќаваме и античките Македонци населувајќи ја постепено речиси целата територија до планината Пинд на југ.

Познати локалитети од железното време се: Висои, Требеништа, Беранци, Мојно и Орле. Други локалитети од железно време се: Орлова Чука, Кунова Чука, Текешински лозја во источна Македонија, гробница во Тетово, наодите на Дамјан, Радовишко; Оризари, Кочанско и село Бразда, Скопско. Во тоа време се живеело во утврдени населби со сидови без малтер, се изработувале убави глинени садови, накит, оружје и орудија. Во периодот од VIII до VI век пред н.е. постојано јакнело племството аристократија, се развивала трговијата и занаетчиството. Од ова време се познатите позлатени наоди од Требеништа, Охридско и наодите од Таринци, Штипско. Во тој период се одвивал процесот на формирањето на најстарите народи во Македонија и започнува формирањето на првите држави. Археолозите во Македонија се сигурни дека вакви и слични златни маски треба да се откријат и на други места, што значи дека бројот на откриени златни маски во блиска иднина ќе биде далеку поголем.

Античка Македонија

Етничката карта на Македонија во текот на вториот и првиот милениум пред нашата ера ја исполнувале голем број племиња и племенски групи. Етничката состојба започнува да се стабилизира во VIII век пр. н.е., така што во просторот на Македонија се среќаваат разни Пајонски, Илирски и Македонски племиња. Нешто

покасно започнува формирањето на племенски сојузи од Пајонци и Античките Македонци.

Формирањето и обединувањето на македонските етнички заедници се одвивало во периодот на крајот на вториот милениумот пред нашата ера, се до VII век пред н.е.

Во V век пред н.е. за времето на кралот Александар I (490 - 450 година пр.н.е.) се ковани првите македонски монети. Значителен развој државата доживува за време на кралот Архелаж (413 – 399 г. пр. н.е.), кој градел патишта, тврдини, ја уредил и опремил војската, ја преместил престолнината во Пела, воспоставил блиски врски со хеленските градови полиси од југоти, и овозможил културен подем на државата.

Филип II Македонски (359 – 336 г. пр. н.е.) е кралот кој успеал да ги преброди нестабилните и економски тешки години, и Македонија за дваесетина години ја претворил во најголемата и најмоќна држава на Балканот. Војната што била објавена на Персија од страна на Филип, ја започнал и успешно ја завршил неговиот син Александар III Македонски (336 – 323 г. пр. н.е.). Во војната со Персија, Александар бил апсолутен победник во сите битки и ја завзел персиската престолнина Персополис.

Неговата држава се протегала на неколку милиони километри, на три континенти, во неа живееле разни народи кои говореле различни јазици. После неговата смрт неговата држава се распаднала на неколку посебни држави во кои управувале македонските благородници.

Од сверата на културното наследство од Античка Македонија денес се среќаваме со следните артефакти: остатоци од оружје на македонската фаланга (копја, штитови, мечеви, ножеви, шлемови, оклопи), потоа македонски златни монети - статер, како и монети од други македонски кралеви, неколку гробници на македонски кралеви - гробницата и ковчетот на Филип II во Вергина, остатоци од македонските градови Ајге и Пела, повеќе мозаици, состатоци од храмови, палати, скулптури на Филип II, Александар III Македонски и други предмети.

Македонија под Римска власт

Во крајот на III век пред нова ера започнува вистинскиот крај на античката македонска држава. Тоа е временски период во кој Римската држава навлегува во просторот на Македонија.

Во времето на владеењето на кралот Филип V (221 – 179 г.пр.н.е.) сакајќи да ја прошири својата власт над грчките држави од една страна и да го запре продорот на римските легии подлабоко на Балканот, во 215 година пр.н.е. склучил сојуз со картагинскиот крал Ханибал, кој веќе бил „пред портите на Рим“. Неуспешниот поход на картагинскиот војсководец, ја ставил во опасност амбициозноста на македонскиот крал.

Така, набргу, во 215 година пр.н.е. Македонија влегува во војна со Рим. Помеѓу овие две држави вкупно се воделе три римско-македонски војни (првата, 214–205 г. пр.н.е.; втората, 200–197 г. пр.н.е.; и третата, 171–168 г. пр.н.е.).

Решавачката битка во третата римско – македонска војна се одиграла кај Пидна во 168 г. пр.н.е., кога Персеј, последниот македонски крај бил целосно победен и во ланци одведен во заробеништво во Рим. Веднаш после големата победа над славните Македонци, Риманите ја поделиле македонската држава на четири мериди. Така, започнала Римската власт во Македонија која траела до 395 година, односно 563 години.

Остатоци од владеењето на Римската Империја во Македонија има речиси на секоја денешна општина. Како најпознати би ги споменале: остатоците од познатиот римски пат Виа Егнатија (делница Рим – Константинопол), остатоци од градовите Хераклеја (Битола), Лихнидос (Охрид), потоа римскиот пат Виа Милитарис (делница Сингидунум, Белград – Тесалоники, Солун), остатоци од други градови Стоби, Скупи, Баргала, Идомена, Астибо и др. Доста е

голем бројот на разни артефакти – предмети (орудија, оружја, садови), како и остатоци од терми (бања Банско и во градовите), аквадукт (Скупи), камени мостови, храмови, мозаици, театри, скулптури и слично.

Во средината на првиот век, апостол свети Павле имал визија во Дамаск и почнал да проповеда меѓу луѓето и да ги основа првите христијански заедници во Македонија, Грција, Шпанија и Рим, каде му ја исекле главата. Првите проповеди се одвивале во приватните домови каде се собирале група христијани за да се причестат (симболично одбележување на смртта на Исус со леб и вино). Нешто покасно христијаните започнале да градат катакомби (подземни ходници, простории и цркви) каде ги одржувале своите проповеди. Во времето на царот Теодосиј Велики (379 – 395 г.) Христијанството било прогласено за државна религија во Империјата. Тоа е период и од кога започнале слободно да се градат и првите цркви. Исто така, четвртиот век е времето кога се кодифицирало и монаштвото.

Гледајќи ја позицијата на Македонија, на патот на Христијанството од Истокот кон Запад, условила брзо зголемување на бројот на верници, а со тоа и формирање на значајни црковни организации со моќни епископски средишта/седишта. Досега на територијата на Македонија се рекогносцирани повеќе од 200 базилики, а најпознати од нив се оние во Стоби, Скупи, Хераклеја, Лихнид, Баргала, Винаца, Марвинци и слично. Исто така, од периодот на V и VI век во Македонија среќаваме и пештерни цркви, како и показатели за активен монашки живот.

Македонија во средниот век, византиски период

Византија била држава на многу различни народи, која и покрај политичките конфронтации со соседите и внатрешните проблеми, сепак, културно ги обединувала сите народи, а особено народите на Балканскиот Полуостров. Исто така, во функционирањето на државата главна улога одигрувало христијанството, односно нејзината етика, култура, уметност, учење и филозофија.

Најзначаен период на Македонија во времето на Византија, е средновизантиски период (IX – XII век), кога Византиската култура функционирала како вистински комонвелт на Балкански народи. Во тој период започнува покрстувањето на Бугарите, Словените и другите пагански народи, нивно описменување преку создавањето на Глаголицата и Кирилицата. И двете придобивки се дела на солунските браќа Кирил и Методиј, како и нивните ученици Климент, Наум, Горзд, Ангелиарија и Сава. Тоа се словенските првоапостоли – просветители – светители. Во тој период Климент и Наум во Македонија ја создаваат Охридската книжевна школа, создавајќи бројни дела напишани на Глаголица (Асеманово евангелие, Зоографско евангелие итн.), се создава Словенски универзитет во Охрид, и се градат бројни цркви и манастири (пример, соборната црква Св. Софија во Охрид).

Манастицизмот како тенденција за формирање на манастири се протегал низ целиот византиски период. Бројни пештерските и други манастири се градат и во Македонија - Метеорските манастири, манастирите во Света Гора на полуостровот Атос, манастири и пештерни цркви во Охридско, Пелагонија, Кратовско и во други места.

Во доцновизантиски период (XIII – XV век) се јавуваат и нови цркви и манастири во Охрид, Св. Пантелејмон во Нерези, Скопско, Св. Ѓорѓија во Курбиново, Ресенско, повеќе цркви во Охрид (Св. Климент, Св. Јован Канео итн.), струмичката црква Св. Петнаесет Тиверополски Маченици, по неколку цркви во Кумановско, Битолско, Прилепско, Штипско и во други места. Ваквите ремек дела во Македонија го следи Комненскиот стил, а како најпознати автори, големи сликари биле достигнуањата на Михаил и Евтихиј во охридската Св. Богородица Перивлепта од крајот на XIII век.

Црковните ентериери се монументални со софистицирана сликарска декорација на многу впечатливи фрескоживописи. Во овој период доста активно е теолошката догма на монашкото движење и монашкиот живот.

Кон крајот на XIII век и првата половина на XIV век Македонија ќе биде поделена од Византија и Србија, за да

покасно моќните феудалци бидат совладани од налетот на Турците Османлии. Така, со смртта на Марко Крале во 1395 година, Македонија целосно подпаѓа под туриска власт.

Исламската култура во Македонија

Македонија наоѓајќи се на крстопатот на религиите (христијанство, јудизам и ислам) не можела да остане надвор од новите стилски текови. Од исламската архитектура се јавува османлиската претставена преку концептот на џамија со купола, трем на предната страна и високо минаре. Примери на подигнати џамии со овие карактеристики се среќаваат во Скопје, Битола, Тетово и другите градови во Македонија. Подигнати џамии во Македонија од XV век, се најстарите, во Скопје, Султан Муратовата џамија (1436 г.) и била градена од мајсторот Хусеин од Дебар; Иса – беговата џамија, со двокуполна структура (1475 г.); Мустафа – пашината џамија (1492 г.) и Јахја – пашина џамија (1504 г.).

Во Битола се издвојуваат следните џамии: Исак Челеби - Ибни Аса (1506/8 г.), Хаџи Махмуд беј џамија (1521/22 г.), се наоѓа на просторот на Старата Чаршија, кај Рибарниците; Кади Махмуд – ефендија или Јени џамија – нова џамија (1558/59 г.), денес во оваа џамија е адаптирана за уметничка галерија, и со најновите археолошки ископувања во самата џамија констатирани се темели на стара средновековна црква; и Ајдар Кади џамија (1561/62 г.).

Наведените џамии, во Скопје и Битола, а покасно и во другите македонски градови се градени врз постари темели на средновековни цркви.

Врз христијанското население се врши зголемен притисок за негова исламизација, напоредено со исламизацијата во многу места на темели од црквите се градат исламски објекти – џамии. Такви, случаеви имаме во речиси сите градови во Македонија и тоа од XVI до XIX век. Во контекст на ова ќе го наведеме и преданието за охридската Кр'џамија (Крст џамија), според кое на местото на старата црква, муслиманите сакале да подигнат џамија, при секое крадење џамијата се рушела се додека на нејзиниот покрив не бил поставен крст. Така џамијата го добила своето име.

Како се ширел процесот на исламизација, така се ширел и процесот на градба на христијански манастири подалеку од градските центри (манастирот Св. Богородица - Трескавец, Прилепско; Св. Јован - Слепченскиот манастир, Демир Хисарско; Св. Гаврил – Лесновски манастир, Кратовско; Св. Димитрија – Марков манастир, Скопско; Св. Богородица – Сливнички манастир, Ресенско; Св. Петка–Џапарски манастир, Битолско; Св. Никола–Слепченски манастир, Прилепско итн.). Контрапункт на манастирите се градбата на исламските текии, во градовите Скопје – текето на Рифаитите; Охрид – текето на Ајатите; и во Тетово – текето на Бектешите Арабати-баба, чии основач е Реџеп паша.

Во поголемите градови се градат и стопански комплекси безистени во Битола, Скопје, Штип; амами – бањи во Скопје - Чифте амам и Даут - пашин амам, во Битола - Јени амам; саат кули во Скопје, Битола, Штип, Прилеп; анови во Скопје - Куршумли ан, Капан ан, Сули ан, итн.

Во времето на најголемата експанзија на исламската архитектура во Македонија, XV – XVI век, има сличности со христијанската архитектура. Ваквата традиција продолжува да се интензивира и во XVIII – XIX век. Така познати се примерите на Македонци како градители на џамии и дрги исламски објекти. Така во Дебар, џамијата била наречена според градителот Мирче џамски; една џамија во Битола ја изградил познатиот македонски градител Георги Новаков – Џонгар од село Папрадиште, потоа особено познати и барани биле мајсторите од Реканскиот крај и Смилево.

Меѓутоа, се случувале и одратни влијанија, појава на исламски елементи кај црквите, како што е појавата на прекршени лаци кај прозорците, надворешната обработка на ѕидовите, диспозиција на прозорците итн. Најочигледни се примерите на

католиконите на два македонски манастири: Св. Пречиста Кичевска и Св. Јован Бигорски. Во Бигорскиот манастир среќаваме интегрирање на наосот со нартексот, со поставување на купола над секој, куполите се изведени со тромпи, што говори за исламско вилијание врз католиконот на манастирот. Во манастирот Пресвета Богородица - Пречиста, црквата е поделена на два дела, од кои едниот е христијански храм – црква, другиот муслимански сакрален простор во кој доаѓаат луѓе од исламската вероисповед на молитва и за свои религиозни потреби.

За најеклантен пример за претворање на црквите во џамии е примерот со катедралната црква на Охридската архиепископија - црквата Св. Софија. Имено, се претпоставува дека ваквата акција уследила после 1466 година, односно откривањето на антитурскиот заговор во Охрид во кој учествувал и тогашниот архиепископ Доротеј. При ваквата конверзија била извршена адаптација на просторот за новите религиозни потреби, бил срушен иконостасот и бил изграден турски минбар, а според барањата на новата религија, фреските биле премачкани со бела варова боја, додека пак куполата се срушила како резултат на општетувања, и решиле да ја изменат црквата, не ја обновиле куполата, туку поставиле сводови и ги поместиле носачите кон исток.

Низ заедничката Македонска христијанско – исламската историја имаме примери на верска интеракција изразена преку вкрстено донирање на муслимани во христијански светилишта и христијани во муслимански светилишта. Така, во Бигорскиот манастир забележана е донацијата на Тефик бег, во манастирот Св. Наум се споменуваат донациите на Џеладин бег, Али папа Јанински и Исмаил бег. Хамзи паша Скопски го изградил убавиот отворен трем на манастирската црква Св. Димитрија во Марковиот манастир. Додека пак, главниот ктитор на манастирската црква во Осоговскиот манастир, Хаџи Стефан Бегликчија, за да го одоброволи султанот за да даде Ферман за градење на црквата, тој прво изградил џамија во Крива Паланка.

Македонија во новиот век

Во периодот на ренесансата и барокот Македонија била потопена во спрегите на турската власт и немала било какви допири со уметничките струи на Западна Европа. Еден од ретките што успеале да ги осознаат и применат барокните декоративни третмани бил дојранчанецот Христифор Жефаровиќ. Тој од 1741 година работи во Виена. Најпонато негово дело е „Стематографија“ каде што насликал голем број на јужнословенски светители, како и неговите дела бакрорезите со претставени Св. Наум и Св. Јован Владислав.

Во сложени услови на идентификација на националната свест во текот на XVIII, особено во XIX век во улога на најдобри афирматори на нацијата ќе бидат бројните градители, копаничари, зографи кои со свои дела на секаде низ Балканот ќе бидат најдобри експоненти за силата на македонскиот гениј. Во тој период, по донесувањето на неколкуте правни акти во Османлиската Империја им се дозволува на христијаните да подигнуваат црковни и манастирски градби. Тогаш и забрзано се развива занаетчиството, трговијата и сл., со што започнува да се пренесуваат и искуствата од западноевропските земји. Така, во тој дух никнуваат неколку архитектонски градби: црквата Св. Димитрија во Битола, градена 1830 година. Додека пак, најпознатиот македонски градител Андреја Дамјанов подигнува неколку монументални остварувања во Македонија, како што се Св. Пантелејмон во Велес, манастирот Св. Јоаким Осоговски и други објекти.

Познатите зографи биле: Михаил и синот Данаил, потоа Дичо Зограф, а сликари Димитар Андонов Папрадишки, Ѓорѓи Зографски и други. Познати копаничарски фамилии биле: Филипоски, Фрчкоски, Резноски, Зографски, Алексиески и други, кои изработиле стотици иконостаси во многу цркви и манастири во Македонија и надвор од неа.

Во поголемите градови Битола, Скопје, Охрид и други се градат и луксузни куќи – сараи, во Битола се оформува градско јадро во очите на улицата „Широк Сокак“ итн.

Во Република Македонија, во последните 50 години се изградени многу вештачки езера, тунели (Буковиќ, 7 км.), нови цркви, манастири, џамии, споменици и спомен комплекси и слично. За одбележување се: грандиозниот „Милениумски крст“ на Водно во Скопје (висина 67 м., распон на краците 46 м., подигнат 2002 година, највисок објект во Република Македонија), потоа Соборната црква во Скопје, црквата Св. Пантелејмон во Охрид, црквата Св. Тројца во Радовиш и други.

3. Разместеност на културното наследство по туристички региони во Македонија

Република Македонија располага со богато недвижно културно наследство што го потврдува постоењето, континуитетот и идентитетот на Македонскиот народ како и на граѓаните кои живеат во нејзините граници. Така, според службената евиденција во Република Македонија се регистрирани и евидентирани 11.200 недвижни споменици на културата.

Недвижното културно наследство е разместено насекаде на територијата на Република Македонија, но како најзначајни подрачја се издвојуваат четири:

Охридско – струшкото подрачје со најголема концентрација на споменици на културата; Пелагонскиот регион со многубројно богатство на сите видови на културното наследство; Скопското подрачје со многубројни манастири, цркви, џамии, амами, анови, чаршии, тврдини и други споменици, и долината на реката Вардар – средноповардарие во кое се наоѓаат најголем број на археолошки локалитети.

Покрај во урбаните средини, и рамнискиот простор, голем дел од недвижното културно наследство, околу 45% се наоѓа во руралните населби на ридско-планинските подрачја, кои во голем број се целосно или делумно напуштени што значително ја усложува нивната заштита и користење.

Согласно долгорочните цели, концептот и критериумите за развој и организирање на туристичката понуда во Просторниот план на Република Македонија, димензиониран за 2002 – 2020 година, дефинирани се вкупно 10 туристички региони, 54 туристички зони и 200 туристички локалитети. Во наведените туристички региони, зони и локалитети, за активности на снег се определени 34, за активности на вода 47, за активности во природни и историски амбиенти 80, бањи 9, градски туристички центри 29, и главни меѓудржавни врски 4.

Нашите анализи за поважните културно-историски споменици кои се ставени во листата на културното наследство ќе ги обработиме согласно туристичките региони наведени во Просторниот план на Република Македонија.

- СКОПСКО – КУМАНОВСКИ РЕГИОН

Атрактивноста на просторот овозможува диференцијација на 8 туристички зони во кои се наоѓаат вкупно 17 локалитети. Од големиот број културни споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните, и тоа: Праисториска населба Тумба Маџари; Археолошкиот локалитет Скупи; Археолошки локалитет тврдина Кале; Археолошки локалитет Градиште с. Таор; Камениот мост; Римскиот акведукт; Манастирот Св. Пантелејмон во с. Горно Нерези; Марковиот манастир Св. Димитрија во с. Сушица; Манастирот Св. Андреј во Матка; Манастирот Св. Никита во с. Бањани, Манастирот Св. Архангел Михаил во с. Кучевишта; Манастирот Св. Богородица во с. Матејче, Кумановско; Ротонда во Коњух, Кумановско; црквата Св. Ѓорѓи во с. Старо Нагоричане; црква Св. Ѓорѓи Победоносец во с. Младо Нагоричане; црква Св. Никола во с. Псача; Манастир Св. Спас во Скопје; Црквата Св. Димитриј во Скопје; Црквата Св. Богородица во Скопје; Старата Скопска чаршија, Мустафа - пашина џамија, Султан - Муратова џамија, Јахја - пашина џамија, Гази Иса бегова џамија, Саат-кула, Соборниот храм Св. Климент Охридски, Милениумскиот Крст, Феудална бегова кула, Спомен дом на Мајка Тереза, Даут - пашин амам, Чифте-амам, Кушумли-ан, Сули-ан, Капан-ан, Безистен, сите во Скопје, и уште многу други објекти и споменици (споменик на Гоце Делчев, Споменик на ослободителите на

Скопје, Споменик на Мајка Тереза, Споменик на Ѓорѓија Кастриот-Скендер Бег, Споменик на Крсте Петков Мисирков и мн. други.).

Праисториска населба ТУМБА МАЏАРИ

Праисториска населба во Маџари, стара од 6200 до 4200 г. пр. н.е. - археолошки ископани се седум куќи (живеалишта) со подвижен инвентар – садови, предмети, куќен теракотен жртвеник на божицата Голема Мајка – заштитничка на плодноста, и едно светилиште. Според ископувањата утврдено е дека станува збор за повеќеслојна населба со културен слој од три метри во кој се одделуваат три хоризонти на живеење од времето на средниот неолит. Денес, на тоа место се реконструирани три куќи кои се со правоаголна и четириаголна основа, изградени од дрвена граѓа, глинена кал, покриени со слама и во нив поставени се автентични огништа, керамички садови, разни предмети од средниот неолит, човечки и животински кукли.

Археолошки локалитет СКУПИ

Скупи е град од римско и доцноантичко време. Името означува живаелиште, куќи, Се наоѓа на 5 км северозападно од Скопје во непосредна близина на село Злокуќани, лево од утоката на река Лепенец, во подножјето на Зајчев Рид. За локалитеот се знае уште од крајот на XIX век. Со систематски археолошки истражувања отпочнато е во 1966 година кои со помали прекини, континуирано се извршуваат до денес. Досега се целосно или делумно истражувани: бедемите, театарот, цивилната базилика, христијанската базилика, градската вила (палата), градската бања, улицата - кардо, делови од источната и западната некропола.

Археолошки локалитет КАЛЕ

Најновите археолошки податоци кои од неодамна се достапни укажуваат на тоа дека Калето било населено уште од неолитот (пред 3000 г. пр.н.е.) и во раното бронзено време. За ова тврдење сведочат остатоците од земјенки, колиби и палисади. Калето е познато и по својот бедем кој потекнува од 535 година од времето на владеењето на Јустинијан I. На Калето покрај бедемот утврдени се и разни згради, цркви и други објекти. Наоѓајќи се на многу значајно стратешко место, тврдината била опсаднувања и напаѓана повеќепати.

Археолошки локалитет ГРАДИШТЕ, с.Таор

Станува збор за **Тауресиум** родното место на византискиот цар Јустинијан I (483 – 565), се наоѓа на локалитетот „Градиште“, над селото Таор, пред влезот во Таорската клисура на 20 км оддалеченост од Скопје. На овој локалитет се регистрирани слоеви на три населби од различни историски периоди – енеолит, доцноантички и срдновековен период. Се откриени: кастел со триаголна основа на ѕидините, кули, еден бастион, укрепени тераси, остатоци од водовод, доцноантичка некропола, дел од мермерна биста, столбови од ранохристијанска базилика, разни монети и друго.

КАМЕН МОСТ

Камениот мост е симбол на град Скопје. Лоциран е во строгиот центар на градот на реката Вардар и претставува врска меѓу стариот и новиот дел на градот. Според новите истражувања, во 1990 година, се претпоставува дека Камениот мост бил изграден во VI век, за време на царот Јустинијан I, а во XV век го добил денешниот изглед, за време на владеењето на султанот Мехмед II. Камениот мост е изграден од фино изработени камени блокови, а неговата конструкција лежи на масивни столбови поврзани со 13 полукружни сводови.

Римски АКВЕДУКТ

Римскиот акведукт се наоѓа на периферијата на Скопје, покрај патот Скопје – Качаник. Изграден е од тули и камен. Го снабдувал градот со вода од планината Скопска Црна Гора. Од некогашните 200 свода, денес се зачувани 50. Се претпоставува дека бил изграден во VI век, во времето на Јустинијан I, па поради тоа овој аквадукт се нарекува и Јустинијанов аквадукт.

Манастир СВ. ПАНТЕЛЕЈМОН, с. Горно Нерези

На ѕидовите на овој манастир – уметнички споменик е сочувано фреско сликарство, кое по своите квалитети со право се вбројува меѓу врвните дострели на византиското сликарство од периодот на XII век, времето на владеењето на познатата династија на Комнените. Според тоа, овој манастир има исклучителна раритетна фрескосликарска вредност (стара приближно девет века) за Македонија, за Европа, но и за светот. Оваа констатација ја наведуваме поради фактот што фрескосликарската композиција во црквата е направена 140 години пред појавата на ренесансата во Италија. Сепак, експерти на средновековната уметност наведуваат дека, елементи од некаква византиска фрескосликарска ренесанса на ликови со внатрешни чувства, емоции и драматизам, среќаваме во Македонија, меѓутоа како уметнички стил кој нема никакви допирни точки со ренесансата во Италија. Манастирот била изграден во 1164 година, со средствата на византискиот принц Алексеј, син на Константин Ангел и Теодора, најмладата ќерка на византискиот император Алексеј I Комнен. Посебноста на објектот се гледа во стилот на градбата, градена од непознати талентирани градители и непознати талентирани зографи на живописот, кои според тоа што е насликано биле најзначајни имиња на своето време. Манастирот изградена е на монолитна карпа, објектот ѕидан е со камен и со тули, во форма на впишан крст во правоаголен простор и има пет куполи, односно во горниот дел завршува со една поголема осмострана и четири помали четири страни куполи. Посебно внимание привлекуваат фреско сликарските композиции на „Оплакување Христово“, „Причестувањето на апостолите“, „Раѓањето на Св. Богородица“, „Влегувањето во Ерусалим“, „Симнување од крст“ и други. Во текот на долгата историја манастирот преживеал пожар, земјотрес, разурнувања и грабежи, но останал свет и светол сведок за богатиот црковен и културен живот. Денес манастирот е достапен и отворен за посета на голем број верници и туристи кои доаѓаат од разни делови од Македонија и светот.

Манастирот Св. НИКИТА, с. Бањани

На падините од Скопска Црна Гора, северозападно од Скопје, помеѓу селата Горање, Бањани и Чучер, на една возвишеност, подигнат е манастирот Св. Никита. Подигнат е на стари темели во 1307/8 година. Архитектонски црквата е решена во форма на впишан крст во правоаголно пространство. Сидана е од камен и тули поврзани со малтер. Фрескоживописот во црквата потекнува од времето кога е градена, со исклучок на некои делови од понов живопис. Црквата е зографисана од зографите Михајло и Евтихие. Истите мајстори се автори на фреските во црквите Св. Климент (Богородица Перивлепта), во Охрид, и црквата Св. Ѓорѓи во село Старо Нагоричане, Кумановско. Живописот на црквата поделен е во три зони. Првата зона ја сочинуваат светители во цел раст кои се анфас сликани. Фреските од втората зона се посветени на „Христовите чуда“. Третата зона ги илустрира фреските претставени преку композициите на „Христовите маки“, од кој меѓу позначајните се одделува фреската „Тајна вечера“. На фрескоживописот има записи од црковнословенско кирилично писмо, што значи дека црковнословенски јазик и писмо биле јазикот и писмото на македонското население. Во фреските ја има и македонската народна носија.

Црквата ВОВЕДЕНИЕ НА Св. БОГОРОДИЦА–Св. СПАС, с. Кучевиште

На падините на Скопска Црна Гора, во селото Кучевиште, се наоѓа црква посветена на Св. Воведение на Св. Богородица. Кај населението таа е позната под името Св. Спас. Црквата била изградена пред 1348 година, а живописана помеѓу 1355 и 1358 година, од страна на зографот Григорие. Архитектонски црквата во основа покажува впишан крст во правоаголно пространство, над чиј центар се издига висока купола на четири столбови. Од надворешната страна апсидата е петострана, украсена со ниши и полиња, со декоративно всидани тули. Талентираниот зограф изработил повеќе композиции од кој значајни се: „Миенје на нозете“, „Оплакување на Христа“, „Богородица со Христа“ и др. Црквата во текот на долгата историја неколку пати обновувана, па така денес се среќаваат неколку слоеви на фрескоживопис, при што е создадена цела

галерија ликови, настаната во различни периоди. Во внатрешноста на црквата се наоѓа и иконостас со повеќе икони работени во XIX век. Меѓу нив посебно место зазема иконата (врата) на Дичо Зограф од село Тресонче, работена во 1845 година, и спаѓа меѓу најраните Дичови дела. Денес до црквата води асфалтен пат. Во непосредна близина на селото Кучевиште, во долината на Кучевишка Река се наоѓа и манастирската црква посветена на **Св. Архангел Михаил и Гаврил**. Црквата има форма на впишан крст со една куппола. Годината на изградба на црквата не е утврдено. Утврдено е дека била фрескоживописана во 1591 година. Ако се суди според начинот на градењето и стилските одлики на архитектурата, црквата веројатно била градена кон крајот на XIV или почетокот на XV век.

МАРКОВ МАНАСТИР СВ. ДИМИТРИЈА, с. Сушица

Во околината на село Сушица, Скопско се среќаваат неколку цркви и манастири од XIV век, и тоа: Марков манастир, црквата Св. Богородица и црквата Св. Архангел Гаврил. Марковиот манастир е наречен под тоа име зашто што ктитори биле кралот Волкашин и неговиот син – кралот Марко. Манастирската црква е изградена во 1345 година, а живописана меѓу 1366 и 1371/2 година. Овој манастир го сочинуваат повеќе згради наредени како венец околу црквата, стариот и новиот конак, старата манастирска трпезарија, камбанаријата, воденицата и други помошни објекти. Црквата е во форма на впишан крст, а изградена е со камен и тули. До манастирот води асфалтен пат, и во текот на годината е посетуван од многу верници и туристи.

Манастирот СВ. АНДРЕЈ

Во кањонот на реката Треска, до брегот од вештачкото езеро Матка се наоѓа манастирот Св. Андреа или Св. Андреј. Од натписот во црквата се спомнува дека ја подигнал Андреа, вториот син на кралот Волкашин, во 1388/89 година. Во внатрешноста на црквата има неколку натписи, се споменува монахот Калест Кирил кој заедно со останата „братја“ учествувал во градбата, и бил игумен и основач на црквата, и дека по живописувањето умрел. Исто така, во друг натпис се споменати и негови зографи: митрополит Јован, зограф и монахот Григорие, кои работеле и во манастирот Св. Преображение во с. Зрзе. Живописот во црквата е претставен во три хоризонтални зони, а особено забележливи се фреските на светите војници: Св. Ѓорѓие, Димитрие, Теодор Тирон и Теодор Стратилат, прикажани во првата зона во цел раст. Во втората или средната зона се прикажани неколку сцени од „Маките на Христа“. И во третата, горна зона се илустрирани сцени од циклусот на Големите празници: „Раѓањето на Христос“, „Сретението“, „Крштевањето на Христос“ и други. Денес, поради пристапноста и атрактивноста на просторот, овој манастир и непосредното опкружување, претставуваат интересна туристичка зона која доста е посетена од верници и туристи од Македонија и странство.

Црквата СВ. ЃОРЃИ, с. Старо Нагоричане, Кумановско

Во село Старо Нагоричане се наоѓа црквата Св. Ѓорѓи која се одликува со посебна убавина. Според врежан натпис стои дека црквата е подигната во 1313 година, а вториот натпис од 1317/18 година се однесува на датата кога била живописана, од страна на познатите зографи Михаил и Евтихие. Црквата е петкуполна трикорабна градба во форма на впишан крст со издолжен травеј кон источниот и западниот дел. По својата архитектонска концепција е слична на црквата Св. Богородица, на манастирот Матејче. Од многуте фрескописни композиции највпечатливи се „Причестувањето на апостолите“, „Тажната вечера“, „Миене на нозете“, „Распятие“, „Одењето на Голгота“, „Качувањето на крстот“, „Подбивањето со Христа“, „Успение Богородично“ и други.

СУЛТАН МУРАТОВА – ХЈУНКАР ЏАМИЈА, Скопје

Султан Мурат II во 1436 година ја подигнал оваа џамија како свое наследство. Меѓутоа, во текот на историјата, џамијата повеќепати пострадала, но секој пат била обновувана. Второто име на џамијата Хјунк-ар (царева, султанска) или Саат џамија, поради **саат култата** што се наоѓа во нејзиниот двор, изградена во периодот од 1566 до 1572 година, како прва саат-кула во Отоманската Империја. Саат кулата е висока

40 метри и има три дела. Механизмот на часовникот бил загубен и никогаш не бил пронајден. Во доворот на џамијата се наоѓаат и две турбиња, на Бејхан Султан и семејната гробница на Али-паша од Дагестан.

ИСХАК–БЕГОВА (Шарена) ЏАМИЈА или ГАЗИ ИСА – БЕГОВА, Скопје
Изградена од Исхак-бег во 1438 година, покрај џамијата како наследство, подигнал уште турбе, медреса, конаци и згради кои и припаѓаат на профаната архитектура. Низ историјата повеќе пати била преправана, оштетувани, но и обновувана. Името Алаџа, што значи шарена, го добила по разнобојните плочки, кои денес се зачувани само на турбето зад џамијата.

ИСА – БЕГОВА ЏАМИЈА, Скопје

Оваа џамија се наоѓа во непосредна близина на Бит-пазар во Скопје. Подигната е во 1475 година од страна на Иса-бег, син на Исхак-бег, основачот на Алаџа џамија, како наследство. Има две куполи, а пред влезот во џамијата се наоѓаат трем на столбови со пет помали куполи.

МУСТАФА – ПАШИНА ЏАМИЈА, Скопје

Мустафа – пашина џамија е подигната 1492 година од заповедникот на Скопје Мустафа – паша. Мустафа – паша починал 1519 година и бил погребан во турбето што се наоѓа покрај североисточниот ѕид на џамијата. Денес во дворот на џамијата се наоѓаат турбето на Мустава – паша, саркофагот на неговата ќерка Уми, шадрванот, неколку надгробни нишани, како и остатоци од некогашниот имарет и од медресата. Џамијата има импозантна купола и тесно извишено минаре. Пред џамијата е поставен трем на четири мермерни столбови со три помали куполи. Џамијата е ѕидана со наизменични редови од клепан камен и два реда тули.

ЈАХЈА – ПАШИНА ЏАМИЈА, Скопје

Џамијата е подигната во 1504 година од Јахја – паша во Скопје, како негово наследство. Во текот на нејзиното постоење повеќепати била поправана и досидувана. Минарето на џамијата е високо 50 метри, и се смета за највисоко меѓу скопските минариња, на другите џамии. На врвот од минарето се наоѓа, од злато изработена полумесечина и ѕвезда. Во дворот на џамијата се зачувани надгробни споменици и турбе.

ЧИФТЕ – АМАМ, Скопје

Амамот е дело на Иса-бег, како наследство, изграден во 1531 година. Амамот е поделен на два дела со посебни влезови за капење на мажи и одделно за жени, проди што го добил и името Чифте-амам (двоен амам).

ДАУТ – ПАШИН АМАМ, Скопје

Во непосредна близина на Камениот мост, во стариот дел на Скопје, се наоѓа еден од најмонументалните споменици на исламската профана архитектура амамот на Даут – паша. Во времето од 1489 до 1497 година Даут – паша бил голем везир на Румелија и го подигнал амамот со свои средства. Амамот повеќе време бил препуштен на постепено пропаѓање, но по извршената реконструкција, денес е сместена Уметничката галерија.

КУРШУМЛИ – АН, Скопје

Точниот датум на подигнувањето на амот не постојат. Се наоѓа во Старата скопска чаршија. Името го добил по покривот на многубројни куполи обложени со куршум (олово). Куршумли-ан од своето постоење ја менувал својата функција, прво бил ан, потоа бил претворен во затвор, па пак во ан. Денес, неговите простории се користат како лапидариум на Археолошкиот музеј.

МАНАСТИР СВ. СПАС, Скопје

Во Скопје има голем број цркви, но најстара е црквата Св. Спас. Според историските извори во Скопје биле подигнати голем број цркви во периодот од X – XIV век, ниедна од нив не останала денес. Остатоци на фрески на јужниот ѕид има од XVII век. Обновата на црквата настанала после палењето на градот во 1689 година, а со тоа и на претходната стара црква. Конечниот изглед црквата го добила во почетокот

на XIX век. Црквата е полувкопана во земја за да не може да доминира, туку да биде во сенка на околната џамија. Позната е по импозантниот иконостас (широк 10 и висок 6 метри) е дело на Макарие Фрчковски и браќата Марко и Петар Фрчковски-Гарката, од Галичник, кои на него работеле од 1819 до 1824 година. Иконостасот е направен од ореовов дрво и е со сцени од Стариот и од Новиот завет. Во дворот на манастирот покрај црквата се наоѓа и гробот на македонскиот великан Гоце Делчев чии мошти биле пренесени во 1946 година. Црквата во текот на годината е посетувана од многу туристи и верници. Во Скопје и околината има голем број на цркви и манастири. Поважни цркви во град Скопје се: Св. Димитриј, Св. Богородица, Св. Ѓорѓи, Соборниот храм Св. Климент Охридски и други.

СОБОРЕН ХРАМ Св. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ, Скопје

Соборниот храм Св. Климент Охридски е еден од позначајните објекти од поновата историја на Скопје. Соборниот храм е осветен во 1990 година. Габаритот на храмот претставува архитектонска градба на спој помеѓу старите со новите стилови на македонска црковна архитектура. Импозантната градба во комбинација од четири куполи и кули завршува во една голема осмоаголна купола, со голем позлатен крас најгоре. Внатрешноста на црквата е фрескоживописана и има голем иконостас на четири дела, изработени од македонски уметници зографи и резбари. Во дворот на црквата има фонтана која е подарок од Иламската верска заедница. Исто така, во дворот на црквата се наоѓа и споменик на патронот, Св. Климент Охридски, како и висока камбанарија.

МИЛЕНИУМСКИ КРСТ, Скопје

Изграден е во 2002 година а во чест 2000 години од појавата на христијанството. Основата на милениумскиот крст е поддржана од 12 мали столбови кои ги симболизираат дванаесетте апостоли, и четири големи столбови (високи 10 метри) кои ги симболизираат четирите евангелија и кои заедно со непосредното опкружување прават крст. Над нив се наоѓа 67 метри висока челична конструкција и распон на краците од 46 метри. Крстот е поделена на 33 делови кои ги симболизираат годините на Исус Христос. Ноќе крстот е осветлен со 650 светилки. Милениумскиот крст е видлив во радиус од 40 км.

- ШАРСКО – ПОЛОШКИ РЕГИОН

Во просторот се диференцирани 4 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 14 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

ЛЕШОЧКИ МАНАСТИР, с.Лешок

Лешочкиот манастир има две цркви: Св. Атанасиј и Св. Богородица. Црквата Св. Богородица е изградена во XIII век. Се споменува во громотата на Стефан Дечански, од 1326 година. Црква Св. Атанасиј е изградена во 1335 годјна, од монахот Антониј, кој подоцна станал прв Полошки епископ Јоанакиј. Со најновите археолошки истражувања се откриени значајни податоци кои сведочат дека градбата е врз стара црква од VI век. Во манастирскиот комплекс се наоѓаат и гробот и споменсобата со епитафот на надгробната плоча на Кирил Пејчиновиќ – еден од најзначајните македонски преродбеници. До манастирот е сместена и болницата за градни болести. Манастирскиот комплекс (заедно со конаците) во текот на годината е посетуван од многу верници и туристи, и погоден е за летен манастирски туризам.

Други познати цркви во шарско-полошкиот регион се: Соборната црква Св. Кирил и Методиј, Св. Богородица и Св. Никола во Тетово, манастирот Св. Наум на Попова Шапка, Св. Архангел Михаил во с. Непроштено, Тетовско; Св. Никола и Успение на Богородица во Гостивар, и Св.Ѓорѓи во с.Здуње, Гостиварско.

ШАРЕНА ЏАМИЈА – ПАШИНА ЏАМИЈА, Тетово

Шарената (Алаџа) џамија се наоѓа во стариот дел на Тетово. Изградбата на првобитната џамија датира од 1495 година, а нејзини легатори се двете сестри Хуршида и Менсуре, кои се погребани во осумстраното турбе, во дворот на џамијата.

Во 1833 година џамијата била обновена и проширена од страна на Абдурахман-паша. Џамијата е значајна по своите внатрешни и надворешни сликарски декорации. Архитектонски претставува квадратна градба во која се огледуваат брарокот и неокласичниот османлиски стил.

АРАБАТИ-БАБА ТЕКЕ

Теќето е изградено во XVIII век од Реџеп-паша и неговиот син Абдурахман-паша. Теќето претставува комплекс од верски објекти, групирани околу турбено (гробот) на бекташок Серсем Али-баба, од кои денес се сочувани: шадрван, турбе, кула, неколку чешми, кујна-трпезарија, гостински конак, дервишхане (теќето било користено до дервишкиот ред – Бекташи познати по нивниот аскетски живот), харемлак, многу зеленило, цвеќе и овошки. Денес, во овој комплекс од верски објекти е сместен и Народниот музеј на град Тетово.

ТЕТОВСКО КАЛЕ

Тврдината започнал да ја гради Реџеп-паша и неговата градба траела 20 години, а била завршена од страна на неговиот син Абдулахман-паша во 1820 година, но и тој неуспел да го отвори објектот, бидејќи бил повикан од султанот и заминал за Истанбул и повеќе никогаш не се вратил во Тетово. Затоа, Калето останало невселено и неискористено. Археолошкиот комплекс опфаќа пет сараи, големи кујни, бања и еден бунар в осредината. На Калето има остатоци од комплекс магацини, кујна трпезарија, кули, затвор направен под земја, и три тунели. Од постарите остатоци има средновековна црква од XIV век – посветена на Св. Атанасиј.

- КИЧЕВСКО – БРОДСКИ РЕГИОН

Во просторот се диференцирани 2 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 10 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

МАНАСТИР ВОВЕДЕНИЕ НА ПРЕСВЕТА БОГОРИДИЦА-ПРЕЧИСТА

Манастирот Св. Пречиста Кичевска, или како што порано се викал Крнински манастир, според селото Крнино, кое постоело во неговата близина, претставува стожер на македонската култура и писменост. Тој бил важно културно жариште кое го помагале околните градови (Кичево, Крушево, Дебар, Струга и Охрид) и селските населени места. Долго низ вековите во него се изведувала служба само на словенски јазик. Од постарата историја на манастирот стои дека повеќе пати бил опустошуван, опожаруван, но и обновуван. Денешната црква е изградена во XIX век, од убаво делкан камен и со богата профилација. Фреските ги работел познатиот Дичо Зограф и син му Аврам, од Тресонче. Специфично за овој манастир е тоа што манастирската црква е поделена на два дела, од кои едниот е христијански храм – црква, а другиот е муслимански сакрален простор во кој доаѓаат луѓе од исламската вероисповед на молитва и за своите религиозни потреби. Во црквата се наоѓа и извор со света вода, посветен на Св. Богородица, и водата од светиот изворот ја користат и христијаните и муслиманите.

МАНАСТИР УСПЕНИЕ НА ПРЕСВАТА БОГОРОДИЦА, с. Манастирец

Манастирот е познат и како Поречки манастир. Се наоѓа во селото Манастирец, Општина Македонски Брод. Просторот на Порече има стотина цркви и манастири од кои најзначаен е овој манастир. Манастирот датира од XII – XIV век. Во манастирската црква се среќаваат два фрескоживописи, првиот – најстариот е од светоклиментовиот период, по се изгледа од времето кога е подигната и црквата. Во средновековието манастирот претставувал книжевен и културен центар во Поречието и пошироко.

Други објекти важни за културниот туризам во овој регион се: Китино кале во Кичево, Соборната црква Св. Петар и Павле во Кичево, манастирот Св. Ѓорѓи во село Кнежино, Кичевско, Девини кули, во близина на село Девич, Македонски Брод и други.

- МАВРОВСКО – ДЕБАРСКИ РЕГИОН

Во просторот се диференцирани 4 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 16 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

МАНАСТИРОТ СВ. ЈОВАН КРСТИТЕЛ или БИГОРСКИ МАНАСТИР

Манастирот Св. Јован Крстител е изграден на бигорна карпа и од бигор и поради тоа го носи и името Бигорски манастир. Бигорскиот манастир е манастирски комплекс кој се наоѓа на патот помеѓу Гостивар и Дебар, во непосредна близина на селата Ростуше, Битуше, Велебрдо и Требишта, по течението на реката Радика, во западниот дел на Р. Македонија. Според Бигорскиот поменик, манастирот бил основан од страна на монахот Јован во 1020 година, а во XVI век манастирот бил разрушен од страна на Отоманската власт и од целиот комплекс останал само како мала црква. Манастирот бил повторно обновен во 1743 година, од страна на јеромонахот Илирион кој бил и првиот игумен на Бигорскиот манастир во поново време. Манастирскиот комплекс го сочинуваат: манастирската црква посветена на Јован Крстител, костурницата, сместена до самата црква, сејменската одбрамбена кула, комплексот манастирски конаци, стар конак, како и новоизградените гостински конаци, горен палат, кујна, две трпезарии, библиотека, галерија на икони и монашки живеалишта. Манастирот Свети Јован Бигорски надалеку е познат по својот иконостас. Тој бил изготвен од страна на Петре Филипов - Гарката од селото Гари. Во неговата тајфа бил и брат му Марков Филипов, Макариј Фрчковски од селото Галичник, и Аврам Дичов со синовите Васил и Филип од родот Филиповци од селото Осој. Тие во периодот од 1829 до 1835 година успеваат да го создадат копаничарското резбарско ремек дело со прекрасна артистичка дрвена постапка. Иконостасот е поделен во шест хоризонтални појаси. Првиот во основата е составен од правоаголни полиња на кои има орнаменти од флората и фауната. Вториот појас, во кој се поместени престолните икони, завршува со фигура на орел со раширени крилја. Третиот појас е поделен на три помали хоризонтални разделби во кои симетрично се распоредени ангели, гроздови, гранки од винова лоза и др. Над нив се наоѓаат два реда икони - празнични и со претстави на апостолите. Во централната партија се наоѓа големиот крст на којшто е претставено Христовото Распятие. На двете страни од крстот стојат фигури на змеј од чии усти се креваат иконите на Јован Крстител и Пресвета Богородица. Генерално земено иконостасот, како ремек дело е исполнет со голем број декоративни мотиви, фигури и библиски сцени. Во една од нив мајсторите направиле колективен автопортрет, длабејќи ги во дрво своите ликови. Во исто време и сликарите ги работеле иконите за иконостасот. Тоа биле познатите мајстори од епирското село Самарина, Михаил и син му Димитар. Нивните фрески се наоѓаат и во делови на манастирската трпезарија. Манастирот извршил големо културно и духовно влијание во Македонија и во Албанија, каде што се наоѓале манастирските имоти. Денес има бројно монашко братство и богат духовен живот.

МАНАСТИР СВ. ЃОРЃИ ПОБЕДОНОСЕЦ, с. Рајчица

Манастирот Св. Ѓорѓи Победоносец се наоѓа во селото Рајчица, во непосредна близина и веднаш пред Дебар, односно во неговото предградие на само 2 км од центарот (значи припаѓа во градската зона). Овој манастир се претпоставува дека е основан во почетокот на XIV век. Изградбата на манастирските конаци е 1835 година во времето кога игумен на Бигорскиот Манастир бил архимандритот Арсениј од Галичник. Црквата била зографисана и живописана во периодот од 1840 до 1852 година од зографот Михаил и монахот Данаил од Бигорскиот манастир, а додека долниот дел го досликал нивниот ученик Дичо Зограф од Тресонче. До 1999 година овој манастир беше руиниран и во рушевини, но благодарение на иницијативата на игуменот на Бигорскиот манастир архимандрит Партениј (со братството), манастирот беше возобновен, а воедно беше возобновено и женското монашко сестринство. За време на празникот Ѓурѓовден и селска слава на селото, присуствуваат голем број дебарчани, но и гости од други градови во Македонија.

Во селото Рајчица се наоѓа и црква посветена на Св. Варвара која е подигната во 1597 година. Црквата е еднокорабна со полукружен свод и тространа апсида однадвор. Од некогашниот живопис кој бил работен од локални мајстори се зачувани само остатоци.

- ОХРИДСКО – ПРЕСПАНСКИ РЕГИОН

Во просторот се диференцирани 7 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 41 локалитет. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

ЛИХНИД - ОХРИД

Охрид – град културен споменик, спаѓа меѓу најстарите населби во Македонија чиј континуитет и траги на постоење ги следиме во временски рамки од 2,5 милениуми. Во III век пр. н.е. на денешното место на Охрид се наоѓала населбата Лихнид. Тоа го потврдуваат богатите гробни наоди (на златни гушници, белегии, синцирчиња, златни обетки и др.) од некрополата во месноста Дебој која му припаѓала на Лихнидос. Последните археолошки истражувања на Самоиловата тврдина, исто така, го потврдуваат постоењето на стариот антички град кој од крепоста се ширел јужно се до езерскиот брег, и источно до соседниот рид Дебој. Споменици од античкиот период низ градот се среќаваат преку античкиот театар, бројни скулптури, статуетки и рељефни плочи, а остануваат за откривање уште јавните објекти, агора, гимназион, базилика, храмови итн. Најстарото население го сочинувале Бригијците и Енхелејците. Градот станал дел од Македонското кралство на Филип II и Александар III Македонски. Се наоѓал и низ него поминувал познатиот пат Виа Игнација. Градот станува главна римска воена база, постоела ковачница за пари и бил главен град на Дасаретите. Христијанството во Лихнид - Охрид се проширило далеку уште пред неговото официјализирање. Како прв христијански мисионер во овие краишта се смета Еразмо од Антиохија (Сирија), кој што настрадал кон крајот на III век од новата ера. Култот кон овој христијански учител се зачувал во Охрид до дениешни дни, а во средниот век нему му била посветена пештерната црква изградена во непосредна близина на градот. Уште во првата половина на IV век, набрзо по признавањето на христијанството, во Лихнид била формирана Лихнидската епископија. Последната вест за античкиот град Лихнидос, е веста за неговото разурнување и тоа од голем земјотрес во првата половина на VI век. Врз рушевините на античкиот град Лихнидос се раѓа средновековниот Охрид, во кој заедно живеат старото домородно и новото доселено население. Во 879 година Охрид станал епископско седиште, а во 886 година, со доаѓањето на Климент и Наум, населбата прераснала во културен центар, од каде започнало да се шири словенската писменост и книжевност. Во составот на македонската словенска држава Охрид бил престолнина на цар Самоил. Во периодот на Византија градот станал седиште на Охридската архиепископија, во кој доста било развиено рибарството, занаетчиството и трговијата, со што претставувал и стопански центар. Во текот на турското владеење, градот бил седиште на Охридскиот санџак, а истовремено бил и црковен центар, седиште на Охридската архиепископија. Во 1767 година била укината Охридската архиепископија, со што Охрид ја изгубил улогата на центар на старата самостојна словенска црква. Во текот на XIX век во Охрид се случуваат низа случувања кои генерално влијаат на македонската историја. Имено, тој е прв град кој се кренал против грчкото и другите културни влијанија, тука се појавува прогресивна културна младина на учители, книжевни дејци и видни трговци (Григор Прличев, Константин и Димитар Робев, Рајко Жинзифов од Велес, Димитар Миладинов од Струга и други. Во текот на XIX и XX век градот постојано стопански и културно се развива негувајќи автентични и специфични содржини: охридска архитектура, охридски бисер, охридско филигранство, резбарство, грнчарство, печатарство и сл. Денес градот е најразвиено и најатрактивно туристичко место во Република Македонија, кој нуди богата природа, историја, религија и култура. Богатото и разновидно природно и историско наследство на градот Охрид и регионот

(генерално се мисли на Охридското Езеро, Галичица и Струга) биле пресудни фактори Охрид да биде ставен под заштита на УНЕСКО.

САМОИЛОВА ТВРДИНА, Охрид

Почетокот на изградбата на тврдината со сигурност не е позната, сепак, римските историчари споменуваат дека Лихнидос бил град со тврдина. Благодарение на тврдината градот повеќе пати успеал да се брани од навалата и нападите на разни племски војски. Според тоа, почетоките на тврдината се во античниот период. Меѓутоа, денешниот изглед на тврдината бил изграден за време на владеењето на цар Самуил (976-1014) и била престолнина на неговото царство. Сместена на ридот тврдината доминира над градот и се издига над градскиот хоризонт, со 3 км долгите и од 10 до 16 метри високите ѕидишта, повеќе одбрамбени кули, порти („Горна порта“ и „Долна порта“) и слично.

СВЕТИКЛИМЕНТОВ Манастир, СВ.ПАНТЕЛЕЈМОН на Плаошник,Охрид

Свети Климент Охридски е најдаровитиот ученик на светите браќа Кирил и Методиј, сесловенски просветители и учители. Во 886 година Климент ја формира Охридската книжевна школа или попозната како Прв словенски универзитет. Според климентовото житие таму околу 3500 ученици ги добиле своите знаења. Универзитетот го негувала Глаголското писмо, долго после неговата официјална замена во 893 година со Кирилско писмо. Името Ахрида за првпат се споменува во актите на цариградскиот црковен собор во 879 година. Во 893 година Климент е поставен за епископ во Велика или Дрембица, а на негово место за учител е назначен неговиот соработник и близок пријател Наум.

Околу 893 година била подигната Климентовата црква во форма на триконхос (тролисна детелина). На запад црквата имала нартекс каде што бил сместен Климентовиот гроб, што според житието самиот си го приготвил во југозападниот дел на пронаосот на црквата. Климентовата црква во турскиот период била претворена во џамија, а после била срушена, а на нејзино место била изградена султан Мухамедовата џамија. Во 2000 година беше извршена реконструкција на Климентовата црква со сите нејзини фази. Со археолошките истражувања се пронајдоа и остатоците на богатата и големата ранохристијанска базилика што лежеше под црквата (храмот бил изграден во V век, кога Лихнидос бил епископски центар. Мозаикот на базиликата има прекрасни мотиви на животни и растенија.). Значи, Климент ја изградил триконхосната црква во делот на стариот Лихнид, односно над старата црква, седиште на Лихнидската епископија. Неговиот манастир бил првиот словенски манастир, изграден како триконхосни, практика која се применила во Охридскиот регион, но и пошироко. На 11 август 2002 година беше освет новиот Светиклиментов манастир.

Манастир СВ. НАУМ ОХРИДСКИ, Охрид

На најјужната точка од Охридското Езеро, 30 км од Охрид, се наоѓа манастирот Св. Наум Охридски, на висока карпа над езерото. Црквата е посветена на Соборот на светите архангели, и била подигната во 900 или 905 година. Била изведена во комбинација со триконхосна форма, слично како и Климентовата црква на Плаошник. Во турскиот период била урната, а на нејзино место во повеќе градежни фази била подигната денешната манастирска црква, како комбинација на мала трибродна базилика со впишан крст со купола. Остатоците на старата триконхална градба што беа откриени со археолошките ископувања денес се обележани во подот на црквата со црн мермер.

Иконостасот во Манастирот Св. Наум, е изработен во 1711 година и претставува извонредно уметничко дело во кој се вклопени извонредната резба и иконите. Иконите ги изработил зографот Константин, а фреските во другите делови на црквата ги изработил Трпо од Корча во 1806 година. Во манастирот и денес стојат два мермерни столбови кои припаѓаат на старата Наумова црква, и во кои се врежани глаголски и кирилски букви. Во манастирот е гробот на Св. Наум, кој е сосидан во југоисточниот дел од нартексот, на истото место како и гробот на Св. Климент во

неговиот манастир во Охрид. Денес, комплексот на манастирот го сочинуваат: црквата, манастирските конаци, камбанарија, дел за монасите, хотелски и ресторански дел.

СОБОРНА ЦРКВА СВ. СОФИЈА, Охрид

Црквата Св. Софија била катедрална црква на Охридската архиепископија. Во неа е прогласено и возобновувањето на Охридската архиепископија во 1958 година. Оваа катедрална црква е најзначајниот средновековен споменик во Македонија, но и со најголеми комплекси на фрескоживопис на византиската уметност во Европа, од XI век. Фреските во црквата се од XI и од XIV век. Изградена е во X век или околу 1000 година во времето на цар Самоил, кога ја пренес својата престолнина од Преспа во Охрид. Црквата била подигната на старо култно место, врз темели на градба од ранохристијанскиот период и врз ранохристијанска базилика. Во Св. Софија се востоличувале охридските архиепископи, а и сега во неа се востоличуваат поглаварите на Македонската православна црква. Црквата над централниот дел на наосот порано имала купола, која подоцна се срушила, а на нејзино место турците поставиле свод. Затоа денес црквата има форма на трикорабна базилика. Во својата првобитна форма црквата била изведена како комбинација на базилика со впишан крст со купола. На аглите на црквата, во горните делови имало мали странички капели. Во текот на XIII век дошло до реконструкција на спрат на нартексот, а во XIV дограден е на запад пространиот ексонартекс со две куполи над страничните делови. Во текот на турскиот период, црквата Св. Софија била претворена во џамија. При тоа сите фрески биле премачкани со вар, мермерната олтарна преграда и амвонот биле размонтирани. На северозападната купола на ексонартексот било подигнато минаре, што било срушено во 1912 година. Денешниот изглед, на исчистените фрески од премачканиот вар се од времето на охридскиот архиепископ Леон (1037–1056). Највпечатливи фрески се: „Воснесението Христово“, „Богородица со Христос“, „Причестувањето на апостолите“, „Службата на Св. Василиј“ и други. Во XI век Св. Софија била „Голема црква“ на Охридската архиепископија, под чија дијецеза ила територијата од Солунскиот Залив до Дунав и до Јадранското Море.

ЦРКВА СВ. ЈОВАН БОГОСЛОВ – КАНЕО, Охрид

Црквата св. Јован Богослов сместена е на висока карпа во месноста Канео, поранешна рибарска населба. Црквата е изградена околу 1280 или 1290 година. Градбата е од делкан камен, бигор и тула, во правоаголна основа, со впишан крст и со осмоаголна купола. Куполата на црквата има елементи во специфична изведба. Тоа се малите триаголници завршетоци на куполата, сосема невообичаени за куполите на византиските цркви.

ЦРКВА СВ. БОГОРОДИЦА ПЕРИВЛЕПТА, Охрид

Црквата Св. Богородица Перивлепта била изградена во 1295 година. Таа е исклучително значаен објект, кој е сочуван во целина, било од архитектонски или сликарски аспект. Црквата е значајна и поради тоа што има две имиња: и Богордица Перивлепта и Свети Климент. Така е наречена во XV век, кога Турците го урале Светиклиментовиот манасатир Св. Пантелејмон на Плаошник. Тогаш христијаните ги зеле моштите на свети Климент и ги пренеле во овој храм. Затоа оваа црква го добила и името Св. Климент. Таа биле и Катедрален храм, односно храм на охридските архиепископи, откако Соборниот архиепископски храм Св. Софија бил претворен во џамија. Во оваа црква се востоличени првиот поглавар на Македонската православна црква – архиепископот Доситеј (1958 г.) и тројцата следни поглавари (Ангелариј, Гаврил и Михаил), додека петтиот поглавар – архиепископот Стефан е прогласен во Соборниот храм Св. Софија. Црквата во својата архитектура презентира дело од врвот на византиската архитектура и фрескоживопис од крајот на XIII век. Градена е од специфичен систем со комбинација на тули и камен, декориран со многубројни мотиви и претставува дело на епирско-македонско стилско милје. Подоцна во втората половина на XIV век, кон јадрото на црквата биле доградени капели на северната и јужната страна и трем, кој во XIX век бил затворен со ѕид од камен. Фреските во

црквата се дело на познатите сликари Михаил и Евтихиј, што ја претставуваат најстарата сликарска целина од стилот на „ренесансата на Палеолозите“ во Византија на преминот од XIII во XIV век. Од мноштвото фрески, како најпечатливи се композициите на сцените: „

Оплакувањето на Христос“, циклусот посветен на животот и страдањата Хрстови, циклусот посветен на Св. Богородица, сцени посветени на светителите и други сцени.

Други цркви во Охрид и Охридско се: црквата Св. Елена и Константин, Св. Кузман и Дамјан, Св. Богородица, Св. Врачи, Св. Никола Геракомија, Св. Никола Болнички и Св. Богородица Болничка, Св. Ѓорѓи, Св. Димитриј, Св.

Никола Чудотворец, Св. Варвара, Св. Троица и други во Охрид, потоа црквата Св. Богородица Заумска, с. Трпејца (1361 г.); пештерната црква Св. Еразмо; пештерната црква Св. Стефан; Св. Ѓорѓи во Годивје; Сите Свети во Лешани; Св. Никола во Косел итн.

Цркви во Струга и Струшко се: црквата Св. Ѓорѓи во Струга; црквата Св. Никола во Струга; црквата Св. Атанајсиј во Калишта; црквата Св. Богородица во Калишта, црквата Св. Петар во Клаишта; Св. Спас во Вевчани; црквата Св. Спас во Вишни и уште многу други.

ЦРКВА СВ. ЃОРЃИЈ, Курбиново, Преспа

Црквата Св. Ѓорѓи во преспанското село Курбиново, претставува споменик кој се надоврзува стилски со црквата Св. Пантелејмон во Нерези. Црквата е подигната во 1191 година. Архитектурата на црквата е скромна, еднокорабна покриена со цилиндричен свод, градена е од кршен камен и местимична употреба на тула. Меѓутоа, црквата е позната по своето фрескосликарство кое е ремек-дело на македонската византиска уметност. Иконографски доста интересни се композициите на: „Поклонение на отците“, „Вознесението Хрстово“, насликано на источниот ѕид (бидејќи црквата нема свод или купола), „Вознесението“, „Страшниот суд“, како и претставата на словенските првоапостоли, Светите Кирил и Методиј, и претставата на архангелите во олтарната апсида.

Други цркви и манастири во Ресен и Преспа се: Св. Ѓорѓи во Ресен; Св. Кирил и Методиј во Ресен; Св. Богородица во Јанковец; Св. Богородица во Сливница; Св. Петка во Брајчино и уште многу други.

- ПЕЛАГОНИСКИ РЕГИОН

Во просторот се диференцирани 8 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 25 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

ХЕРАКЛЕЈА ЛИНКЕСТИС

Во јужниот дел од преградието на Битола се наоѓа Хераклеја Линкестис, антички град основан во IV век пр. н.е. Се претпоставува дека градот го основал македонскиот крај Филип II Македонски. Меѓутоа, откриените артефакти претставуваат доказ за неговото настанување уште во доцното бронзено време. Името Хераклеја градот го добил по Херакле – митски јунак и родоначалник на македонската кралска династија Аргеади, додека епитетот Линкестидска доаѓа од името на областа Линкестида. Хераклеја опстојувала повеќе од еден милениум и се развивала како значаен воен, стопански и епископски град во значајната раскрсница на Виа Егнатија, и ги поврзувала Драч и Солун, а одтаму и Константинопол. Значајни објекти кои денес се откриени со археолошките истражувања се јавните објекти: античкиот театар, термите, портикот, форумот (плоштад), мала и голема римска базилика, епископската резиденција со трапезоидна форма, неколку мозаици со ранохристијански мотиви (геометриски шари, розети, меандри, плетенки, рибни коски, плетен крст, винови лози, разни видови на животни и птици), манастирски комплекс, повеќе статуи и статуетки, разни садови, накит, плочи со натписи, монети и други предмети.

ЏАМИИ во Битола

Во Битола има десетина џамии, од кои најстари и најпознати се Исак Челеби, Хаџи бег - Махмуд бег, Јени џамија – Кади Махмуд, и Ајдар Кади џамија. **Исак Челеби - Ибни Аса џамија**, изградена е во 1506/8/9 година. Исак Челеби бил кадија во Битола. Во 1512 година е погребан во гробот што денес се наоѓа пред џамијата. Џамијата има двоен трем со две куполи. Денес џамијата е активна за верниците на исламската вера во Битола. Втора по важност и старост е џамијата **Хаџи - Махмуд беј џамија** изградена во 1521/22 година. Се наоѓа на просторот на Старата Чаршија, кај Рибарниците. Третата џамија е **Кади Махмуд – ефендија или Јени џамија** – нова џамија, изградена во 1558/59 г., има двоен трем со куполи, денес во оваа џамија е адаптирана за уметничка галерија, и со најновите археолошки ископувања во самата џамија констатирани се темели на стара средновековна црква; И четврта по важност е **Ајдар Кади џамија** изградена во 1561/62 г., и му се припишува на епохалниот генијален архитект мајстор Коџа мимар Синан. Џамијата има трем со три мали куполи, преминот од квадратниот простор во кружна основа на куполата е со тремпи, изведени со украсени елементи во вид на „сталактити“. Покрај џамиите други објекти од исламската архитектура во Битола се: Дебој, Јени амам, Зандан Куле и други.

БЕЗИСТЕН

Безистенот во Битола е еден од највредните и најдобро зачуваните стари градби, со препознатливи архитектонско-естетски вредности. Првите пишани извори за него потекнуваат од почетокот на XVI век. Безистенот бил покриен пазар со 86 дуќани, наменети главно за продажба и за чување на скапоцена стока, текстил, пари и друго. Тој бил изработен од доволно цврст материјал како гаранција за заштита од честите крајби и грабежи. Денес, во Безистенот има разни дуќани, ресторани, банки и други објекти.

СААТ КУЛА, Битола

Саат-кулата се наоѓа во строгиот центар на Битола, на северниот дел од познатата најрепрезентативна улица „Широк сокак“. Се претпоставува дека објектот бил изграден во XVII век. За време на градбата биле употребени 60.000 јајца, потребни за стврдување на малтерот од кулата. Се раскажува дека во градбата учествувала и тајфа на ѕидари од Смилево. Саат-култата е висока 33 метри и е поставена на квадратна основа, со страни од по 5,8 метри. Од нејзината северна страна има полукружен засводен влез низ кој се влегува во кулата. Нагоре водат тесни камени скали. На горниот крај од Саат-култата се наоѓа саатниот механизам, распореден на сите четири страни на кои се монтирани саатни стрлки и впишани римски бројки од еден до дванаесет.

ЦРКВА СВ. ДИМИТРИЈА, Битола

Црквата Св. Димитрие е подигната 1830 година, исклучиво со доброволните прилози на месните трговци и занаетчиските еснафи од Битола. Турските власти не дозволиле црквата да биде убава надворешно, но затоа внатрешноста на црквата (нивото е спуштено за околу 1 метар, за да се добие поголем внатрешен простор, за да не се ѕабележува од надвор) претставува ретко убава, пространа „соборна“ градба, украсена со полилеи, резбан епископски стол, амвон и иконостас во резба. Таа е трикорабна базилика со галерии на катот – каде што се наоѓаат параклиси. Во храмот има сочувани икони и постара резба, а му припаѓале на постариот мал храм, што постоел на тоа место. Старите икони потекнуваат од крајот на XVIII век, а ги изработил сликарот Давид од с. Селце, додека пак, постарата резба покажува многу сличности со иконостасот во манстирот Св. Наум во Охрид. Големите иконостас е плитка резба, гипсиран и позлатен, богат со елементи од растителниот и животинскиот свет, и е изработен околу средината на XIX век.

ЦРКВАТА СВ. НЕДЕЛА, Битола

Црквата Св. Недела се наоѓа во битолските градски гробишта, на северниот влез во Битола. Изградена е во 1863 година. Таа претставува трибродна базилика. Иконостасот во црквата е изработен од дрво, а иконите се од XX век. Оваа црква во предилинденскиот, илинденскиот и поилинденскиот период била место каде се

состанувале познати револуционери, и место каде имало тајна леарница за куршуми и бомби.

ЦРКВА СВ. ПРЕСВЕТА БОГОРОДИЦА, Битола

Храмот Пресвета Богородица (1872 г.) е трикорабна базилика со тристрана апсида на исток и со тремови на трите страни, над кои има галерии. Повеќеаголната купола со топка и крст на врвот е одраз на барокните влијанија во градот, кои се одразиле и при градбата на црквата. Иконостасот е споен од два иконостаса во резба од мијачни копаничари. Иконостасите се од црквите во битолските села Магарево и Трново кои во Првата светска војна биле урнати, а иконостасите биле демонтирани и спакувани во 200 дрвени сандачи за да бидат пренесени во Бугарија. За среќа, сандаците останале во Велес и биле вратени во Битола, во оваа битолска црква која, во тоа време немала иконостас. Иконите и фреските се од познатиот македонски сликар Димитар Андонов Папрадишки.

Во Битола има над дваесетина цркви, главно градени во поново време, кои го збогатуваат културното наследство на градот, како град на многу цркви.

Во оваа прилика би ги споменале црквите: Св. Наум Охридски, Св. Петка, Св. Ана, Св. Петар и Павле, Св. 40 Маченици, Св. Никола, Св. Јован Златоуст, Св. Јован Богослов, Св. Пантелејмон, Св. Архангел Гаврил, Св. Архангел Михаил, Св. Тројца, Св. Елена и Константин.

Во Битолско познати цркви и манастири се: црквите Св. Ѓорѓи во Цапари, Св. Петка во Маловишта, Св. Богородица во Трново, Св. Богородица во Новаци и многу други, а од манастирите, Св. Петка во Цапари, Св. Ѓорѓи во Велушина, Св. Ана во Маловишта, Св. Христофор во Крстоар, Св. Сотир-Преображение во Буково, Св. Илија во Драгош итн.

МАНСАТИР СВ. ЈОВАН ПРЕТЕЧА, Слечче – Демир Хисар

Под падините на Илинска Планина, над селото Слечче се наоѓа манастирот посветен на Св. Јован Претеча. Точниот датум на основање на манастирот, не е познати. Може да се претпостави дека постоел и во крајот на XIV век, бидејќи според извесни податоци, во 1393/94 година. Меѓутоа, манастирот за прв пат се споменува во писмо од 1543 година., во кое се споменува, дека братството на манастирот му направило посета на кратовскиот манастир Претеча. Манастирот е познат како најплоден книжевен и сликарско - резбарски центар. Во неговата библиотека имало ракописи кои водат потекло од XI и XII в. „Слечански апостол“, како и многу ракописи од XIV, XV и XVI век „Слечански писмовник“ и „Слечански поменик“.

Други познати цркви и манастири во Демир Хисар, а подекнуваат од средниот век, се: Св. Никола, с. Слечче; Св. Атанасие Александриски во с. Журче, Св. Димитрија во Жван, Св. Никола Топлични, манастир Св. Петар и Павле, с. Смилево, црква Пресв. Богородица, с. Обедник (на стари темели), св. Никола, Загориче, црква Кутретино и др.

СТИБЕРА

Античкиот град Стибера се наоѓа југозападно од Прилеп, кај денешното село Чепигово. Староста на градот е димензионирана во периодот на античка Македонија. На местото на локалитетот откриени се повеќе натписи, статуи, скулптури,

МАРКОВИ КУЛИ, Прилеп

Северозападно од Прилеп се наоѓаат остатоците на Маркови Кули, еден од најживописните средновековни градови во Македонија. Како утврдено место и воен пункт се споменува од времето на цар Самоил. Градот бил именуван како Прилапон, Припалос и Прилепон. Тврдината најповеќе се прославила во времето на Крал Марко. Подоцна тврдината ја губи својата важност. Непосредно под Маркови Кули се наоѓаат неколку средновековни цркви и манастири, кои денес се составен дел од населбата Варош во Прилеп. Познати цркви и манастири од крајот на XIII и почетокот на XIV век се: црквите Св. Никола (1298 г.), Св. Богородица Пречиста, Св. Димитриј, Св. Атанасие, Св. Петар, и манастирот Св. Архангел Михаил (фрески од 1270-1280 година). Други познати културни споменици во Прилеп се: Саат култата, Амамот, Старата Чаршија и сл.

МАНСАТИР СВ. ПРЕОБРАЖАНИЕ, с. ЗРЗЕ

Манастирот Св. Преображение во литературата е познат како манастир Зрзе. Подигнат е над една рамнина над селото Зрзе. Со последните археолошки истражувања пронајдени се темели на ранохристијанска црква. Што се потврди претпоставката дека црковниот живот во овој манастир потекнуваат од почетоците на христијанството.

МАНАСТИР ТРЕСКАВЕЦ

Манастирот Трескавец со црквата посветена на Успение на Богородица, се наоѓа на десетина километри од Прилеп. Времето на неговото градење може да се смести во широки рамки од XII до XIV век. Резбата во Трескавец е слична со резбарените врати во Слеченскиот манастир и манастирите Св. Пречиста Кичевска и Св. Преображение во Зрзе.

Од повеќето споменици на културата во Крушево ќе ги споменеме, манастирот Св. Спас, црквите Св. Никола, Св. Богородица, Св. Троица, Св. Јован и други.

- **СРЕДНОВАРДАРСКИ РЕГИОН**

Во просторот се диференцирани 6 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 24 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

СТОБИ

Античкиот град Стоби се наоѓа во близина на Градско, меѓу Велес и Неготино. Овој град се наоѓал на територијата на старомакедонското племе Пајонци, која во времето на Филип II била во состав на Македонската држава. Стоби бил важен стратешки воен центар, но значаен културен, трговски и сообраќаен центар. Неговото егзистирање траело повеќе од еден милениум. Денес, како археолошки остатоци од урбаното живеење се: епископска резиденција, епископската црква, неколкуте палати, полукружен плоштад, театар, синагога, куќа на псалмите, голема бања итн.

Познати споменици, цркви, манастири во Велес, Кавадарци, Неготино, Демир Капија, Валандово, Гевгелија и Дојран се: црквата Св. Никола во Велес (XIV век), Св. Пантелејмон во Велес (1840 г., изградена од мајсторот Андреј Дамјанов), Саат кула во Велес, Полошкиот манастир Св. Ѓорѓи (XIV век, се наоѓа на десниот брег на Црна Река – вештачкото Тиквешко Езеро), Кавадаречко; Моклишки манастир Св. Никола, Ваташа (XVI век); Марковата кула во Кавадарци (XVIII век); Саат кула во Неготино; археолошките остатоци од античкиот град Стенас во Демир Капија, средновековната тврдина Просек, античкиот локалитет Исар Марвинци во близина на Валандово, Гевгелиски– Вардарски Рид (од неолит преку антика, до хеленистички период), црквата Св. Спас во Гевгелија (1842 г.). Црквата Св. Илија во Дојран и многу други.

- **СТРУМИЧКО – РАДОВИШКИ РЕГИОН**

Во просторот се диференцирани 4 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 12 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

Особено важни се археолошките локалитети Цареви Кули на Струмичкото кале, Во регионот се наоѓаат манастирите Св. Леонтиј во Водоча, Св. Богородица Елеуса во Вељуса; манастир Св. Стефан во Конче, Радовишко; и Св. Ѓорѓи во Валандово; како и црквите Св. Троица и Св. Илија во Радовиш; Св. Кирил и Методиј и Св. Пантелејмон Тивериополски во Струмица и многу други.

МАНАСТИР СВ. ЛЕОНТИЕ, с. Водоча

Манастирот се наоѓа во селото Водоча, Струмичко. Комплексот го сочинуваат три цркви кои денес се споени во една – Св. Леонтиј, две манастирски бањи, манастирски конак, средновековна некропола и стопански придружни објекти. Изградена е врз ранохристијанска базилика. Во црквата има зачувани фрески од XI век.

МАНАСТИРОТ СВ. БОГОРОДИЦА МИЛОСТИВА (ЕЛЕЈУСА), с. Вељуса

Претставува вистински бисер на средновековната архитектура во Македонија. Изградена е во 1080 година, како што е запишана на мермерната плоча. Црквата има три куполи украсени со комплексна декорација. Црквата е значајна поради својата изворно зачувана архитектура, фрескоживописот (композиција „Слегување во пеколот“), мозаичниот под и мермерниот иконостас.

- **БРЕГАЛНИЧКИ РЕГИОН**

Во просторот се диференцирани 8 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 29 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

БАРГАЛА

Баргала е доцноантичка населба, лоцирана на 12 км североисточно од Штип. Името на населбата етимолошки се врзува со реката Брегалница.

Камениот натпис на кој се споменува населбата датира од 371 година. Денес од населбата се откриени тиркорабна базилика, голем број предмети, монети и слично.

АСТИБО И ШТИПСКО КАЛЕ ИСАР

Штип се смета за многу стара и првпат се споменува во римски период во III век под името Астибо. За времето на Византија, градот бил познат под името Стипион, а со доаѓањето на Словените го добил денешното име Штип. Археолошкиот локалитет Чрешче, наречено и Хисар или Исар е тврдина која се наоѓа во предградието на Штип. Сместено е на висок карпест вид со вертикални страни високи 30-50 метри и зарамнет врв во вид на плоча со димензии 300 x 120 м. Исарот се издига 150 метри над реката Брегалница и доминира над широката околина. Остатоци во населбата се среќаваат од периодот на рана антика, преку доцна антика до современо време. Иако населбата е природно непристапна, сепак била опкружена со висок камен ѕид. Во просторот на населбата откриени се остатоци од грнчарија, монети и други движни наоди кои датираат од разни временски периоди.

Во Штип и неговата околина се наоѓаат познати локалитети од сверата на културното наследство. Како најпознати се археолошкиот локалитет од раниот неолит Грначарица во близина на село Крупиште (откриен најстар неолитски човек на Балканот и најстариот жител на Македонија), стар околу 7000 години); археолошки локалитет Моробиздон во село Мородвис, Кочанско (доцна антика и Византија); црквата Св. Архангел Михаил во Штип (прва половина на XIV век); црквата Св. Јован Крстител во Штип (1350 г.); црква Св. Спас (1369 г.); неколку средновековни кули во Кочани; Безистен во Штип (XVI или XVII век); Саат кула во Штип (прва половина на XVII век); црквата Св. Никола во Штип (изградена е врз темелите на старта црква Св. Никола која потекнува од 1341 година, новото преосветување било во 1867 година), црквата Св. Пресвета Богородица во Ново Село (1850 година); Винаца (Виничко Кале, теракотни икони кои датираат од III век, доцна антика – ранохристијански период), манастир Св. Архангел Михаил во Берово (1818 г.), Делчево (археолошки локалитет Стамер – стар 10 милиони години, остатоци од мастодон стар 3 мил. год.; археолошки локалитет Могила, откриена бронзена ритуална кочија), с. Мородвис, Кочани итн.

ЛЕСНОВСКИ МАНАСТИР

Меѓу Кратово и Злетово, во селото Лесново, се наоѓа манастирот посветен на Св. Архангел Михаил и „пустиножителот“ Гаврило. Црквата е подигната во 1341 година. Манастирот се издигнал од степен на игуменија до степен на епископија, седиште на Злетовската епископија. Низ целиот среден век манастирот играл видна улога како центар од каде што се ширела словенската писменост. Од богатиот фрескоживопис најпознати композиции се: „Архангел Михаил“, „Вознесение Лазарево“, „Јудино предавство“, „Лекување на слепиот“ и други. Во текот на вековите врз црквата и манастирскиот комплекс биле вршени поправки, доградби и слично.

- **КРАТОВСКО – КРИВОПАЛАНЕЧКИ РЕГИОН**

Во просторот се диференцирани 3 туристички зони, во кои се наоѓаат вкупно 7 локалитети. Од културните споменици кои се ставени во листата на културно наследство, ќе ги споменеме само најважните.

МАНАСТИР СВ. ЈОАКИМ ОСОГОВСКИ

Манастирот Св. Јоаким Осоговски е сместен на падините на Осоговските планини, во близина до патот што води од Крива Паланка кон Ќустендил во Бугарија. Манастирот е посветен на пустиножителот Св. Јоаким Осоговски (ученик на Св. Јоаким Рилски), кој во XI век аскетски живеел во пештера, во близина на манастирот, во месноста Бабин Дол. Манастирот е паречен и Сариндопор, што значи четириесет долови. Според историски податоци манастирската црква била изградена во средината на XII век од свештеникот Теодор кој станал монахот и добил монашко име Теофан. Денес од оваа црква нема зачувани остатоци. Во текот на вековите манастирот бил во добра, но и во крајна лоша економска состојба. Неговото заживување започнува од средината на XIX век. Имено, на иницијативна на главниот ктитор Хаџи Стефан Бегликчија од Крива Паланка, во 1847 година, под раководство на познатиот градител Андреја Дамјанов отпочнува изградба на големата „соборна“ црква посветена на Јоаким Осоговски. Во 1851 година таа е завршена и осветена. Другата, помала по димензии црква е посветена на Св. Богородица, градена, по едни во XIV век, а по други во XVI – XVII век. Големата црква има дванаесет куполи и простран наос, обиколен со трем на западната и јужната страна. Во манастирскиот комплекс покрај двете цркви се наоѓаат и главниот трикатен конак, камбанарија со костурница, писарница, туристичка зграда, летна бавча и летна кујна, стражарница, нов конак, резиденција на епархискиот ерхиереј на Полошко – кумановската епархија, и други објекти.

КРАТОВСКИ КУЛИ И МОСТОВИ

Градот Кратово познато е по својата местоположба сместено во кратер на згаснат вулкан. Токму поради својата специфична местоположба и Кратовската Река која го пресекала кратерот и минува низ средината на градот, се формирала посебна градска архитектура. Како забележителни објекти се Кратовската Ајдучка Чаршија, потоа кратовските кули и мостови. Во Краово од поранешните 13 кули, денес постојат 6: Симиќева кула, Златкова кула, Хаџи – Костова кула, Саат кула, Крстева кула и Емин – бегова кула. Додека пак, од мостовите најпознати се: Чаршиски мост, Радин мост, Аргулички мост, Грофчански мост и Јоркшиски мост.

Познати цркви во овој регион се: црквата Св. Ѓорѓи Кратовски во Кратово, Св. Никола Чудотворец во Кратово, црквата Св. Јован Претеча во Кратово, Св. Никола во с. Псача и други.

4. Национална организација за заштита на спомениците

Во Република Македонија во прегледот на културно наследство се водат 10,974 објекти регистрирани како недвижно културно наследство (4,361 археолошки места; 1,726 цркви и манастири со преку 150,000 квадратни метри на ѕидно фреско сликање; потоа следат џамии; заштитени куќи; споменици; итн.) и 500,000 музејски реликти.

Република Македонија на 28 Јуни 1993 година стана член на УНЕСКО (Светска организација за заштита на културното наследство). Додека пак, регионот на Охрид во 1979 година е ставен под заштита на УНЕСКО, и тоа поради неговите културни, историски и природни реткости.

Во рамките на Министерството за култура на Република Македонија во сверата за заштита на културното наследство работи посебен Сектор. Во Сектор за заштита на културното наследство се следниве одделенија: Одделение за библиотечна дејност, за музејска дејност и одделение за недвижно културно наследство.

Посебен орган под ингеренции на Министерството за култура која работи на заштитата на културното наследство е Управата за заштита на културното наследство. Управата ја има следната организациона структура: на чело е директор, потоа 13

одделенија распоредени во три сектори (Сектор за идентификација, заштита и користење на културното наследство, со 6 посебни одделенија, Сектор за превенција и инспекторски надзор, со 4 посебни одделенија и Сектор за документација, меѓународна соработка и општи работи, со 3 посебни одделенија).

Во Република Македонија постојат 10,974 објекти регистрирани како недвижно културно наследство 4,361 археолошки места; 1,726 цркви и манастири со преку 150,000 квадратни метри фреско-живопис; 1213 објекти од старата градска и селска архитектура, 47 кули, тврдини и мостови, 1026 споменици и спомен обележја, 126 објекти од исламската архитектура, 24 чаршии и други историски, урбанистичко-архитектонск целини, 32 стопански објекти и повеќе други видови на објекти и 5328 недвижности, како и над 500,000 музејски реликти.

По приемот на РМ во УНЕСКО во 1993 година, со Одлука на Владата на Република Македонија на 15 март 1994 год. е основана Националната комисија која како стручно и административна тело делува во рамките на Министерството за култура. Тоа значи дека ова Одделение обавува задачи и функција на национален координатор за соработката на РМ со УНЕСКО во сите области (наука, образование, култура, животна средина, информации, комуникации, човекови права, млади и спорт).

Во списокот на Национални установи во Република Македонија се регистрирани вкупно 57 објекти, од кои 16 Центри за култура, 5 Заводи за заштита на спомениците на културата и музеј (Битола, Прилеп, Охрид, Штип и Струмица), 2 Универзитетски библиотеки, 3 Национални установи-Библиотеки,

1 Филмски фонд на РМ, 1 Кинотека на РМ, 1 Филмски центар „Вардар филм“, 1 „Македонска филхармонија“, 1 „Македонска опера и балет“, 1 Ансамбл за народни игри и песни „Танец“, 7 Национални театри, 9 музеи-национални установи, 1 Национална установа „Стоби“, 1 „Спомен куќа на Мајка Тереза“, 1 Национален Конзерваторски центар, 2 Конзерваторски центари (Скопје и Гостивар), 1 Фестивал „Охридско лето“, 1 Манифестација „Струшки вечери на поезијата“ и 2 национални уметнички галерии (Скопје и Тетово).

Според новиот Закон за заштита на културното наследство донесен во 2004 година, Установи за заштита на недвижното културно наследство во РМ се: Националниот конзерваторски центар, Конзерваторски центар, Установи за управување со заштитени подрачја. Во Установи за заштита на движно културно наследство се: Музејски установи, Матична музејска установа, Библиотечни установи, Матична библиотечна установи, Кинотечна установа. Други надлежни овластени субјекти за заштита на културното наследство како Управна организација е Државниот архив. Во делот на Други установи и други правни лица се вбројуваат: Ателјеа, лаборатории и работилници; Овластени субјекти за заштита на фонотечните добра и на духовното културно наследство, и здруженија на граѓани на кои им е доверено вршење на јавни овластувања од областа на заштита на културното наследство.

Во Република Македонија работи и посебна организација Македонски национален комитет за споменици и места МНК ИКОМОС, е формиран на 23 Февруари 1994 година, како огранок на Меѓународниот ИКОМОС со седиште во Париз. Оваа организација се занимава исклучиво со заштита, истражување и промоција на културното наследство во светски рамки. Значително внимание му посветува на конзервација и заштита на културното наследство преку одржување на форуми, трибини и расправи.

5. Менаџирање и маркетинг активности во сверата на културното наследство

Комплексот на културното наследство претставува значајна компонента во развојот на културниот туризам. Културните вредности на одредени простори треба да подлежат на посебен режим на заштита, ако сакаме да реализираме туристичка валоризација на културните ресурси.

Според УНЕСКО во културното наследство се вбројуваат: споменици, комплекси и места.

Споменици, се археолошки остатоци, скулптури, слики, делови од скулптури, записи, пештерни живеалишта и слично. **Комплекси** претставуваат поединечни или поврзани градби кои, поради својата архитектура, хомогеност или нивното место во околината, содржат исклучителна вредност од гледна точка на историјата, уметноста или науката. **Места** се антропогени или интегрални дела на човекот и природата, и локалитети, вклучувајќи ги тука и археолошките, кои се со исклучителна вредност од историјата, естетска, етнолошка или антрополошка гледана точка.

Во Конвенцијата на УНЕСКО за светското културно наследство се содржани мерки и критериуми со кои потписниците што сакаат да бидат дел од светското културно наследство се обврзуваат да го заштитиуваат како делот што е запишан под оваа категорија така и целокупното културно наследство на земјата.

Охрид е дел од престижната листа на Светското Културно Наследство и се вбројува меѓу 23-те места што поседуваат културни и природни вредности од општоцивилизационо значење.

Постојат повеќе групи и подгрупи како типови или видови на културни вредности. Поделбата според антропогени туристички мотиви вбројува: културно-историски, етнографски, социјални и манифестациони мотиви. Културните атракции во туризмот можат да се групираат во три категории: градби структури и места изворно создадени за други цели и намени; градби, структури и места изворно создадени за да привлекуваат туристи; градби, структури и места за специјални намени. Категории на културни атракции поврзани со туризмот: религиозни атракции – цркви, манастири, џамии, поклонички места; воени атракции – замоци, утврдувања, места на значајни битки, воени музеи итн.; градови – историски градови, комплекси на градби во урбани населби; села и живеалишта – рурални населби претежно со народна архитектура; крајбрежни градови и пејсажи – крајбрежни области со специфична убавина; социо-културни атракции – историски места и изложби, музеи за социјална историја, етнографски музеи, музеи за декоративни уметности; атракции придружени кон историски личности – места и објекти поврзани со значајни уметници или историски личности; атракции поврзани со некои уметности – театри, опери; тематски паркови – историско-забавни паркови; атракции поврзани со примарно производство – рачна изработка на производи како скулптури, грнчарија, стакло, метални предмети, дрводелство, ткаење; атракции поврзани со индустриското производство – стари винарии, стари пиварници, дрводелски капацитети, воденици, музеи за економска историја; транспортни атракции – музеи за стари транспортни средства, стари железници.

Фактори што ја одредуваат вредноста на културното наследство, всушност претставува класична поделба на културното наследство, како и можните извори за таквите информации.

- **Артефакти** – предмети создадени од човекот, ракотворби, изработки. Вредноста на овие артефакти се: реткоста, релативната старост, состојбата, културната важност, уметникот што го создал.

Стари градби, локалитети (комплекси на стари градби). Вредноста на овие градби се: реткоста, припадноста на одреден стил, релативноста старост, состојбата, употребените материјали, технологија, културната важност, градителот што ги создал, важноста на личноста што ја поседувала или користела.

- **Стари урбани јадра** – групација на стари градби кои формираат посебни амбиентални целини. Вредноста на овие градби се: вредноста на поединечните градби, културна и историска важност, состојба на сочуваност.

Информации поврзани со наведената класификација можеме да добиеме од стручната и научната литература, книги и списанија; од музеи и библиотеки; од архиви на документи, фотографии и цртежи; контакти со стручни лица и слично.

Според новиот “Закон за заштита на културното наследство“ од 2005 година, како сопственици на културното наследство може да се јават: државата, единиците на локалната самоуправа и други правни и физички лица. Притоа, како предмет на правото на сопственост може да бидат движните и недвижните културни вредности.

Културните вредности – туристите и локалното население се трите исклучително значајни столбови на кои се потпира културниот туризам. Основни параметри кои го сочинуваат културниот туризам базиран врз културните атрактивности на одреден локалитет, објект или подрачје се огледа преку: примена на примарната цел, сложените врски, респектот кон посебноста на местата и традициите, проценка на културната вредност, обука на локалното население и одржливиот развој.

- Примена на примарната цел на културниот туризам – примена на туристичката понуда, валоризација на културните ресурси, двигател на севкупниот туристички развој;
- Сложени врски – интеракција помеѓу културата и туризмот, позитивни вредности и негативни ефекти, неконтролирана и прекумерна употреба на спомениците на културата во туристички цели;
- Респектот кон посебноста на местата и традициите – посебна улога на менаџерите по туризам, планерите или другите туристички оператори, охрабрување на посетителите што ги почитуваат културните вредности, ревитализација на културното наследство и негово планирање во функција на туризмот, проекција на културниот туризам преку менаџирање во заштита на културното наследство, промовирање, афирмација и унапредување на културните вредности;
- Проценка на културната вредност – преку имплементирање на интегралните вредности, рангирање на места со универзално, национално, регионално или локално значење
- Обука на локалното население – програми за развој на културниот туризам, обуки за населението според нивоа на инволвирање, како водичи, интерпретатори, обучувачи, подигнување на звеста, справување со конфликти и можности за грижа и заштита на културното наследство;
- Одржлив развој – вклучува квалитет на културниот ресурс (интегритет, целокупност, квантум на користење, заштита или деградација); квалитет на доживување (уникатност-специфично, куриозитетност-интересни, необични, имагинативност-доживување, инспирација, фантазија); квалитет на живеење (интеграција во општеството и поддржаност од локалното население, економска корист од културниот туризам, социјални промени – генерирање на туризмот во локалната заедница).

Меѓународната повелба за културен туризам е донесена од страна на ИКОМОС на 12-то Генерално заседание во Мексико, во октомври 1999 година. Во истата се говори за управување со туризмот во местата богати со значајно културно наследство.

Повелбата „Етнос“ вклучува генерален став дека природното и културното наследство им припаѓа на сите луѓе. Сите имаат право и одговорност да ги разберат, ценат и одржуваат неговите универзални вредности. Примарна цел на управувањето со наследството е да се истакнува неговото значење и потребата за негова конзервација за локалните заедници и посетителите. Динамичната интеграција помеѓу туризмот и културното наследство, вклучува доминација на туризмот како значаен феномен со политички, економски, социјален, културни, образовни, био-физички, еколошки и естетски димензии.

ИКОМОС (Меѓународен совет за споменици и локалитети) и Светската Туристичка Организација (СТО), ги делат посетителите на културните вредности во следните категории:

- **Стручен посетител** – се стручни луѓе што доаѓаат со одредена цел во местото со културно наследство. Тие претходно припремени и добро ги познаваат вредностите на конкретното место. Овие посетители зафаќаат само мал сегмент од туристичкиот пазар.
- **Вообичаен посетител** – се најбројни посетители што доаѓаат на местото зошто дознале за местото преку различните видови на туристичка промоција, и можат да имаат мали претходни позавања за местото. Но бараат добра и разбирлива презентација за вредностите на културното наследство.
- **Студенти** – студенти, учениците, се бројни посетители на местата со културно наследство во зависност од нивното образование се припремаат нивото и акцентите на презентација. Доаѓаат во големи групи и не треба да се мешаат со другите видови на посетители.
- **Случаен посетител** – се посетители кои случајно се нашле на местото како дел од пошироки туристички тури. Тие не се интересираат за културните вредности и гледаат што побргу да го напуштат местото.

Процесот на фирмирањето на туристичкиот производ базиран на културните вредности е сложен проблем. Во туристичкиот пазар не е доволно само да понудиме аранжман или збир на вредни културни објекти кое треба да се посетат. Комплексната туристичка понуда подразбира детално разработен и развиен сложен систем на мотиви и модели формирани преку искомпонирани понуди на повеќе нивоа, во кои подробно се разработени сите сегменти – компоненти на туристичкиот производ.

За потребите на туризмот се формираат модели на презентација и интерпретација на наследството познати како „Патеки на наследството“ (Heritage Trails). Ваквите патеки во себе го опфаќаат културното и природното наследство. Всушност, патека на наследството е регионална мрежа на места со природно и културно наследство и туристичка опрема, концептирани околу јасно дефиниран туристички производ, со цел да се обезбеди интересен и разновиден туристички престој до една седмица.

„Патеката на наследството“ поврзува бројни различни видови на природни и културни вредности, туристичка опрема и активности. Целта на „патеката на наследството“ е да ги донесат туристите, привлекувајќи ги преку диверзитетот на можните доживувања. Туристите за време на престојот во регионот, можат да ги користат опциите кои им се понудени и да креираат сопствени патеки од изборот на опциите што му стојат на располагање.

Фази во формирање на „патеката на наследството“:

проценка на вредностите – тим на експерти од различни објаси вршат процена на вредностите од различни аспекти;

- капацитет – пресметување на квантитативните и квалитативните аспекти, како од физички така и од социјален аспект;
- просторно планирање – просторно и тематско поврзување и создавање на мрежа на врски помеѓу природните и културните вредности;
- маркетинг – анализа на туристичките пазари и одредување на целни пазари и групи на туристи;
- создавање на локални институции – обезбедување на правилен менаџмент и маркетинг, создавање на одговорни институции;
- промоција и интерпретација – изработка на разни публикации за презентација и промоција на „патеката на наследството“;
- стандарди – обезбедување стандарди придружени кон туристичката опрема и во согласност со очекувањата на туристите.

Презентација на туристичкиот производ може да се изврши на најразлични начини, од разни аранжмани понудени во патничките агенции, преку учество на саеми, рекламирање во медиумите, организирање на јавни кампањи, трубини, претставување на билбордови, изработка на проспекти, флаери и разни други пропагандни активности.

Јасно дефинирање на процесот на туристичка валоризација на културното наследство во просторните планови. Анализата на туристичкото искористување на спомениците на културата можеме да го претставиме на две нивоа:

- ниво на просторно урбанистичка целина, и ниво на поединечна
- архитектонска градба или комплекс на градби.

Изработката и усвојувањето на современите методи на валоризација на спомениците на културата од аспект на нивното правилно вклопување во туристичката понуда на конкретното место или регион поминува низ четири фази. Фазата на точно определување на предметот на анализа; фаза на научна валоризација; фаза на потенцијална туристичка вредност и четврта фаза процес на туристичка валоризација.

Прва фаза, точно одредување на предметот на анализа, било да е тоа одделна градба, комплекс на градби или пак цело историско јадро на некој град или населба. Најзначаен дел во оваа фаза е инвентаризацијата, собирање и класификација на целокупната документација за објектот. Оваа постапка за извршуваат специјализирани Заводи за заштита, но може д се ангажираат и други стручни лица.

Втора фаза, научна валоризација на споменикот на културата. Основни аксиоми при научната валоризација се: стручната експертиза, признавањето на интегралните вредности на некоја историска градба во целост и во сите слоеви на неговиот развој, вклучувајќи го и денешниот; и општата вредност или комплексно солгедување на низата поединечни вредности – утилитарните, естетските, културно – историските вредности, вредностите од староста и раритет, оригиналност, едукативните, просторно-амбинеталните, материјалните и други вредности.

Резултатите добиени од научната валоризација на споменикот на културата се вкрстуваат со одредени критериуми значајни за нејзиното користење за туристички активности и тоа:

- **Локација** на споменикот на културата, во пошироки просторни констелации, во однос на веќе постоечки, оформен или предвиден туристички регион, зона или место, опремен со туристичка опрема (хотели, ресторани и сл.);
- **Пристап**, инфраструктурна поврзаност, со туристичката опрема но и со населените места;
- **Растојание** од туристичкиот пазар/глобална туристичка побарувачка, со две алтернативи – меѓународна вредност на градбата, комплексот или историското јадро; и градби со поскупо вредности што немаат независна атрактивна туристичка сила;
- **Ограничувачки или негативни фактори**, неадекватни функции во непосредната околина што го нарушуваат амбиентот; економски деградирана непосредна околина; нерамнотежа во демографскосоцијалната структура во околината; нарушена еколошка рамнотежа; близина на воени објекти итн.

Трета фаза, потенцијална туристичка вредност на споменикот на културата. Општествената валоризација е став и обврска што ги прифаќа општествената заедница спрема заштитата на подрачјата и објектите со културно наследство. Верификувањето всушност значи одредување на мерки и активности, прогласување на категорија на објектот, проширување на мерки за заштита, степен на дозволени интервенции итн.

Четврта фаза, процес на туристичка валоризација на културното наследство се состои во временско и просторно усогласување на: апсолутната туристичка

вредност на споменикот на културата; интегрална туристичка понуда на местото и регионот; предвидена насочена туристичка побарувачка кон споменикот на културата. Усогласувањето на овие три елементи треба да биде физибилити студија за начинот на туристичкото искористување на споменикот на културата.

Процесот на валоризација иако не е единствениот, сепак е најважниот предуслов за успешното инкорпорирање на спомениците на културата во комплексот на туристичката понуда.

Според ИКОМОС и СТО процесот на планирање за местата со културно наследство во правец на валоризација во културниот туризам се одвива според три фази:

- Инвентаризација на постоечките ресурси;
- Категоризација и евалуација на културните ресурси; и
- Одредување на приоритети што треба да се имплементираат во легислативата, финансирањето, опремата, заштитата, интерпретацијата и маркетингот на локалитетот.

Менаџментот или управувањето со културното наследство во најголем дел е условено од правото на сопственост над истото. Дали сопственик на културното наследство е државата или приватно лице (разни приватни музеи, колекционери и др.). Сепак, како доминантен арбитер на културното наследство се јавува државата. Државата како директен сопственик на значајното културно наследство е обврзана да се грижи за истото. Менаџментот е продолжена врска со начинот и видовите на валоризација на спомениците на културата, односно на културното наследство. Управувањето или менаџментот на културното наследство непосредно зависи од директното финансирање, како и од приходите кои локалитетот ги остварува. Како најчести начини на финансирање на културното наследство се издвојуваат:

- **билети**, приходи кои се структурирани во зависност од сезоната, и видот на туристите;
- **лиценци**, за печатење на рекламен материјал, изработка на копии или сувенири и разновиден друг пропаганден материјал;
- **концесии**, локалитети кои се надвор од заштитената зона можат да постават туристичка опрема (продавници за сувенири, храна итн.);
закупници, поголем број од локалитетите, спомениците и сл. кои не се вбројуваат во групата на строго заштитени зони, можат да се дадат под закуп за одредени активности поврзани со некои туристички потреби (одржување манифестација, сместување, исхрана и сл.);
- **дозволи**, менаџерите на културната атракција можат да издаваат разни видови на дозволи за научни истражувања, за снимање на филмови, реклами итн.

Приватното менаџирање со културното наследство е во рацете на луѓето сопственици на разни приватни музеи, спомен соби и слично, лица кои со сопствени средства формирале разни видови музејски збирки (археолошки и етнографски збирки на носии, везови, предмети – садови, алати, орудија, оружја, накит, музички и други инструменти и сл.; колекционерски збирки на технички предмети – автомобили, мотори, радиоапарати; збирки на ситни предмети – филателија, разгледници, друг сите инвентар).

Република Македонија како земја со шареноликост на културните вредности, која грижливо води сметка за нивна валоризација во правец на развивање на културниот туризам. Како најзастапени видови на културни вредности и културен туризам можеме да ги издвоиме: археолошкиот, манастирскиот или религиозниот туризам, потоа музејски туризам и споменичен туризам.

Археолошки туризам, посета на добро организирани и уредени археолошки локалитети: Стоби, Хераклеја, Скупи, Стибера, Виничко кале, Баргала, Исар Марвинци, Самоиловата тврдина и други.

Религиски, манастирски туризам, посета и престој во мансатири: Св. Јован Бигорски, Св. Јован Осоговски, Св. Јован Претеча, Св. Богородица – Трескавец, Св. Богородица Претиста, Св. Наум итн.

Музејски туризам, посета на разни видови музеи и спомен соби во државна и приватна сопственост (етнографски државни и приватни музеи, Природонаучен музеј, разни спомен куќи, спомен соби, музејот на вода– Заливот на коските и сл.).

Споменичен туризам, посета на индивидуални споменици, спомен обележја (плочи, чешми и сл.).

Со оглед на тоа дека културниот туризам во Македонија е во своја почетна фаза, ќе мора да се формира стручно тело: Агенција, Центар или Комитет. Ваквото стручно тело ќе мора да се раководи и развива преку низа зацртани критериуми и мерки според кои ќе мора да се раководат и да ги применуваат сите заинтересирани субјекти што ќе сакаат да ја развиваат оваа форма на туризам. За секој споменик посебно, за секоја културна и друга манифестација која има елементи на културно наследство, треба да се изготви план за управување или менаџмент план, во функција на негово туристичко искористување. Стручното тело ќе треба да обезбеди инвентаризација, категоризација, стандардизација, вреднување, и осигура дека развојот на културниот туризам ќе се вклопува во зацртаните долгорочни стратегии во културата. Потоа, ќе мора да има важна улога и во контролата и мониторинг на спроведувањето на предложените менаџмент планови, особено во делот на обезбедувањето на спроведување на пропишаните стандарди за заштита.

Користена литература:

Никола В. Димитров (2010) Културно наследство, интерна скрипта, Штип

Сашо Коруновски (2006) Културно наследство, Охрид

Наум Целакоски и Сашо Коруновски (1999) Културно наследство, Охрид

Наум Целакоски (1997) Културата и туризмот, Охрид

Група автори (1995) Македонија - културно наследство, Скопје

Група автори (1984) Уметничкото богатство на Македонија, Скопје

Коста Балабанов, Антоние Николовски и Димитар Корнаков (1980) Споменици на културата на Македонија

Вилијам А. Хавиленд, Харалд Е. Л. Принс, Дејна Волрат, Бани Мекбрајт (2014) Антропологија – Предизвикот на човештвото. Ars Lamina

Емили А.Шулц, Роберт Х.Лавенда (2009) Културна антропологија - гледиште на човековата состојба. Просветно Дело

Клајв Гембл (2009) Основи на археологијата. Табернакул

КОМУНИКАТИВНОПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

СОДРЖИНА

ПРЕДГОВОР

1. КРЕАТИВНОСТ И ПРЕПОЗНАТЛИВОСТ
2. ТУРИСТИЧКА ПОРАКА И АПЕЛ
3. ТЕЛЕВИЗИСКА КАМПАЊА
4. ГРАФИЧКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ
5. АРАНЖМАНСКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ
6. НЕДВОРЕШНО РЕКЛАМИРАЊЕ
7. ДРУГИ ОБЛИЦИ НА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ
8. ИНТЕРАКТИВНИ НАЧИНИ НА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

ПРЕДГОВОР

Ракописот првенствено е наменет за кандидатите кои го полагаат предметот Комуникативно-пропагандна дејност, како дел од стручниот испит за стекнување сертификат за туристички водич, туристички придружник и раководител на туристичка агенција, испит кој се реализира на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип. Основна цел е да им помогне на кандидатите во совладувањето на најважните теми од областа на комуникативно-пропагандната дејност. Нивото и стилот на обработка на материјата се приспособени кон знаењата и потребите на кандидатите кои го полагаат овој стручен испит. Имајќи предвид дека ова е прво издание, не е исклучена можноста ракописот да има одредени недостатоци кои треба објективно да се согледаат и надминат во следното. За таа цел, секоја добронамерна сугестија и забелешка ќе бидат прифатени со посебно задоволство.

ОРГАНИЗАЦИСКА СТРУКТУРА НА РАКОПИСОТ

Ракописот методолошки е структуриран во осум целини во кои подетално е разработен наставниот материјал по предметот Комуникативно-пропагандна дејност. Во првиот дел акцентирани се најважните термини од темата која ја разработува проблематиката за креативност и препознатливост во туризмот. Во вториот дел посочени се примери за составување туристичка порака и туристички апел. Појаснувањата за значењето и примената на телевизијата како медиум за комуникација и промоција, се теми на третиот дел. Во четвртиот дел прикажани се примери преку кои се појаснети правилата и методологијата за изработка, како и потребата од примена на графичките средства за комуникативно-пропагандна дејност (флаери, постери, фотографии, статии, репортажи, туристички карти, водичи и брошури). Петиот дел е посветен на аранжманските средства на туристичка промоција, а во шестиот се елаборирани основните принципи на надворешното рекламирање. Во седмиот дел се анализирани други облици на пропагандна дејност, како: радио огласи, филм, спонзорство, сувенирски и контактни пропагандни средства. Последниот, осми дел дел ги анализира интерактивните начини на комуникативно-пропагандна дејност (веб-страници, графички веб-реклами, скок-прозорци, меѓупросторни веб-реклами, технологија на наметнување, платено пребарување во туристички цели, системи за препораки во туризмот, апликации за паметни телефони и технологија за носење).

ПЕДАГОШКИ ОДЛИКИ

Со цел на кандидатите да им се овозможи полесно совладување на материјата, разбирање на посложените поими и поврзување на теоретските и методолошките концепти со практиката, ракописот содржи неколку педагошки алатки:

- Секој дел започнува со краток преглед на содржината која е предмет на разработка истовремено поставувајќи ги целите на учењето кои треба да бидат совладани;
- Секој дел содржи примери кои имаат за цел сликовито да ја прикажат материјата и да ја доближат до кандидатите; и
- На крајот на секој дел, дадени се прашања за размислување и дискусија кои им овозможуваат на кандидатите да проверат дали целосно ја разбрале наставната материја.

1 ДЕЛ: КРЕАТИВНОСТ И ПРЕПОЗНАТЛИВОСТ

ПРЕГЛЕД КРЕАТИВНОСТ И ПРЕПОЗНАТЛИВОСТ

1. Креативност
2. Креатива
3. Препознатливост на туристичката дестинација

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

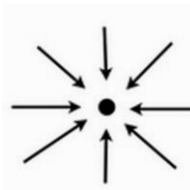
- Да го дефинирате поимот креативност;
- Да ги знаете развојните фази на креативноста;
- Да ги знаете основните методски начела на создавање креативност во туризмот; и
- Да создадете креатива.

1. КРЕАТИВНОСТ

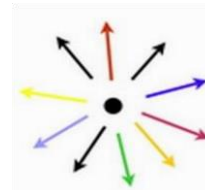
Креативност (*creativity*, латински *creo* што значи *создава, прави*) претставува способност да се пронајдат нови решенија, создавање нови ставови и идеи кои се прифатени како нешто што има социјална, духовна, естетска, научна или техничка вредност (производ, решение, дело, итн.), т.е. создавање дело кое не само што е ново туку е и корисно.

Основа на креативноста е човековото размислување, кое може да биде: (i) Аналитичко размислување, и (ii) Интуитивно размислување, кое има карактеристика на креативност.

Иако креативноста има допирна точка со интелигенцијата (која е поврзана со конвергентното размислување кое означува давање точен одговор на некое прашање или проблем и нема позначајна креативност - слика 1), сепак за креативноста се вели дека е поврзана со дивергентното размислување според кое целта на размислувањето не е толку јасно определена и конечната активност не се состои во тоа постепено да се дојде до таа цел, туку се истражуваат можните цели, односно давање повеќе решенија за група проблеми - слика 2).



Слика 1.
Конвергентно
размислување



Слика 2.
Дивергентно
размислување

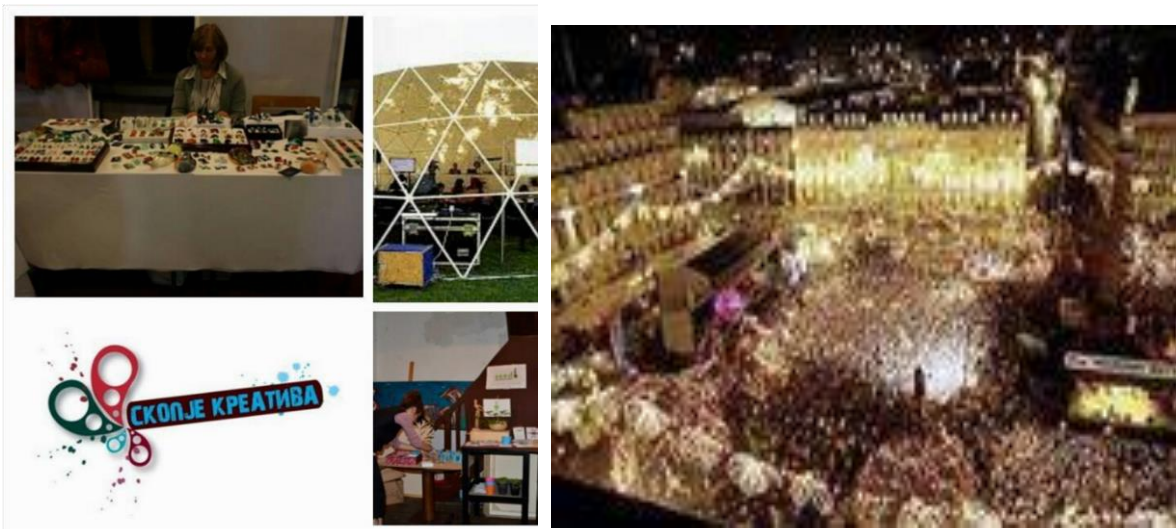
Креативност во промоцијата е вештина на создавање нови, едноставни, оригинални и соодветни идеи кои можат да се применуваат како решенија за комуникациските проблеми.

Креативниот начин на размислување е функција на голем број способности и состојби на човекот. Знаењето, со одреден кофициент на интелигенција и перцепција ги дава основните конститутивни рамки на креативната личност. На нив се надоградуваат имагинативноста, флексибилноста во размислувањето, толерантноста и комуникациската способност.

Фази на креативноста се: Подготовка (прибирање информации за решавање на проблемот); Инкубација (развивање идеи); Претчувство (креативната личност претчувствува дека е блиску до решението); Илуминација (пронаѓање решенија); и Верификација (проверка на идејата).

Креативност во туризмот означува креирање нова, оригинална и препознатлива туристичка понуда, што резултира со развој на: креативни настани (фестивал, модна ревија, изложба и сл. – слика 3), креативни простори (специфични карактеристики на дадено место – слика 4) и креативен туризам (автентично доживување со земање учество или учење уметност, наследство или нешто друго што е карактеристично за местото, пр. производството на парфеми, резба, фотографија, традиција и обичаи и сл. – слика 5).

Креативноста во туризмот придонесува во создавањето препознатливост на туристичката дестинација.



Слика 3. Креативен настан



Слика 4. Креативен простор



Слика 5. Креативен туризам

2. КРЕАТИВА

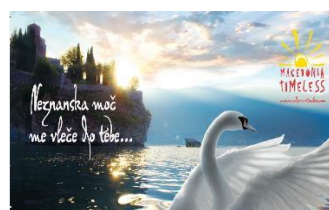
Креатива е секвенца која служи како лајт-мотив во привлекување внимание. Во продолжение е прикажан примерот на развиена креатива за Македонија за 2013 година, при што се користени мисли (реченици) од познати поети во конкретните земји кои се прифатени и добро познати. Така, како креатива за привлекување туристи од Албанија и Косово, искористена е реченицата “И таму се раѓа насмеано сонцето...” (слика 6) од поетот Наим Фрашери кој ја има опеано Македонија и буквално им доловува на Албанците што можат да очекуваат при посета на нашата земја. Во Хрватска, музичарот Дадо Топиќ во својата песна „Македонија“ ја доближува Македонија до Хрватите со реченицата “Таму каде што сонцето вечно сјае” (слика 7). Во Словенија, „Непозната мој ме влече кон тебе“ (слика 8) им порачува познатиот поет Симон Грегориќ, со што се праќа апел за привлекување туристи од Словенија. Во Бугарија (слика 9) е искористен цитат од поетот Иван Варзов „Од соседната градина јоргованот ми замириса“, со што се повикува на посета на Македонија. Како креатива за настап на други потенцијални пазари надвор од регионот, користена е реченицата “Where the sun eternally shines” (слика 10) која за настап на пазарот во Полска е преведена на полски јазик (слика 11).



Слика 6. Креатива на албански јазик



Слика 7. Креатива на српски /хрватски јазик



Слика 8. Креатива на словенечки јазик



Слика 9. Креатива на англиски јазик



Слика 10. Креатива на полски јазик



Слика 11. Креатива бугарски јазик

3. ПРЕПОЗНАТЛИВОСТ НА ТУРИСТИЧКАТА ДЕСТИНАЦИЈА

Препознатливост во туризмот означува креирање урамнотежена и реална слика за дадена дестинација. Најважни елементи на препознатливост се: *Лого* - камен темелник на визуелната презентација и еден од клучните фактори за успех (слика 12); *Симбол* - елемент кој веднаш асоцира на препознатливост и единственост (пр: Статуата на слободата - Њујорк; Ајфеловата кула - Париз; Самоилова тврдина - Охрид итн.); *Слоган* - кратка фраза која носи описни или убедливи информации кои иницираат желба и акција за патување и престој (пр: Смеј се, во Шпанија си!, Македонија вечна! Откриј ја Америка! итн.); *Џингл* - музички слоган кој помага да се изгради свест за дестинацијата; *Интернет адреса*; *Пакување*; *Лица* преку кои ќе се биде препознатлив; итн.



Слика 12. Туристички логоа

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Обидете се да осмислите креатива за различна дестинација (атракција, локација, настан, место, град, хотел, ресторан, регион, земја и сл.). За олеснување, размислете и одговорете на следните прашања: Што ми се допаѓа во однос на дестинација?; Каква е таа?; Кои чувства ги побудува во мене?; Како би ја опишал/а дестинацијата во една реченица?; Што е она што ја прави оваа дестинација поразлична од другите? Добиените одговори искористете ги како почетна основа во креирањето креатива и препознатливост.
2. Размислувајте за симболите и слоганите на дел од околните земји (пример: Србија, Бугарија, Црна Гора, Албанија, Словенија и сл.). Направете анализа на сличностите и разликите меѓу нив, и споредете ги со елементите на препознатливост (официјалното лого, симбол, слоган итн.) од Македонија.
3. Анализирајте ги поделно елементите кои ја сочинуваат препознатливоста на местото/градот каде што живеете, регионот во кој припаѓате (Скопски, Источен, Југоисточен, итн.) и Македонија како туристичка дестинација.

2 ДЕЛ: ТУРИСТИЧКА ПОРАКА И АПЕЛ

ПРЕГЛЕД ТУРИСТИЧКА ПОРАКА И АПЕЛ

1. Туристичка порака
2. Туристички апел

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

- о Да дефинирате што е туристичка порака и кои се нејзините основни елементи;
- о Да креирате туристичка порака;
- о Да објаснете што е туристички апел; и
- о Да креирате туристички апел.

1. ТУРИСТИЧКА ПОРАКА

Туристичката пропагандна порака (слика 13) е централен и суштински елемент во процесот на комуникација помеѓу носителите на туристичката понуда и потенцијалните туристички потрошувачи. Во техничка смисла, пропагандната порака е збир на симболи и знаци со кои е изразена замислата, ставовите и интересот на пропагаторот. Во суштинска смисла, пропагандната порака е идеја која треба да се изрази, осмисли, прикаже и претвори во акција. Таа ги известува потенцијалните туристи за производот, настанот или туристичкото подрачје преку различни медиуми за масовно комуницирање.

Основни претпоставки за ефикасна туристичка пропагандна порака:

1. Да привлече *внимание* - Тоа може да се постигне преку: изразување новина во однос на конкуренцијата; големина на пропагандното средство; боја, илустрација, наслов; постојано повторување; истакнување на квалитетот/цената; комбинација на различни средства итн.;
2. Да буди *потреба* кај потрошувачот т.е. да ги активира постојните желби, но и да ги поттикне и развие скриените желби и мотиви. За таа цел се користат разновидни апели за: љубов, дружба, пријателство, спорт, штедење, здравје, удобност итн.; и
3. Да предизвика *акција* во насока на донесување одлука за купување на производот или услугата што се промовира, посета на објектот, атракцијата, градот, земјата и сл. Често пати за да се иницира потрошувачот на акција потребно е да му се достават дополнителни и пошироки информации во фоема на проспекти.

2. ТУРИСТИЧКИ АПЕЛ

Апел претставува поттик, мотивирачка сила, идеја содржана во пропагандната порака која ги буди и активира желбите, чувствата и нагоните на потенцијалните туристи. Целта на апелот е да предизвика импулс за купување на пропагираниот производ или услуга. Туристичкиот апел е составен дел на туристичката порака. Притоа:

- Туристичкиот апел може да биде презентирани во насловот на туристичката порака, и во тој случај треба веднаш да го привлече вниманието на јавноста. Може да укаже на користа од производот што се промовира, или пак преку провокативно прашање да предизвика внимание;
- Туристичкиот апел може да биде презентирани во поднасловот на туристичката порака, во случај таа да е подолга и содржински комплексна. Целта на апелот и понатаму останува иста, но сега го зајакнува насловот истакнувајќи ги основните аргументи за купување на производот што се промовира.
- Туристичкиот апел може да е содржан во слоганот кој често е дел од туристичката пропагандна порака. На јасен и едноставен начин кој е лесно да се запамети, се мотивираат и привлекуваат потенцијалните потрошувачи. Како голема помош во подобрување на впечатливоста на апелот се применуваат разновидни визуелни дополнувања, како: фотографија или цртеж, типографија (избор на букви кои ја заокружуваат ликовната естетска целина на туристичката порака), боја, звучни ефекти (кај ТВ и радио-оглас), илуминација, компјутерски ефекти и сл.

Се среќава широка лепеза апели кои се темелат првенствено на психичките особини и процеси на потенцијалните потрошувачи со намера да се предизвика промена на ставот и однесувањето во насока која е од интерес на пропагаторот. Најчести пропагандни апели кои се применуваат во туристичката промоција се апелите за: љубов, патување, сознание, дружење, спорт, одмор, забава, музика, секс, апетит, здравје, убавина, сигурност и сл. (слика 13).



Слика 13. Туристичка порака и апел

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Објаснете ги разликите меѓу туристичка порака и туристички апел.

2. Креирајте туристичка порака (пример: за местото/регионот/земјата во кои живеете, омилените ресторани/кафуле, омилената угостителско-туристичка услуга итн.). За олеснување, размислете и одговорете на следните прашања: Што сакам да му пренесам на туристот?; Со кои симболи и знаци можам најдобро да ги изразам замислата, ставовите и интересите?; Како најлесно идејата да ја пренесам во акција?. Добиените одговори искористете ги како почетна основа во креирањето оригинална туристичка порака. Истовремено внимавајте туристичката порака да поттикне интерес за содржината применувајќи адекватен текст, ликовно решение, боја, хумор, фантазија и сл. Внимавајте пораката да е разбирлива, веродостојна, соодветна на потребите, мотивите и интересите на оние кому им е наменета.
3. Креирајте туристички апел (пример: за местото/регионот/земјата во кои живеете, омилените ресторани/кафуле, омилената угостителско-туристичка услуга итн.). Стартувајте од сознанието дека апелот е мотив со кој треба да го поттикнете туристот да ја „примети, осознае и впије“ туристичката порака, и истовремено да иницира акција за купување на производот што се промовира.

3 ДЕЛ: ТЕЛЕВИЗИСКА КАМПАЊА

ПРЕГЛЕД ТЕЛЕВИЗИСКА КАМПАЊА

1. Телевизијата како медиум за комуникација
2. Телевизиски кампањи
 - 2.1. ТВ проект „Македонија Вечна“
 - 2.2. ТВ проект „Истражи ја Македонија“

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

- о Да знаете да појаснете како телевизијата се користи како медиум за комуникација; и
- о Да ги осознаете предностите и недостатоците на анализираните телевизиски кампањи.

1. ТЕЛЕВИЗИЈАТА КАКО МЕДИУМ ЗА КОМУНИКАЦИЈА

Телевизијата е емитувачки медиум кој најпрво служел како доминантна форма на забава на семејствата, кој од 1941 година со емитувањето на првата реклама за часовниците Vulova, се користи како медиум за пропаганда. Најголемата предност е можноста која ја дава за презентирање на пораката преку слика и звук со креативна флексибилност создавајќи вистински, возбудливи прераскажувања за одреден производ, услуга, настан, место, дестинација итн. Телевизијата како медиум се користи за пренесување и креирање расположение, упатување апел и иницирање акција.

Промоцијата преку телевизискиот медиум овозможува пораката да допре до пошироката публика, па речиси секој, независно од возраста, полот, приходот или степенот на образование, гледа барем некои телевизиски емисии и програми. Има наметнувачки карактер бидејќи промоцијата им се наметнува на гледачите во времето кога ги гледаат своите омилените програми. Иако се смета за неселективен медиум

бидејќи е тешко да се допре до точно определен сегмент од пазарот, сепак преку содржината на програмата, времето на емитување и географското покривање се прави одредена селективност и насоченост.

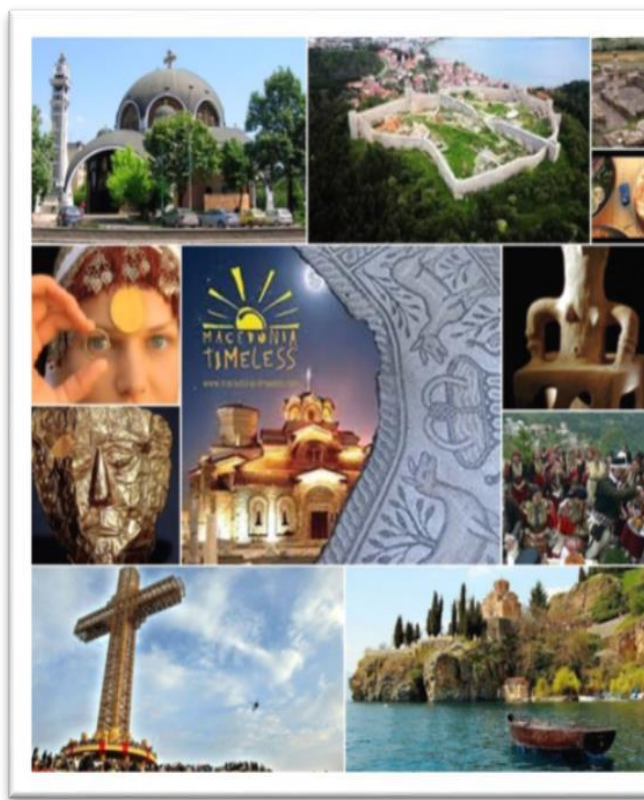
Телевизијата како медиум е важна за развој на туризмот. Визуелните содржини кои се пренесуваат се во различни форми, вклучувајќи делови кои се фокусираат на гастрономијата, релаксацијата, објектот, културното наследство, активниот одмор итн. Често се случува познати јавни личности да се прикажат како гости во привлекувањето интерес за посета на даденото место. Сепак, да се прикаже најдоброто од туристичката дестинација во многу кратко време значи многу слики и видео клипови кои оставаат без здив и предизвикуваат внимание и акција кај гледачите.

Предности на телевизијата како медиум се: креативност и влијание; покривање; ефективност на трошокот; задржување на вниманието; селективност и флексибилност.

Ограничувања на телевизијата како медиум: скап медиум; кратка порака; премногу пораки се натпреваруваат да го привлечат вниманието; ограничено внимание на гледачите; сомнеж и недоверба.

2. ТЕЛЕВИЗИСКИ КАМПАЊИ

2.1. ТВ проект „Македонија Вечна“ (Macedonia Timeless),



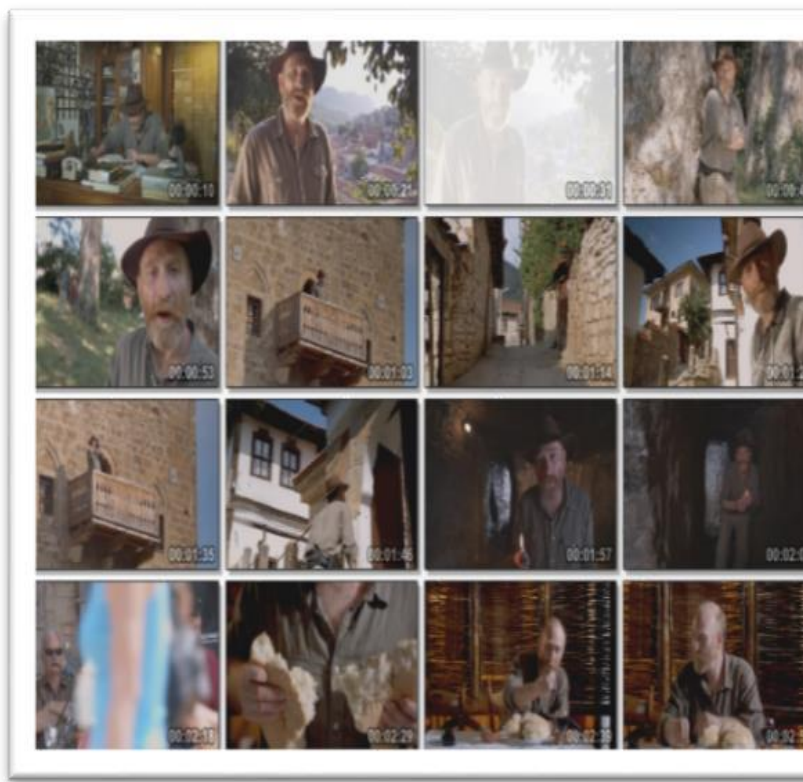
ТВ проектот „Македонија Вечна“ претставува серија од промотивни туристички видеа за Македонија со основна цел промоција на туристичките можности на Македонија (слика 14). Проектот е во целост финансиран од Владата на РМ. Првото видео од серијата е со траење од 60 секунди и чини околу 190,000 евра. На позадинска музика од преработена верзија на традиционалната Македонска песна „Учи ме мајко, карај ме“, видеото почнува со татко кој ѝ чита книга на ќерка си пред заспивање. По отварањето на книгата, се појавува монтажа од повеќе локалитети и археолошки откритија во Македонија.

Слика 14. Сцени од ТВ проектот „Македонија Вечна“

Записот премиерно е прикажан во 2008 година, објавен е на 9 странски јазици, а е прикажан и на CNN и CNN International. Videoto доби позитивна критика од Bradt Travel Guides и освои прва награда на меѓународниот фестивал за туристички филм во Варшава Полска. По ова видео следуваат два генерални записа, а по нив специфичните видеа: Храмови, Охрид-Град на светлината, Македонско Вино, Македонска Храна и други.

2.2. ТВ проект „Истражи ја Македонија“

ТВ проектот „Истражи ја Македонија“ започна во 2011 година и е финансиран од Владата на РМ, со основна цел поттикнување и развој на домашниот туризам преку промовирање на различни туристички дестинации во Македонија. Низ 28 промотивни видеа (слика 15), домашното население ја запознава земјата побудувајќи интерес за патување и престој. Секое видео претставува запознавање со одреден регион или место кое е помалку посетено.



Така, претставени се: Иса Бегова џамија, Матка, Скопје, Кокино, Куклица, Кратово, Пробиштип, Берово, Вељуса, Струмица, Дојран, Крушево, Зрзе, Дебар и Косоврасти, Рајчица, Тресонче и Лазарополе, Брајчино, Ресен, За Битола со воз, Скрбатно, Демир Капија, Бегниште, Јанче, Шар Планина, Струга, Мариово, Трескавец и Галичник. Покрај убавините на местата, дадена е и кратка историја, интересни факти, локални специјалитети и препораки за посета.

Слика 15. Сцени од ТВ проектот „Истражи ја Македонија“

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Појаснете го историскиот развој на телевизијата како медиум. Образложете ги предностите и ограничувањата во комуникативнопропагандни цели.
2. Размислете за актуелната телевизиска кампања за туристичка промоција на градот во кој живеете. Дадете предлози и идеи за нејзино унапредување.
3. Анализирајте и дискутирајте по однос на најкарактеристичните визуелни ефекти кои се применети во ТВ проектот „Македонија вечна“.
4. Анализирајте и дискутирајте по однос на најкарактеристичните визуелни ефекти кои се применети во ТВ проектот „Истражи ја Македонија“.

4 ДЕЛ: ГРАФИЧКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНОПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

ПРЕГЛЕД ГРАФИЧКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

1. Графички средства за комуникативна-пропагандна дејност - поим и видови
2. Флаер
3. Постер
4. Фотографија
- 4.1. Разгледница
- 4.2. Фото-албум
- 4.3. Фото-монографија
5. Статија
6. Репортажа
7. Туристичка карта
8. Водич
9. Проспект

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

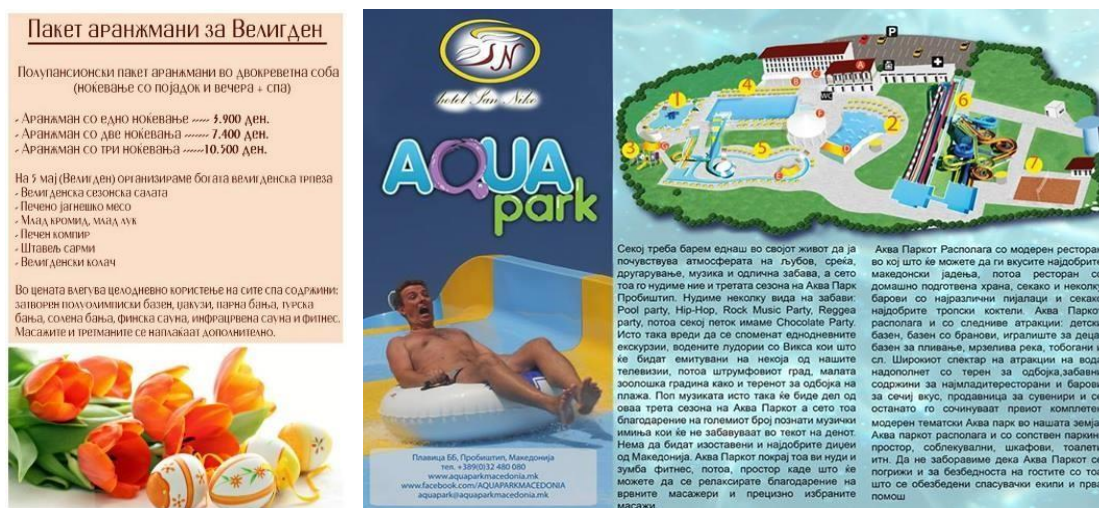
- o Да знаете да ги појаснете карактеристиките на основните графички средства кои се користат за комуникативно-пропагандна дејност; и
- o Да ги имате осознаено основните начела на изработување флаер, постер, фотографски-графички средства, туристичка карта, водич и проспект, како и да ги знаете основните сличности и разлики помеѓу нив.

1. ГРАФИЧКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

Графичките средства кои се применуваат во комуникативно-пропагандната дејност се изработуваат со графичка постапка која може да биде штампарска, фотографска или цртачка. Најчесто се користат самостојно т.е. без посредување на некој друг медиум. Делуваат преку визуелните ефекти како што се сликата, текстот или цртежот. Постојат различни видови графички средства кои се користат за туристичка промоција, меѓу кои најчести се: флаер, постер, фотографија (разгледница), статија, репортажа, туристичка карта, водич и проспект.

2. ФЛАЕР

Флаерот (слика 16) е едно од најчесто применуваните графички средства за комуникативно-пропагандна дејност. Иако често се поистоветува со проспект, сепак се разликува од него првенствено по големината и деталноста на информациите кои се претставени. Може да се печатат еднострано или двострано (најчесто двострано бидејќи може да се стави повеќе текст и да делува поефикасно иако тоа значи и поголеми печатарски трошоци). Истовремено, флаерот може да биде со различни големини. Доколку се изработуваат 2 флаери од еден табак со формат А4, се добива флаер со големи димензии и прилично скап, кој обично се подготвува за посебни настани. Доколку се изработуваат 4 флаери од еден табак со формат А4, тогаш се добива идеална големина со доволно простор за информации и оптимални трошоци. Доколку пак, се изработуваат 8 флаери од еден табак со формат А4, се добива флаер со многу мали димензии, кој иако е најевтин, сепак поради многу ограничениот простор е премал и тежок за читање. Често пати флаерот може да има формат со превиткување (како армоника) пришто делува поефикасно и е попрактичен за носење.



Слика 16. Флаери

3. ПОСТЕР

Постер (плакат) е еден од најефикасните средства за комуникативно-пропагандна дејност кој најчесто се поставува (лепи) на прометни јавни места (излози, улични паноа, деловни простории, пазари, сообраќајни крстосници, итн.). Целта на постерот е да предизвика внимание кај јавноста, да го задржи вниманието, да биде меморирана информацијата која се пренесува и да иницира акција по однос на објавената вест. Иако навидум изработката на постерот делува едноставно, сепак бара инвентивност, креативност и стручност. При изработка на постерот пожелно е да се појде од следното:

- Постерот да содржи јасна основна идеја без деталзирање. Треба да е забележителен и со лесно разбирлива пропагандна порака и апел што најчесто се постигнува со атрактивно графичко и ликовно решение, јаки бои и голем формат;

- Постерот е само „предвесник“ на настанот што следи, па оттука промотивната активност треба да продолжи со вклучување друг медиум во насока на комплетирање на психолошкото дејствување. Во спротивно успехот на плакатот како осамено пропагандно средство неминовно изостанува; и
- Постерот треба да биде поставен на фреквентно јавно место за да може да се оствари планираниот контакт помеѓу него и луѓето. Понекогаш се практикува постерите да се ставаат во внатрешноста на превозните средства заради можност за непосреден контакт.

Со постерите се промовираат нови туристички места, објекти или услуги, може да се најават значајни културни, спортски и други манифестации, да се даде известување за нови, специјални аранжмани, да се потсети јавноста за постоењето на одреден производ, услуга, настан или најава на некоја позната личност, предавање и сл. (слика 17).



Слика 17. Постери

4. ФОТОГРАФИЈА

Фотографиите (слика 18) може да се третираат како самостојно средство на комуникативно-пропагандна дејност, но исто така се составен дел и на флаерот, постерот, проспектоот, водичот и други пропагандни средства. На фотографиите пораката се пренесува исклучиво само со помош на визуелните ефекти. Притоа, фотографиите може да бидат во боја или црно-бели, и со различни формати и мотиви. На нив често се прикажуваат најатрактивните туристички мотиви од туристичката локација, место или настан, или пак се доловуваат детали од одреден карактеристичен мотив по кој туристичката локација, местото или настанот се препознатливи. Од друга страна, со фотографијата може да се отсликаат и услужни објекти (особено ентериерот), или пак момент од некој настан. Фотографијата може да се јави во неколку „самостојни“ форми, како: разгледница, фото-албум и фото-монографија.



Слика 18. Фотографии

4.1. РАЗГЛЕДНИЦА

Разгледницата (слика 19) спаѓа во групата графички средства за комуникативнопропагодна дејност, поконкретно во фотографиите. *Разгледницата* е трајно средство на туристичката пропаганда кое не само што не го губи своето значење и вредност по многу години, туку може да делува и како документирано средство особено за места и подрачја кои се развиваат со брзо темпо и во кои се видоизменува ликот. Не можат да бидат самостојно средство на туристичката пропаганда, но, со оглед на комерцијалниот ефект и сувенирското значење добиваат посебна важност и голема примена како дополнително пропагодно средство.



Слика 19. Разгледници

4.2. ФОТО-АЛБУМ

Фото-албумот претставува колекција (збирка) фотографии кои служат како документиран спомен на некој момент, настан, збиднување, личност и сл. Во туристичката промоција примена наоѓаат и он-лајн фото-албумите кои лесно се креираат и постираат, а преку кои најчесто се споделуваат искуства од патување, престој, доживување и сл. Речиси неминовно е секој угостителскотуристички објект да има креирано фото-албум со различни детали од својата понуда, најчесто прикажувајќи ја сместувачката, гастрономската, спортскорекреативната и анимациската понуда. Ако се има предвид фактот дека една фотографија заменува 1,000 зборови, тогаш еден фото-албум може да придонесе во унапредување на работењето на деловниот субјект многу повеќе од било кое друго пропагодно средство.

4.3. ФОТО-МОНОГРАФИЈА

Фото монографија е комплексна збирка на голем број фотографии, најчесто уредени според одредена тема и повод. Изработката е поврзана со високи трошоци посебно за печатење, па оттука сè помалку се изработуваат. Монографијата најчесто се дистрибуира како подарок за деловни партнери или посебни гости, а може и да се најдат во слободна продажба како сувенири. Во услови кога дигиталните фотографии доминираат, фото-монографијата сè поретко се среќава.

5. СТАТИЈА

Статија (слика 20) е краток текст во кој се изнесува став, видување и размислување за различни теми и области. Може да има информативен или потсетувачки карактер и вообичаено се објавува во специјализирани печатени списанија (слика 21) или на интернет портали. Статијата многу често се применува во туристичката промоција. Најчесто текстот е пропратен со слика, цртеж или илустрација поврзана со текстот, кои го олеснуваат читањето и помагаат напишаното полесно да се разбере.



Слика 20. Статии за туризам



Слика 21. Специјализирани списанија за туризам

6. РЕПОРТАЖА

Репортажата (слика 22) обработува различни туристички теми при што на новинарски начин се објавуваат нови содржини во понудата на постојните локалитети и туристички места, се известува за нови поатрактивни туристички региони, доживувања и сл. Репортажата се објавува во дневен печат, ревија, стручни туристички списанија, интернет портали и сл., а може да биде платена и бесплатна (во тој случај се работи за промотивниот облик публицитет). Основна разлика со статијата е што репортажата е многу подолга, подетална и обилува со многу слики.



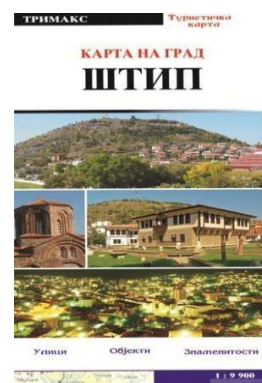
Слика 22. Репортажи

7. ТУРИСТИЧКА КАРТА

Туристичката карта (слика 23) спаѓа во најкомплексните ликовно-илустративни облици на графичките средства. Потребно е да се прави разлика меѓу географска карта, план на туристичко место, регион и подрачје и картографска скица на одделен регион, место и објект. Туристичката карта е скапо средство на графичка пропаганда, но и покрај тоа најчесто се дистрибуира

бесплатно со оглед на големото значење за пласман на туристичката понуда на една земја или некое помало

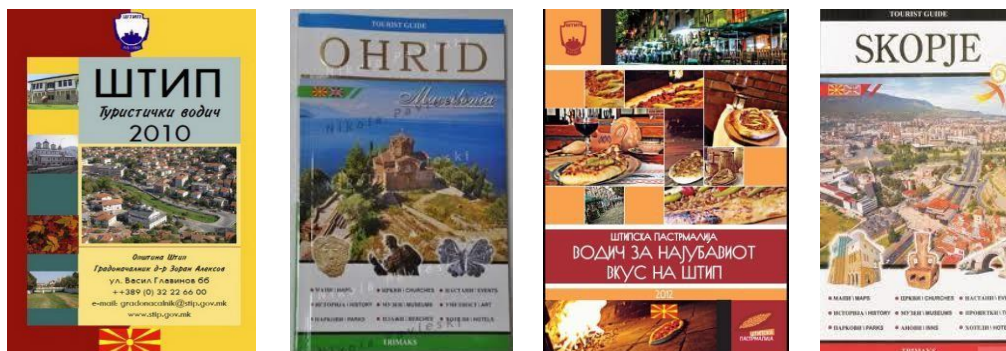
подрачје.



Слика 23. Туристичка карта

8. ВОДИЧ

Водичите (слика 24) се специфични форми печатени публикации кои често се применуваат во туризмот. Туристичките водичи се поопсежно и покомплексно издание на проспектот во кои е содржана вкупната понуда на туристичкото подрачје, локалитетите или туристичките реткости.



Слика 24. Туристички водичи

9. ПРОСПЕКТ

Проспектот (слика 25) е основен облик на графичка пропаганда во туризмот кој во туристичката промоција може да делува самостојно. Во него се содржани текст и илустрации со кои се информираат и поттикнуваат потенцијалните туристи. По правило, сликите имаат доминантно место и улога, додека текстот се јавува како дополнителен и помага во искажувањето на пораката. Во туризмот, со проспект може да се промовира услуга, туристичко место, регион, земја, објект, настан итн. Тој се разликува од водичот по обемот, начинот на прикажување на текстот (информацијата) и литературната вредност. Проспектот може да биде со различна форма и големина, да се превиткува на различни начини и да биде изработен во различни техники кои може да се повеќе или помалку луксузни.



Слика 25. Проспекти

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Дискутирајте како треба да биде направен постер преку кој ќе промовирате објект, настан или некоја угостителско-туристичка услуга од Вашето место на живеење.
2. Направете разлика помеѓу статија и репортажа, помеѓу туристичка карта и географска карта, и помеѓу проспект и флаер.
3. Размислете и дискутирајте за графичките средства за комуникативнопропагандна дејност кои ги користи вашето место, регион, земја.

5 ДЕЛ: АРАНЖМАНСКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

ПРЕГЛЕД АРАНЖМАНСКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНОПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

1. Аранжмански средства за комуникативно-пропагандна дејност – поим и видови
2. Саеми
3. Изложби
4. Манифестации

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

- о Да знаете да ги појаснете карактеристиките на основните аранжмански средства кои се користат за комуникативно-пропагандна дејност; и
- о Да ги осознате основните начела на туристичка промоција преку саеми, изложби и манифестации.

1. АРАНЖМАНСКИ СРЕДСТВА ЗА КОМУНИКАТИВНОПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

Во аранжмански средства за комуникативно-пропагандна дејност влегуваат меѓусебе различни средства по облик, карактеристики и намена. Тие се користат за да ја дополнат пропагандната акција на другите групи пропагандни средства, да ја збогатат и да ја направат поразновидна. Станува збор за обликуван, аранжиран простор како пропагандно средство, и тоа: саеми (штандови и павиљони), изложби (изложбен простор), манифестации, излози, ентериер и сл.

2. САЕМИ

*Саеми*те за туризам спаѓаат во редот на најзначајните средства на туристичка промоција. Тоа се места каде се среќаваат сите заинтересирани лица од туризмот, и генерално на нив се презентираат туристички пропагандни материјали. Може да имаат национален или интернационален карактер, да бидат општи или насочени на поодделни туристички дестинации. Од посебно значење за промовирање на туризмот се меѓународните саеми (слика 26). На саемиите за туризам, покрај изложбениот дел се одвиваат и различни актуелни стручни програми, забавни содржини за публиката, презентации и промоции на туристички дестинации и услуги. Истовремено, се остваруваат директни средби, контакти и преговори со постојните и потенцијалните партнери и корисници на туристички аранжмани, се организираат работилници, средби со туроператори и туристички агенции итн.



Слика 26. Саеми за туризам

3. ИЗЛОЖБИ

Изложбите се аранжмански средства за комуникативно-пропагандна дејност кои имаат за цел дополнување и збогатување на пропагандната акција. Најчесто во Македонија се одржуваат гастрономски изложби каде преку презентирање на традиционалните обичаи, гастрономијата и фолклорот се претставуваат културните вредности на местото или поширокиот регион каде што се одржуваат (слика 27 и 28.). Во оваа група спаѓаат и ревиите каде покрај прикажувањето на најновите модни достигнувања, се промовира и дестинацијата како центар на модата за тој регион (слика 29 и 30).



Слика 27. Дојран Гурман-фест



Слика 28. Туристичко-гастрономска изложба на ФТБЛ – Гевгелија



Слика 29. Денови на мода - Штип

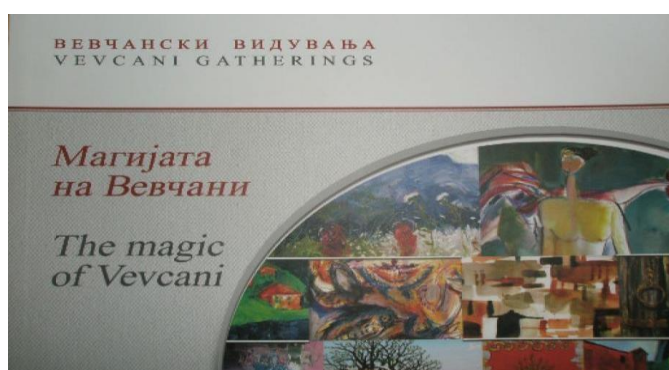


Слика 30. Моден викенд Скопје

4. МАНИФЕСТАЦИИ

Манифестациите (слика 31 и 32) се облик на комуникативно-пропагандна дејност од групата аранжмански средства, кој особено добива на значење со можноста да делува во насока на продолжување на туристичката сезона. Генерално, постојат три вида манифестации:

- Манифестации на кои освен активните учесници присутни се и други посетители, како: саеми, фестивали, спортски и уметнички приредби и сл.;
- Манифестации на кои новинарите (печат, радио, ТВ) се важна категорија посетители, како: конгреси, конференции, симпозиуми и сл.
- Спрецијализирани пропагандно-туристички приредби кои се темелат на изворниот фолклор, традицијата и обичаите, како: карневали, реви, етнофестивали итн.



Слика 31. Манифестација „Вевчански видувања“ - Берово



Слика 32. Етно Сквер Фестивал

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Дискутирајте кои се сличностите и разликите помеѓу саем, изложба и манифестација како аранжмански средства за комуникативнопропагандна дејност.
2. Анализирајте некоја манифестација од Македонија, пример: Галичка свадба, Струмички маскенбал, Варење ракија во Валандово, Пијанечка свадба во Делчево, Вевчански карневал, Пиво фест во Прилеп, Охридско Лето, Балкански фестивал во Охрид, Мајски оперски вечери во Скопје итн.
3. Анализирајте и дискутирајте околу предностите кои ги нуди некој саем за туризам (пример: меѓународен саем за туризам „Скопје Травел Маркет“) за учесниците на саемот (организатори и посетители). Предложете мерки и активности за унапредување на ефектите од саемите.

6 ДЕЛ: НАДВОРЕШНО РЕКЛАМИРАЊЕ

ПРЕГЛЕД НАДВОРЕШНО РЕКЛАМИРАЊЕ

1. Надворешно рекламирање – поим и карактеристики
2. Огласни плочи (билборди)

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

- о Да ги знаете основните карактеристики на надворешното рекламирање; и
- о Да ги имате осознаено основните начела на изработка огласни плочи.

1. НАДВОРЕШНО РЕКЛАМИРАЊЕ

Надворешното рекламирање може да биде со примена на традиционални и нетрадиционални надворешни медиуми (Табела 1).

Табела 1. Видови надворешни медиуми

Традиционални	Нетрадиционални		
<ul style="list-style-type: none">- Билборди- Објавувања и огласи- Постери- Спектакуларни изложувања- Сидни слики- Пластифицирани постери	<ul style="list-style-type: none">- Алтернатива	<ul style="list-style-type: none">- Уличен мебел	<ul style="list-style-type: none">- Со превозни средства
	<ul style="list-style-type: none">- Арена и стадион- Воздушни- Одмаралишта и летувалишта- Дигитални медиуми	<ul style="list-style-type: none">- Настрешници- Продавници и излози- Трговски центри- Урбан мебел- Киосци	<ul style="list-style-type: none">- Автобуси- Аеродроми- Метроа и железници- Страни на камиони- Такси возила

Предности на надворешно Ограничувања на надворешно рекламирање се:
рекламирање:

- о Широка покриеност на локалните пазари;
- о Неупотреблива покриеност;
- о Ограничена способност на пораќата:
 - Зачестеност;
 - Креативност;
 - Заситеност;
 - Способност да се создаде
 - Цена;
 - Свест; и
 - Непрецизност во мерењето на
 - Ефективност, досегот и сл.

2. ОГЛАСНИ ПЛОЧИ (БИЛБОРДИ)

Огласните плочи (билборди) се ликовно обработени огласни површини истакнати на плочи со различен формат. Најчесто се поставуваат покрај автопат, раскрсница, улица и сл, а со нив се пропагира туристички настан, локација, објект, локалитет, дестинација итн. (слика 33). Нивната големина повеќе не се ограничува само на стандардни големина и две диманзии, туку се користат 3-Д форми и додатоци. Огласните плочи може да бидат и во дигитална форма така што може да се прикажат повеќе реклами на еден ист простор.



Слика 33. Огласни плочи (билборди)

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Дискутирајте, анализирајте и коментирајте за надворешното рекламирање во вашата блиска околина за случаи поврзани со промовирање на било каков туристички настан, локација, објект, локалитет, дестинација итн.
2. Анализирајте различни случаи на надворешно рекламирање со традиционални и нетрадиционални медиуми.

7 ДЕЛ: ДРУГИ ОБЛИЦИ НА КОМУНИКАТИВНОПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

ПРЕГЛЕД ДРУГИ ОБЛИЦИ НА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

1. Други облици/форми на комуникативно-пропагандна дејност – поим и карактеристики
2. Радио-огласи
3. Спонзорство
4. Контактни пропагандни средства
5. Сувенирски пропагандни средства

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

- о Да ги знаете основните карактеристики и намената на другите облици на комуникативно-пропагандната дејност;
- о Да ги имате осознаено основните начела на подготвување радио-оглас;
- о Да ги имате осознаено основните карактеристики на спонзорството, контактните пропагандни средства и сувенирските пропагандни средства.

1. ДРУГИ ОБЛИЦИ НА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

Често пати основните облици на комуникативно-пропагандна дејност се надополнуваат со други облици кои се во насока на поддржување и унапредување на актуелната промоција. Покрај графичките, аранжманските и интерактивните средства и начини за туристичка промоција, се применуваат и: радио-огласи, спонзорство, сувенирски пропагандни средства и контактни пропагандни средства.

2. РАДИО-ОГЛАСИ

Радио-огласите имаат аудитивен карактер бидејќи се темелат на звучна порака комбинирајќи говор, звуци, шумови и музика. Радио-огласите се застапени во туристичката промоција поради големиот потенцијален домет на радиодифузната мрежа. Предност е што пораката може да се пренесе до слушателот во секое време од денот и ноќта, но најголема слабост е што доколку слушателот не ја разбрал емитираната порака треба да чека истата повторно да се емитира.

Најчесто радиото се користи за пропагирање на локално и национално ниво од страна на пропагаторите (угостителски објекти, туристички агенции и сл.) кои со мали средства продуцираат кратки радио-огласи и ги емитираат во ударните

термини. Пораката преку радио-оглас најчесто се емитува пред почетокот и за време на главната сезона.

3. СПОНЗОРСТВО

Спонзорството често се користи како форма на туристичка пропаганда. Суштината е дека еден или неколку спонзори (угостителски објекти, туристички агенции и сл.) отстапуваат дел од финансиските средства, добра или услуги на поединци или група во замена за нивно промовирање. Притоа, спонзорот може целосно или делумно да учествува во креирање на содржината на пораката, или пак само ја одобри.

4. КОНТАКТНИ ПРОПАГАНДНИ СРЕДСТВА

При примената на контактните пропагандни средства се остварува директен контакт меѓу оној кој ја соопштува пораката со лицето/лицата кон кои порака се упатува. Најкарактеристични се: пропагандно туристичко предавање, односи со јавноста и студиски патувања.

Пропагандното туристичко предавање е интерно контактено пропагандно средство кое се планира за одредена група слушатели (ученици, новинари, вработени во туристички агенции, хотели и сл.), најчесто во затворен простор со користење различни медиуми (радио, телевизија, дијапозитиви и сл.).

Односите со јавноста е примарен облик на промоција преку кој се настојува да се придобие наклонетоста од јавноста. За таа цел често се изготвуваат билтени за информирање на јавноста кои се доставуваат до средствата за јавно комуницирање, а се одржуваат и конференции за печат.

Студиски патувања се организираат за групи новинари или стручни луѓе. Целта да се влијае врз зголемување на пропагандното делување на групата за која е наменето патувањето.

5. СУВЕНИРСКИ ПРОПАГАНДНИ СРЕДСТВА

Сувенирски пропагандни средства (слика 34) се сите оние предмети кои најчесто може да се купат во слободна продажба или пак да се добијат од деловните партнери како рекламен материјал. Дел од нив може да имаат практична примена (приврзоци, чаши, пепелници, маички, чадори, капчиња и сл.), а може да имаат и само декоративна улога (народни ракотворби, уметнички слики и сл.). Во колкава мера овие предмети ќе бидат преносители на пропагандната порака зависи од нивната намена, но и од тоа кои потрошувачи ќе ги купат. Своето латентно пропагандно дејство го остваруваат по завршување на патувањето и престојот предизвикувајќи спомени од посетителското туристичко место или настан.



Слика 34. Сувенирски пропагандни средства

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Посочете неколку примери на спонзорство во туризмот. Образложете кои се позитивни, а кои негативни страни на овој облик на промоција.
2. Симулирајте одржување пропагандно туристичко предавање на различни теми (пример: значењето на туризмот за развој на градот или земјата во која живеете).
3. Симулирајте одржување конференција за печат на различни теми (пример: пуштање во употреба на нов објект, воведување нова угостителско-туристичка услуга, најава на туристички настан итн).
4. Предложете идеи за развивање сувенирски пропагандни средства за вашиот град, место, локалитет, објект, дестинација итн. (пример: пепелници, календари, маички и други реквизити).

8 ДЕЛ: ИНТЕРАКТИВНИ НАЧИНИ НА КОМУНИКАТИВНОПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

ПРЕГЛЕД ИНТЕРАКТИВНИ НАЧИНИ НА КОМУНИКАТИВНО-ПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

1. Интерактивни начини на комуникативно-пропагандна дејност – поим и карактеристики
2. Веб-страни
3. Социјални мрежи
4. Графички веб-реклами
5. Скок прозорци
6. Меѓупросторни веб реклами
7. Технологија на наметнување
8. Платено пребарување
9. Системи за препораки
10. Апликации за паметни телефони
11. Технологија на носење

ЦЕЛИ НА УЧЕЊЕТО

По завршување на овој дел, Вие треба да бидете способни:

- Да ги знаете основните карактеристики и најчесто применуваните интерактивни начини на комуникативно-пропагандна дејност;
- Да ги имате осознаено начинот на подготвување и предностите на користење веб-страни, социјални мрежи, графички веб реклами, скок прозорци и меѓупросторни веб реклами;
- Да ги имате осознаено начинот на подготвување и предностите на користење технологија на наметнување, платено пребарување, системи за препораки, како и апликации за паметни телефони во туристичката промоција; и
- Да ги имате осознаено предностите на користење технологија на носење во туристичката промоција.

1. ИНТЕРАКТИВНИ НАЧИНИ НА КОМУНИКАТИВНОПРОПАГАНДНА ДЕЈНОСТ

Интерактивните начини на комуникативно-пропагандна дејност сè повеќе добиваат на значење кога станува збор за туристичка промоција. Имено, појавата и равојот на Интернетот предизвика револуционерни промени во маркетинг стратегиите на

компаниите. Така, преку него се настојува да се креира мислење, да се пласираат информации, да се побуди интерес, да се овозможи купување и продавање, да се направи резервација, да се добие или даде препорака итн.

Туристичката промоција на интернет е корисна при создавањето свест за дадено туристичко место, локалитет, објект, услуга, град, земја и сл. Со мал и ограничен буџет, може да се постигнат многу поголеми ефекти споредено со традиционалните медиуми, првенствено поради предностите кои ги нуди Интернетот.

Предности на Интернетот:

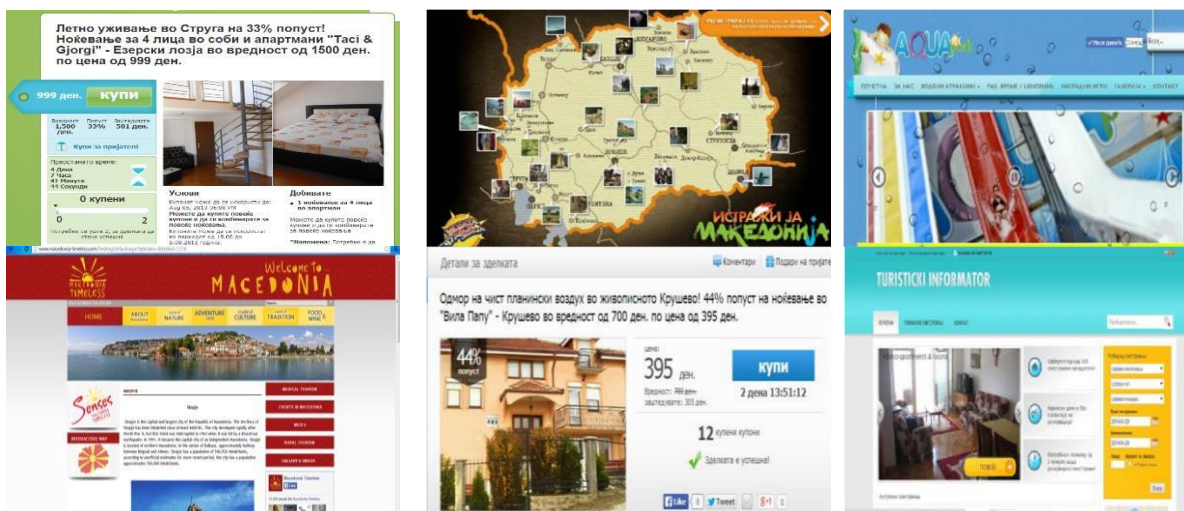
Недостатоци на Интернетот:

- Непостојаност на резултатите
- Насочен маркетинг
- Нервирање поради подолго време на Прилагодување на превземањето податоци и потребата од пораката инсталирање дополнителен софтвер, Интерактивни
- Неред од преголем број реклами
- способности
- Можност за измама
- Пристап до информации
- Нарушување на приватноста
- Послаб досег (споредено со ТВ)
- Продажен потенцијал
- Иритирање поради неред, спам пораки, скок
- Креативност
- прозори
- Изложеност
- Брзина

Како најкарактеристични интерактивните начини на комуникативнопропагандната дејност се сретнуваат: веб-страниците, социјални мрежи, графички веб реклами, скок прозорци, меѓупросторни веб реклами, технологија на наметнување, платено пребарување, системи за препораки, апликации за паметни телефони, технологија за наметнување и сл.

2. ВЕБ-СТРАНИЦИ

Веб-страниците (слика 35) се дизајнираат првенствено за создавање препознатливост, па затоа се „задолжителни“ кога се работи за туристичка промоција. Тие може да бидат статични (да нудат само информации) или интерактивни (може да се изврши он-лајн резервација, да се остави коментар, фотографија, видео запис и сл.). Некои веб-страни нудат промоции, електронски купони и слично (пример: Groupm.mk).



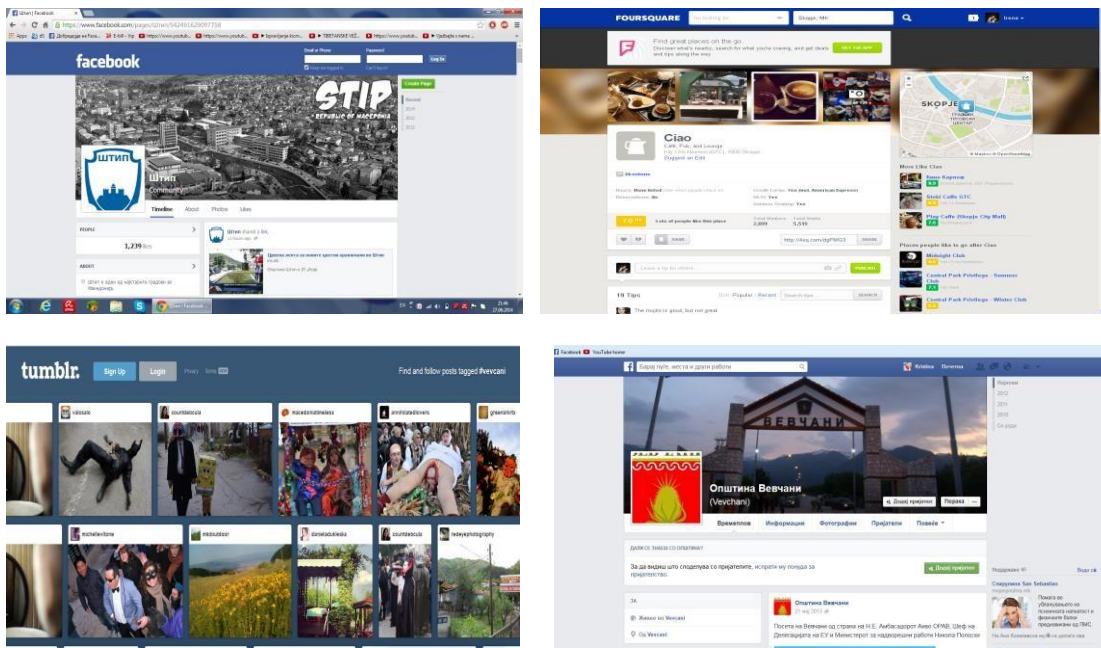
Слика 35. Веб-страни

3. СОЦИЈАЛНИ МРЕЖИ

Социјалните мрежи овозможуваат комуникација меѓу корисниците и претставуваат платформа која се фокусира првенствено на градење социјални релации помеѓу луѓето кои имаат слични или приближно слични интереси, појдовни ставови или активности кои симултано ги споделуваат. Иако социјалното дружење може да се остварува во живо, многу попопуларно е електронското (он-лајн) социјално дружење, па најмногу се применуваат веб страниците.

Предности на социјалните мрежи: Недостатоци на социјалните мрежи: о Голем број корисници; о Резервираност кон довербата; о Бесплатен медиум; и о Малверзации; и о Брз и лесен начин на о Неред во етерот. промоција.

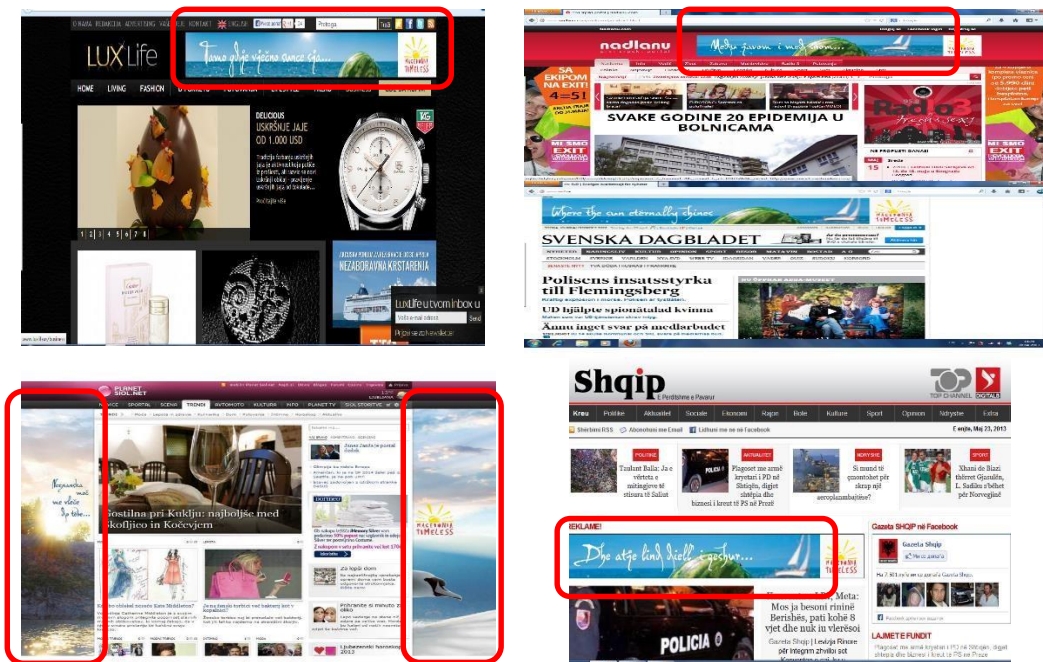
Социјалните мрежи сè повеќе се применуваат во туристички цели за споделување туристички информации и искуства од патувањето и престојот. Информација пласирана на социјална мрежа може да постигне поголем ефект отколку некоја наменски креирана веб-страница за промоција. Така, Facebook, MySpace, Twitter, Google+, LinkedIn, Tumblr, Foursquare и др. се популарни и често применувани во при унапредување на туризмот (слика 36).



Слика 36. Социјални мрежи

4. ГРАФИЧКИ ВЕБ-РЕКЛАМИ

Графичките веб реклами се најчестата форма на рекламирање преку интернет. Се користат за создавање свест или за препознавање, при што ги вклучуваат и посетителите на веб-страницата, или пак се насочени кон директен маркетинг. Можат да имаат различни форми и да се наоѓаат на различни места на вебстраницата (слика 37).



Слика 37. Веб банери

5. СКОК ПРОЗОРЦИ

Често кога се посетуваат одредени веб-страници се појавуваат мали прозорчиња кои отскокнуваат од страна или пак во позадина тнр. *скок прозорци (pop up)*. Обично се поголеми од графичките веб реклами, но не го зафаќаат целиот екран. Иако најчесто пренесуваат пропагандна порака, сепак голем дел од корисниците ги сметаат за иритирачки па користат блокатори.

6. МЕЃУПРОСТОРНИ ВЕБ РЕКЛАМИ

Меѓупросторните веб реклами се појавуваат на екранот додека се чека да се отвори посакуваната веб-страница. Во најголем број случаи, овој вид промовирање се смета за иритирачки и непосакуван од страна на потрошувачите.

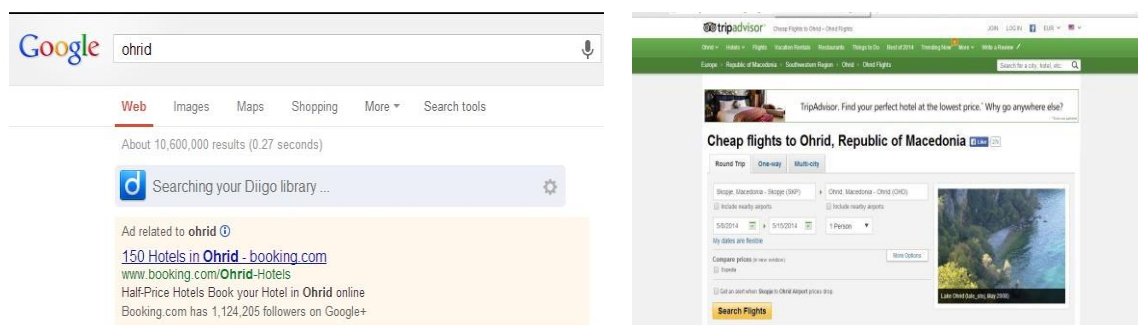
7. ТЕХНОЛОГИЈА НА НАМЕТНУВАЊЕ

Технологијата на наметнување (наречена уште и вебкастинг) им овозможува на туристичките компании да ја „наметнат“ пораката на потрошувачите наместо да чекаат тие самите да ја пронајдат. За потрошувачот се користи анонимна персонализација базирана на неговите интереси и навики за пребарување, па врз тоа се сервираат пропагандни пораки.

8. ПЛАТЕНО ПРЕБАРУВАЊЕ

Платеното пребарување (слика 38) важи за најбрзо растечка форма на интернет рекламирање, а се нарекува уште и рекламирање со помош на пребарувачи. При овој вид рекламирање, огласувачот плаќа само доколку потрошувачот кликне на нивната реклама или на линк поставен на страната на пребарувачот. Со цел за поточно да се одредат потрошувачите кои би биле заинтересирани за нивните понуди, туристичките компании купуваат реклами на пребарувачите како Google, Bing, Yahoo! Search и други.

На пример, доколку сакаме да најдеме информации за градот Охрид и бараме на Google, прв на листата резултати би била реклама за резервирање хотел во Охрид иако нам тоа можеби не ни била целта на пребарувањето.



Слика 38. Платено пребарување

9. СИСТЕМИ ЗА ПРЕПОРАКИ

Системите за препорака (слика 39) им помагаат на корисниците околу изборот на туристичката дестинација или атракција. Поконкретно, тие даваат совет т.е. препорака за конкретен град, место, туристички локалитет, фестивал или културен настан, патна карта, избор на хотел или ресторан, препорачана рута за патување, авионска компанија, итн. Системите даваат персонализирани препораки со цел да им помогне на туристите во пронаоѓањето излез од туристичкиот „е-хаос“. Основна идеја на препораките е да го олесни процесот на личната селекција на податоците и да ги спречи туристите да бидат преплавени со многубројни, и често непотребни податоци кои не се поврзани со нивниот главен интерес на пребарување.

Системите за препорака користат влезни податоци за: (i) желбите на корисниците, и (ii) начинот според кој се утврдува дали некој објект е интересен за еден корисник или не. Информациите за желбите на корисниците се добиваат преку корисничките профили, мониторирање на однесувањето на корисникот, неговата историја на купување, како и оцените на производите. Начинот пак, според кој се утврдува дали некој објект е интересен за еден корисник или не, зависи од тоа како е изграден системот за препораки, односно кои техники се користат за да се најдат сличностите помеѓу објектите и корисниците.



Слика 39. Системи за препораки во туризмот

10. АПЛИКАЦИИ ЗА ПАМЕТНИ ТЕЛЕФОНИ

Апликациите за паметни телефони сè повеќе се применуваат во туристичката промоција. Може да претставуваат туристички водичи во дигитална форма (слика 40), при што интерактивноста на апликациите дозволува потрошувачите кои веќе го посетиле тоа место, ресторан или хотел да остават коментар, оценка и совети за идните гости. Покрај нив, постојат и апликации со кои корисниците можат да ги нарачаат омилените пијалаци и напивки од своите домови или работни канцеларии плаќајќи преку кредитни картички (слика 41).



Слика 40. Апликација „Туристички водич на град Скопје“



Слика 41. Апликација за порачка на пијалаци и напивки



Слика 42. Технологија за носење

Така, *технолојата за носење* целосно се темели на интерактивен начин на воспоставување врска помеѓу она што се нуди како информација, и она што се побарува од корисникот (слика 42).

11. ТЕХНОЛОГИЈА ЗА НОСЕЊЕ

Со развојот на информациската технологија се појавуваат нови, иновативни и необични медиуми кои се користат во туристичката пропаганда. Постепено постарите медиуми отстапуваат место на новите кои нудат необични и несекојдневни начини на пренесување пропагандна порака до потрошувачите.

ПРАШАЊА ЗА РАЗМИСЛУВАЊЕ И ДИСКУСИЈА:

1. Анализирајте ги предностите и ограничувањата на интерактивните начини на комуникативно-пропагандна дејност.
2. Дискутирајте која е разликата помеѓу статичните веб-страни за туристичка промоција и системите за препорака како иновативни начини за унапредување на развојот на туризмот.
3. Анализирајте дали во Македонија има доволен број развиени апликации за паметни телефони кои се во насока на туристичка промоција.
4. Појаснете ги основните карактеристики на технологијата за носење. Дискутирајте дали и колку може овој интерактивен начин на информирање да најде примена во туристичката промоција.

Користена литература:

1. Collins-Kreiner, N. & Petrevska, B. (2015). Cultural tourism in the digital age: Where are we today? Where do we want to be tomorrow? How do we get there?, Conference Proceedings from the V Congress of geographers of Macedonia, Skopje, 26-27 September, 2015, 21-28.
2. Koceski, S. & Petrevska, B. (2012). Development of a National Tourism Web Portal with Enriched Recommender: Empirical Evidence, *International Journal of Information, Business and Management*, 4(1), 337-355.
3. Koceski, S. & Petrevska, B. (2012). Empirical evidence of contribution to e-tourism by application of personalized tourism recommendation system, *Scientific Annals of the "Alexandru Ioan Cuza" University of Iasi - Economic Sciences Series*, 1, 371-383.
4. Koceski, S. & Petrevska, B. (2012). Enhancing tourism promotion by enriched web-based portal, *BH Economic Forum*, 4, 259-274.
5. Koceski, S. & Petrevska, B. (2013). Advanced tourist trip planning using hybrid recommender, *Engineering Management Reviews*, 2(4), 115-123.
6. Koceski, S. & Petrevska, B. (2013). *Design And Development Of Hybrid Recommender System For Tourism*, LAMBERT Academic Publishing.
7. Коцеска, Н., Петревска, Б. И Коцески, С. (2013). *Системи за препораки во туризмот на локално ниво*, ЕДНОТЕРА – Скопје.
8. Petrevska, B. (2012). Application of E-tools for Tourism Promotion by Young-adult consumers in Macedonia, Conference Proceedings, International Conference "The Role of Media in Promotion of Product and Service", Skopje, Macedonia, 61-75.
9. Petrevska, B. & Koceski S. (2012). Web-based Portal for Tourism Promotion of Macedonia, Conference Proceedings, International Conference "The Role of Media in Promotion of Product and Service", Skopje, Macedonia, 744-755.
10. Петревска, Б. (2010). *Интерна скрипта по Промотивни активности* (објавена на е-учење и е-репозиториум на УГД).
11. Петревска, Б. (2012). Примена на електронските медиуми во туристичката промоција, Годишник на правниот факултет "Јустинијан Први" во Скопје по повод 35 год од основањето на студиите по новинарство на правниот факултет, 44-46, стр. 253-266.
12. Петревска, Б. & Китанов, В. (2014). *Практикум по промотивни активности* (рецензиран е-практикум), Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, (ISBN 978-608-244-098-9)
13. Петревска, Б. (2015). Примена на социјалните медиуми во туристичката промоција: перцепција на младите во Македонија, *Investigating Culture*, 1: 1-10.
14. Petrevska, B. & Koceski, S. (2012). Tourism recommendation system: empirical investigation, *Journal of tourism*, 14, 11-18.
15. Petrevska, B. (2013). Tourist profile of young-adults in Macedonia and their perception of e-tools, *Journal of Process Management – New Technologies*, 1(1): 49-56.
16. Petrevska, B. & Koceski, S. (2013). Recommending ideal holiday at national level, *Journal of Applied Economics and Business*, 1(1), 15-22.
17. Petrevska, B. & Koceski, S. (2013). Web-based platform for enhancing tourism development: an exploratory study, *Journal of Tourism Challenges and Trends*, 6(1), 113-129.
18. Petrevska, B. (2013). Innovative Approaches for Promoting Tourism in Macedonia, Conference Proceedings, 3rd Biennial International Scientific Congress ICON BEST 2013, Skopje, Macedonia, 4-6 October, 2013, 281-286.
19. Petrevska, B., Pupinoska Gogova, M. & Stamenov, Z. (2013). Tourism Recommendation Systems: Analytical Approach, *Yearbook of the Faculty of Computer Science*, UGD-Stip, 1(1).
20. Томас Л. Минс (2012) Деловна комуникација. *Ars Lamina*
21. А. Џ. Вудсајд, Џ. И. Крауч, Џ. А. Мазанек, М. Оперман, М. Ј. Сакаи (2014) Потрошувачка психологија на туризмот, гостопримливоста и на забавните содржини. *Ars Lamina*
22. Џ. А. Мазанек, Џ. И. Крауч, А. Џ. Вудсајд, Џ. Р. Брент Ричи (2014) Потрошувачка психологија на туризмот, гостопримливоста и на забавните содржини - Книга 2. *Ars Lamina*
23. Виктор Т. Ч. Мидлтон, Алан Фајал, Мајкл Морган (2014) Маркетинг во патувањата и туризмот. *Ars Lamina*

КУЛТУРА НА ОДНЕСУВАЊЕ

Содржина

Вовед

1. Историски развој на туризмот и туристичкото водење
 2. Видови туристички водичи
 - 2.1. Туристички водич
 - 2.2. Туристички придружник
 - 2.3. Агенциски претставник
 3. Видови на туристичко водење
 4. Функции на туристичкиот водич
 5. Законска регулатива поврзана со туристичкото водење во Република Македонија
 6. Култура на однесување и комуницирање на туристичкиот водич
 - 6.1. Комуникација со приватен сектор
 - 6.2. Комуникација со јавен сектор
 - 6.3. Комуникација со невладини организации
 - 6.3.1. Здружение на туристички водичи и придружници на Република Македонија
 - 6.3.2. Европска федерација на здруженија на туристички водичи (FEG)
 - 6.3.3. Светската федерација на здруженија на туристички водичи (WFTGA)
 - 6.4. Комуникација со колеги туристички водичи
 - 6.5. Комуникација со туристи
- Прашања за дискусија
- Сценарио на туристичко водење
- Користена литература

Вовед

Се уште не постои термин кој што комплетно би ги опфатил сите посредници со функција да се грижат, раководат, информираат и објаснуваат на туристичките групи. Исто така, таа функција не може да се поврзе со определен сектор од индустријата. Некои од овие посредници се ангажирани од страна на превозниците и туроператорите, другите работат самостојно или ги даваат услугите без да бидат поврзани со некоја компанија, а некои можат да бидат вработени од страна на јавниот сектор³¹.

Диференцирањето на туристичкиот производ со помош на туристичкиот водич е еден од инструментите на компаниите, да го оспособат и креираат својот производ во однос на тој на конкурентите, дури и при понуда на едно исто патување со еднаква маршрута, едно исто транспортно средство, со исти места за престој и исхрана и идентична цена. Имено, квалитетот на туристичкото водење помага за популаризирање на туристичкиот производ на одредена компанија преку информации, преку реклама на клиентите кои веќе ја користеле услугата и се задоволни од истата.

Иако е една од најстарите човечки активности, туристичкото водење не е институционализирана професија. Во прашање е занимање, кое најчесто подразбира повремени и хонорарен ангажман, неповолни услови за работа, нередовни примања и несигурна егзистенција³². Бидејќи поголемиот дел од водичите работат самостојно и не поседуваат деловен простор и опрема, поради тоа не ја даваат вообичаената слика за мал бизнис, лимитирана е нивната видливост, дури и угледот во друштвото. Сето тоа допринесува за недефинираниот статус на туристичкото водење како професија.

Од друга страна, туристичкото водење на многумина им делува како привлечна, па и гламурозна работа. Неретко се мисли дека, доколку сте водич тоа значи бесплатно да патувате до далечни места како од бајките, да се среќавате со интересни лица, да посетите екзотични градови, да уживате во отмени хотели, и за сите овие доживувања за кои другите мечтаат да бидете платени. Оваа замислена слика е далеку од реалноста. Во оваа перцепција не се вклопува фактот дека, туристичките водичи ретко го пакуваат багажот и патуваат со туристите вон својата земја, често ниту надвор од своите градови во кои ги дочекуваат. Кога патуваат со група, тоа за водичите претставува работа, обврска, секојдневие, одговорност и извор на стрес, а не безгрижно туристичко патување.

Квалитетот на туристичкото водење зависи од оспособеноста за работа, континуираното усовршување, личните одлики и во голем степен културата на однесување на водичот и неговите комуникациски способности.

Позитивните ефекти од постоењето на туристичките водичи се многубројни. Предностите на туристичкото водење за туристичките места кои ќе бидат посетени се следните:

- Зголемување на степенот на запознавање со местото;
- Подобрување на имиџот на местото;
- Осигурување на нов потенцијал од туристи;
- Економски придобивки од туристите;
- Туристите стануваат задоволни посетители и го рекламираат местото;
- Туристи кои се задоволни од водењето, се потолерантни кон евентуални други недостатоци во местото;
- Туристите се мотивираат за повторно патување и др.

Од гледна точка на туристите, најважни се предлагањето на неопходна информација за туристичкото место, но не под досадна образовна форма, не преку постојано спомнување на имиња, дати и факти, а по интересен начин.

³¹ ЈСП Скопје успешно реализира автобуска туристичка линија „Skopje City Tour“, која сообраќа двапати во текот на денот од 11:00 и 13:00 часот. Вработени се двајца лиценцирани туристички водичи, кои разгледот на градот го прават по утврдена маршрута и на различни странски јазици.

³² Rabić, B., „Turističko vođenje: teorija i praksa“, Visoka Turistička Škola, 2011

Квалитетот на доброто туристичко водење се состои во тоа да се избере и подреди информацијата за туристичкото место според значење, според интересите и видот на групата, според времето со кое располагаат туристите и според временските услови. Во случаите кога туристичкиот водич не е внимателен во однос на желбите на туристите и не е спремен да го прилагоди временскиот распоред и содржината според потребите на групата, се создава негативен впечаток кај туристите како за водичот, така и за самата дестинација. За да не би настанала таква ситуација, идните кадри кои ќе ја вршат оваа дејност треба да имаат сериозен пристап, да ја негуваат, практикуваат и надградуваат својата професија.

1. Историски развој на туризмот и туристичкото водење

Иако туризмот е релативно нов поим, неговите корени се многу по длабоки. Туризмот е во нераскинлива врска со патувањето, кое за луѓето претставува основа на нивното постоење. Совладувањето на просторот е старо колку и човековата историјата, бидејќи исконска и фундаментална потреба на луѓето е да го прошируваат просторот во кој живеат³³. Патувањата биле најпрво од егзистенционална природа, а потоа поради други причини како: воени походи, трговија, спортски настани - Олимпијадите, забавни приредби – амфитеатрите, здравствени – користење на бањите од страна на римјаните, религиозни цели, научни откритија, едукативни и културни – Гранд Тур³⁴ и др., па се до првото организирано туристичко патување од страна на Томас Кук³⁵ во 1841 г. Појавата на туризмот е поврзана со основните потреби на луѓето кои патувале, а тоа се преноќувањето и исхраната проследени со елементи на туристичко водење.

Научниот и технолошкиот развој и општествено економските односи кои се појавиле во XIX век и траат до денес претставуваат основа за развој на туризмот каков што го познаваме. Во таа смисла посебно место заземаат пронајдоците на средствата за масовен превоз какви што се железницата, парабродот и автомобилот. Зголемувањето на продуктивноста на трудот, висината на надоместокот за работа, скратување на бројот на работни часови, воведување на платен годишен одмор, зголемување на културното ниво на луѓето исто така претставуваат значајни услови за појава на туристичките движења.

Вистинската промена и туристичкото движење се појавиле со Индустриската револуција во XIX век, кога голем број на граѓани започнале да живеат во урбаните центри. Индустриската револуција била придружувана од повеќе промени, а не само од оние во индустријата. Всушност, револуцијата се одразила и во други области како: туризам и угостителство, наука, влада, технологија, иновации, сообраќај, образование, администрација, политика, армија и др.

Индустриската револуција исто така, довела и до појава на првите форми на организирано туристичко посредништво и туристичко водење, што би можело да се објасни преку примерот на Томас Кук кој во 1841 г. го направил првото организирано туристичко патување со воз³⁶. Во овој период започнуваат да се создаваат првите туристички агенции во светот, Хенри Велс ја основал компанијата Американ Експрес - првата туристичка агенција во САД во 1850 г., во Германија, првата патничка агенција ја основал Карл Стандер во 1868 година итн. Овие агенции имале вработени кои давале услуги слични на денешните туристички водичи односно придружници при патувањата во странство.

Тој е периодот кога е поставена основата на модерниот туризам. Брзо се појавуваат модерни објекти за престој и исхрана. Се зголемува и бројот на патувањата – во почетокот благородници, а подоцна трговци, банкери, индустријалци и др. Во

³³ Мариноски, Н., „Туристички агенции“, ФТУ, Охрид, 2008

³⁴ Towner, J., „The grand tour a key phase in the history of tourism“, Annals of tourism research, Vol. 12, pp. 297-333, 1985

³⁵ Rae, W.F., „The business of travel: a fifty years record of progress“, London, 1891

³⁶ Shackley, M., „Atlas of travel and tourism development“, UK, 2006

првата половина на XIX век во САД се отворени првите луксузни хотели - Branums city hotel во Балтимор (1825 г.) и познатиот Tremont hotel во Бостон (1829 г.) кој се смета за првиот „модерен“ хотел³⁷.

Во овој период се појавуваат и првите морски ресорти во САД (Atlantic city)³⁸, Велика Британија и други земји во Европа. Sharpley, почетоците на модерниот туризам во САД ги поврзува со отворањето на националниот парк Yellowstone во 1872 година, патувањата до водопадите на Нијагара кои биле придружувани од водичи и др.³⁹ Во Норвешка, почетоците на туризмот датираат од 1870 г., кога европската „елита“ ги открива норвешките фјордови и долини. Слични примери може да се посочат и за останатите Европски, а најмногу медитеранските земји како Франција, Италија, Хрватска, Шпанија и др. Користењето на термоминералните води и изградбата на бањи ширум Европа и светот имало голема улога во популаризацијата на патувањата за подобрување на здравјето. На почетокот на XIX век, во Шведска започнуваат да се развиваат различни техники на масажа, а во 1880 г. Себастијан Кнајп започнува со практикувањето на хидротерапијата⁴⁰.

Во XIX век се појавуваат и првите патеводители за туристите. Пионер во публикацијата на патеводителите е Карл Баедекер. Првиот туристички патеводител го издава во 1827 г. за Германија, а подоцна и за другите европски и светски земји. Овие патеводители содржеле најразлични информации кои им биле потребни на оние кои патуваат, како места за посета и престој, природни и антропогени атракции, информации за локални водичи и квалитетни и точни мапи⁴¹.

За туризам, типичен за западноевропските земји во XIX век, во Македонија не може да стане збор. Главните извори кои можат да ни дадат подетални информации за угостителските капацитети во Македонија, или барем да ни ја приближат сликата за тоа како и каде престојувале патниците се странските патописци. Богати информации за македонските патишта, патни навики, анови и престојувалишта ни нуди Англичанецот Едмунд Спенсер. Тој бил воено лице (капетан) и многу патувал, најверојатно во разузнавачки цели. При неговите патувања и Македонија се нашла на неговата мапа. Патописот на Спенсер кој се однесува на Македонија е од 1850 г. Тој соопштува дека имал сопатник (туристички водич) по име Ѓорѓи кој „се однесуваше како да е дома, сите ги познаваше и насекаде беше пречекуван со гласни извици на добредојде“,⁴² што укажува на фактот дека странските патници во Македонија во XIX век имале голема потреба од водич кој ги знаел патиштата кои не биле безбедни.

По развојот во почетокот на XX век, меѓународниот туризам забележува стагнација меѓу двете Светски војни. Периодот по Втората светска војна (50-тите и 60-тите години на XX век) е карактеристичен со масовни урбани процеси во западноевропските и северноамериканските држави, како последица на после воената индустријализација. Резултатот е масовна миграција на работна сила од селата во градовите. Во овој период речиси низ целиот свет се забележува зголемување на меѓународната соработка и тенденција на светски мир што се одразило позитивно на туризмот. Можеме да одбележиме дека меѓународниот туризам во овој период го доживува почетокот на својот најголем развој и започнува да се води статистика поврзана со него.

Во денешно време туризмот е присутен во сите земји низ светот. Според извештајот на Светската туристичка организација (World Tourism Organization - WTO)⁴³, доаѓањата на туристи во 2012 г. на меѓународно ниво ја достигнале бројката од 1.035 милиони. Туристичката потрошувачка изнесувала 1.075 милијарди американски долари, а туристичката индустрија учествува со 9% во глобалниот бруто домашен производ. Секој единаесетти вработен човек во светот, е вработен во овој сектор.

³⁷ Sherman, R., „Class acts: service and inequality in luxury hotels“, Los Angeles, 2007

³⁸ Williams, S., „Tourism geography: a new synthesis“, London, 2009

³⁹ Pender, L., Sharpley, R., eds., „The management of tourism“, London, 2005

⁴⁰ Smith, M., Puczko, L., „Health and wellness tourism“, UK, 2009

⁴¹ Butler, R., Russell, R. eds., „Giants of tourism“, UK, 2010

⁴² Матковски, А., „Македонија во делата на странските патописци 1850-1864“, Скопје, 1992

⁴³ „UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition“, 2013

Податоците од Државниот завод за статистика на Република Македонија кои се поврзани со туризмот во нашата земја ни го покажуваат следното⁴⁴: бројот на туристите во 2012 година изнесувал 663 633 од кои околу 47% се домашни туристи, а 53% се странски туристи. Бројот на ноќевањата во 2012 година изнесувал 2 151 692 од кои околу 62% отпаѓаат на домашните туристи, а околу 38% на странските туристи. Најголемо учество на странските туристи во вкупниот број на странски туристи има од Турција, или 14.4%. Најголемо учество на ноќевањата на странските туристи во вкупниот број на ноќевања на странските туристи има од Холандија, или 17.9%. Најголемиот број од странските туристи го посетиле Скопскиот регион, а по него следува Југозападниот регион каде се наоѓа Охрид.

2. Видови туристички водичи

Речниците го дефинираат водичот како некој кој го покажува патот или некој кој ги води туристите на патување или тура и им дава информации за местата кои ги посетуваат⁴⁵. Водењето е една од најстарите професии која се појавува уште во древноста со развојот на патувањата. Историјата на туристичките водичи е директно поврзана со туризмот и неговото минато, а денес претставува активност без која не би можело да се достави квалитетна услуга во организираниите патувања или правилно да се долови впечатокот за местото кое се посетува.

Европскиот Комитет за Стандардизација го дефинира туристичкиот водич како личност која води посетители на јазик по нивен избор и го интерпретира културното и природното наследство на некоја област, за кое поседува дозвола издадена од соодветната институција⁴⁶. Постојат два основни вида на туристички водичи: туристички водич (анг. tour guide) и туристички придружник (анг. tour manager или tour conductor).

Cruz ја прави следната класификација на водичите⁴⁷:

- урбани водичи;
- владини водичи;
- возачи водичи;
- бизнис и индустриски водичи;
- водичи на авантуристички патувања;
- туристички придружници;
- интерпретатори; и
- доценти и волонтери водичи.

Постојат неколку елементи кои се карактеристични за сите видови на туристички водичи. Тие се⁴⁸:

- презентациски, комуникациски и интерактивни вештини;
- вештини за услужување на клиентите (можност за работа со колеги и клиенти);
- мултикултурна свесност и комуникативни вештини;
- можност да ги следи здравствените и безбедносните процедури;
- квалификација за прва помош;
- вештини за управување на група и лидерски вештини;
- познавање на локалните туристички вредности и туристичката индустрија; и
- можност да истражува, да ја развива и надоградува турата.

Многу туристички водичи имаат посебни вештини, лиценци или посебни квалификации кои им овозможуваат да се занимаваат со оваа професија (во зависност

⁴⁴ „Туризам во Република Македонија, 2008-2012“, ДЗС, Скопје, 2013

⁴⁵ Bateman, H., Harris, E., McAdam, K., „Dictionary of Leisure, Travel and Tourism“, A & C Black Publishers Ltd., 2006

⁴⁶ Collins, V.R., „Becoming a Tour Guide: Principles of Guiding and Site Interpretation“, Thomson, 2000

⁴⁷ Cruz, Z., „Principles and Ethics of Tour Guiding“, Rex Book Store, 1999

⁴⁸ Lockwood, A., Medlik, S., eds., „Tourism and hospitality in the 21st century“, Butterworth-Heinemann, 2001

од државата во која работат). Според Cohen, туристичките водичи се „брокери на културата“ поради нивната функција и медиаторската улога која ја имаат⁴⁹.

Под туристички водич како што самото име кажува подразбираме лице кое води туристи⁵⁰. Се работи за такви лица кои во организацијата на патувањето учествуваат на тој начин што ја придружуваат туристичката група во текот на патувањето и престојот и при тоа на туристите им се во припомош во извршувањето на формалностите околу патувањето и интерпретацијата на туристичките вредности. Туристичкиот водич дава информации за карактеристиките на географската средина низ која се врши туристичкото движење, за културно историското наследство, историјата, фолклорот, манифестациите, амбиенталните вредности, градовите и селата, архитектурата, уметноста и друго што го привлекува вниманието на туристите. Туристичкиот водич ги информира туристите за сместувачките капацитети и другите рецептивни објекти. Тој дава информации за финансиските односи, за општествено политичките текови и активности, за демографските и економските карактеристики и стопанските активности. Исто така туристите се упатуваат на правците и времетраењето на патувањето и престојот. Работата на туристичкиот водич е регулирана со закон бидејќи тој се наоѓа во улогата за интересите на агенцијата да дава услуги кои се во тесна врска со националните интереси на земјата во која ја врши оваа дејност, а туристичкиот водич мора да поседува легитимација за вршење на својата работа. Надлежниот орган или овластената организација оваа легитимација ја издаваат врз основа на стекнатото уверение за завршен курс за туристички водич. Со закон е исто така пропишано дали курсот мора да се заврши на специјализирана високообразовна институција по усвоена програма во нејзини рамки.

Според повеќе критериумска класификација, туристичките водичи можеме да ги поделиме во три основни групи:

- туристички водич;
- туристички придружник и
- агенциски претставник.

2.1. Туристички водич

Туристичкиот водич е оној водич кој има подетални познавања за релативно поширок простор, на пример за една земја. Туристичките водичи од овој вид на туристите им ги презентираат природните туристички вредности, културно историските споменици, стопанскиот напредок и други значајни карактеристики на туристичкото место, градот или подрачјето. Водичите специјализирани за разглед на одредени места, градови или подрачја, се лица, кои се оспособени за таа работа и верифицирани преку посебно организирани курсеви. Многу често тие се организирани вон туристичките агенции, преку организации или здруженија, кои ги штитат нивните права, ги утврдуваат нивните обврски и се грижат за нивното понатамошно усовршување.

Основната задача на овие водичи е по потреба да водат групи (најчесто странски патници), по можност на нивниот јазик, да ги запознаваат со животот во одредено место, град или подрачје, со неговата култура, историја, стопански, туристички и други достигнувања. Со оглед на најнепосредниот контакт што го имаат со странскиот клиент, често се нарекуваат и туристички амбасадори на својот град или својата земја. Нивната дејност не се исцрпува само со давање на информации, туку тие се и пропагатори на разбирањето меѓу разните националности, етички, верски и други обележја, но истовремено тие се и првите толкувачи на историјата и сегашноста на својата земја, во пропагирањето на нејзините убавини, вредности и карактеристики, политички и други стремежи, како и во сликањето на животот на своите сонародници. Поради тоа, потребно е водичот да биде со високо општо и културно образование, да

⁴⁹ Jennings, G., Poloviz Nickerson, N., „Quality tourism experiences“, Elsevier Butterworth–Heinemann, 2006

⁵⁰ Мариноски, Н., „Туристички агенции“, ФТУ, Охрид, 2008

биде добро информиран за современите движења во својата земја, но и на светски план, да е снаодлив, многу елоквентен и да познава еден или повеќе светски јазици.

Туристичките водичи се задолжени да даваат информација во границите на определено туристичко место, регион или држава. Нивниот контакт со туристите започнува од транспортната врска (најчесто станица), од хотел, од пред канцеларијата на локалната туристичката агенција, одредено место или директно пред туристичкиот објект. Туристичките водичи им доставуваат услуги и на индивидуални туристи. Најчесто сретнуваните услуги на овие водичи се разглед на населеното место, панорамски разглед, како и разглед на природни, културни и историски вредности.

Презентацијата на туристичкиот водич има можност да биде специјализирана и подготвена според видот и интересите на туристите. Позитивна страна е кога водичите се родени и живеат во туристичкото место.

2.2. Туристички придружник

Туристичкиот придружник е таков туристички водич кој туристичката група ја следи низ целото нејзино туристичко движење. Тој по правило треба да го познава просторот низ кој се движи, но дава најчесто општи информации за тој простор. Просторот на движење може да биде релативно голем така што туристичкиот водич и не е во состојба детално да го познава.

Патувањата надвор од сопствената земја, особено кога постојат јазични разлики, го поставува туристот во една непозната и необична средина за него⁵¹. Вклучувањето кон групата често се случува поради желбата да не биде сам. Предноста на групните патувања е тоа што се организирани од страна на туроператорот, кој својата грижа за туристите ја обезбедува со помош на туристичките придружници. Функциите на придружниците се да ја придружуваат туристичката група за време на патувањето и да ги уредуваат сите административни и финансиски прашања кои би претставувале проблем за туристите.

Задолженијата на придружниците се да го контролираат квалитетот на сите услуги кои ќе бидат добиени од страна на туристите, а кои се договорени со организаторот на патувањето и да дадат свое мислење во однос на работата на партнерите на туроператорот во странство (хотели, ресторани, туристички агенции, превозници, локални водичи и др.). За да ги исполни своите функции, придружникот треба да има добри познавања од областа на транспортот, царинските формалности и др.

2.3. Агенциски претставник

Агенцискиот претставник е лице кое своите работни задачи ги врши во туристичката дестинација, каде го организира престојот на туристите, кои доаѓаат во таа дестинација, со посредување на агенцијата која го ангажирала. Агенциските претставници се јавуваат на некој начин, како продолжена рака на организаторот на патувањето на одредената дестинација. Нивна основна работа е да го обезбедат и реализираат користењето на сите услуги на рецептивното место, во склад со програмата на патувањето. Тоа е поради големиот број на економски субјекти кои учествуваат во давањето на услуги во местата, во кои престојуваат туристите. Тука спаѓаат хотелите, автопревозниците, локалните агенции и др. Тие исто така вршат промоција и продажба на одредени излети, организираат анимација на туристите, решаваат одделни жалби на туристите и на тој начин, во директен контакт со туристите, им гарантираат дека туристичкиот аранжман комплетно ќе биде реализиран. Агенциските претставници редовно, секој ден или еднаш неделно ги информираат организаторите на патувањето за состојбата, расположението и воопшто за реализирање на поставената програма во туристичкиот аранжман.

⁵¹ Янева, М., „Екскурзоводско обслужване“, УНСС, София, 2009

3. Видови на туристичко водење

Постојат повеќе критериуми по кои би можеле да направиме поделба на туристичкото водење. Најчесто туристичкото водење го класифицираме според:

- транспортното средство (користење на некој вид сообраќајно средство, велосипед, водење на групата пеш или комбинирано);
- територијата на која се одвива водењето (локално, национално и меѓународно);
- мотивите за посета (разглед на град, панорамски разглед, водење за време на конгреси и состаноци, образовни тури, посета на национални паркови, спортски настани и манифестации, тематски тури и др.) како и
- составот и демографските карактеристики на туристите (индивидуални туристи или група, домашни или странски туристи, туристи со специјални потреби и други видови.).

Најчесто сретнуваниот ангажман на туристичкиот водич е разгледот. За време на разгледување на градови, локалитети, национални паркови и др., освен превозни средства (најчесто автобус), обиколката се врши и пеш. Тоа значи дека водичот мора да е „на чело“ на групата и тој да ја диктира брзината на одењето и времето на застанувањето. Во таков случај групата се заморува побрзо, некој може да застане, некој може да тргне во погрешен правец или пак некој не може понатаму да оди. Поради тоа, водичот мора да води сметка за темпото и да го прилагоди кон членовите на групата. Доколку во групата има (мали деца, повозрасни лица, лица со посебни потреби и др.), такви кои не можат да го совладаат просторот низ кој што се поминува (нагорнина, удолница, скалила и др.), на тоа групата мора да се предупреди пред поаѓањето.

На отворен простор гласот послабо се слуша (без микрофон), па групата треба да се собере околу себе и да се зборува доволно гласно. Објектите треба да се покажуваат и јасно да се објаснуваат во моментот кога групата ќе ги здогледа. Може да се случи колоната да се развлече, па некој од задниот крај да се упати во погрешна насока. Постојано да се внимава на групата и истата да биде на број е важна задача за водичот, затоа пожелно е да им се обрати внимание на оние кои полежерно се движат односно да се прилагоди брзината на движењето на оние кои од било кои причини не можат да одат побрзо. Ако објектите што ги објаснуваме се наоѓаат многу блиску еден до друг, не е нужно да се застанува пред секој од нив туку, колку што е можно, да се опфатат сите за време на едно задржување.

Итинерерот се планира така што, по можност да се опфатат сите значајни објекти и тоа таму каде што е најмал прометот на автомобили. Бидејќи разгледувањето на градот се прави пеш, поаѓаме од стариот центар изведувајќи го и едното и другото со леснотија. Според вообичаените педагошко - андрагошки норми, концентрацијата кај деца од пониски одделенија попушта веќе по 35 минути, на ученици од постарите класови по 45, а на возрасните по 90 минути. Од овие причини пожелно е токму во тие интервали да се организира одмор во водењето⁵².

4. Функции на туристичкиот водич

Технологијата на туристичкото водење е севкупност од поврзани дејности кои што се вршат од туристичкиот водич во процесот на производството и реализацијата на услуги за водење и средствата за нивна реализација. Туристичкото водење вклучува неколку функции и тоа:

- Репрезентативна функција, бидејќи туристичките водичи се „домаќини“ и најпрво ја претставуваат својата земја (град, регион), а потоа туристичкото претпријатие или сопствениот интерес;
- Комуникативна функција, се остварува преку вербални и невербални средства. Се изразува преку посредништвото меѓу туристите и сите локални институции

⁵² Штетик, С., „Водичка служба во туризмот: Научете да водите“, Скопје, 2007

и остварување на контакт со локалното население. Од социјално-психолошки аспект, комуникативната функција се состои од визуелен, говорен и психолошки контакт со туристите. Ефективноста на комуникативната функција зависи од познавањето на националниот карактер на групата, социјално-психолошките карактеристики и нејзините интересите;

- Информативна функција, се изразува најмногу преку објаснувањата и дискусиите за време на туристичкото водење. Средствата кои се користат за нејзино реализирање зависат од организациската и техничката подготовка и можноста на водичот, од местото на посета и целите кои се поставени;
- Трговско-посредничка функција се однесува на продажбата и запишувањето за факултативни екскурзии, манифестации, настани, влезници во објекти и др.;
- Организаторска функција, се однесува на подготвувањето на најразлични видови на програми за посета и разгледи, изработка на распореди и временска рамка на разгледот и слично; и
- Контролна функција се изразува во контролата од страна на водичот на платените и дополнителните производи и услуги кои ги користи групата.

При водењето на групите, туристичките водичи треба да следат одредени правила, како:

- Еднаков третман и однос во водењето на различни по состав и големина групи (и на различен јазик);
- При разглед на објекти од интерес да се заземе добра позиција при објаснувањето;
- Поседување на информации за работно време при посета на објекти (и за празници);
- Планирање на програмата и главните точки за посета;
- Планирање на програмата при лоши временски услови;
- Точно планирање на паузите и користењето на различен начин (кафе, тоалет, шопинг);
- На раскрсници, семафори и кривини на улици да се чекаат сите членови на групата;
- Зачувување на спокојството и мирот и покрај обемната програма (да не се гледа постојано часовникот, да не се движи многу брзо и сл.);
- Правилен избор на место за групата да не биде изложена на силно сонце и непријатности;
- При подолги објаснувања да се предложи место за седење;
- Добро да се познаваат потребите на туристите и растојанието кое треба да се помине (на пример застанување за фотографии на определени места);
- Исполнување на програмата и доколку во одредени случаи еден објект треба да отпадне, истиот да биде заменет со сличен од иста или поголема вредност;
- При организациски промени проблематично е нудењето на повеќе алтернативи бидејќи постои опасност од поделба на групата;
- Објаснувањата да бидат со поглед кон групата, а не кон објектот за кој се објаснува;
- Да се обрне внимание на помалку заинтересираните учесници во групата, да не се обраќа лично само кон еден учесник во групата (на пример само кон тој што се движи веднаш до водичот), ако во текот на разгледот е зададено интересно прашање, истото да се повтори да биде слушнато од сите и да биде одговорено;
- Проверка и пребројување на целосниот состав на групата после паузите;
- При паузи да не се седнува со едни исти туристи;
- Да се дадат совети на групата за соодветна облека, пример студени цркви, замоци, пештери и др.;
- Укажувања на групата и преземање мерки за претпазливост од кражби и внимание на скапоценостите;

- За влезните билети за објекти кои се посетуваат да се соберат пари пред билетите да бидат закупени;
- Да се води сметка за инвалидите или за оние учесници кои имаат здравствени проблеми, но исто така да се постават граници на очекувањата дека водичот треба постојано да ги исполнува тие дополнителни ангажирања и др.

За да може успешно да ја практикува својата професија, туристичкиот водич треба да поседува професионални и персонални карактеристики и да има одредени интереси.

Професионалните карактеристики на туристичкиот водич се следните:

- Информација и анимација;
- Собирање и документирање на информацијата (телевизија, радио, весници и списанија, книги, публикации, интернет);
- Интересни раскази на анегдоти и легенди;
- Активна анимација во слободното време;
- Достапна информација и комуникација;
- Факти за социјални настани;
- Социјална психологија;
- Грижа за благосостојбата на туристите;
- Внимание кон сите и грижа за доброто расположение;
- Навремено препознавање на конфликтни ситуации и нивно решавање; и
- Користење на билети за транспорт, документација и интернет.

Во персоналните карактеристики на водичот, можеме да ги вброиме следните:

- Лични квалитети;
- Правилен говор;
- Прилагодување во комуникацијата со групи од различни националности;
- Брза реакција при неочекувани ситуации;
- Добро памтење;
- Висок личен стил;
- Чувство за анимација;
- Љубопитност, ентузијазам, чувство за хумор;
- Упорност, мотивација, адаптивност;
- Чувство за одговорност;
- Психичка издржливост;
- Самостојност и
- Комуникација и друштвеност.

Основните интереси кои ги има туристичкиот водич се:

- Контакти со луѓе;
- Патувања и
- Запознавање со различни култури.

5. Законска регулатива поврзана со туристичкото водење во Република Македонија

Законската регулатива која го дефинира туристичкото водење е различна во земјите низ светот, а во некои земји се разликуваат од регион до регион, па дури и во различни места во рамките на еден регион. Постојат држави каде туристичкото водење не е регулирано со закон, но во најголемиот дел од Европските земји, водичите поседуваат лиценца која ја добиле преку успешно полагање на испити и практична обука пред соодветниот орган задолжен за издавање на истите. Така на пример, во Малта, кандидатите за туристички водич поминуваат двегодишен курс на високообразовна институција од областа на туризмот пред да се стекнат со право да ја практикуваат оваа професија. Во Турција, туристичките водичи, покрај останатите

неопходни документи треба да поседуваат уверение дека не се осудувани. Во Црна Гора, во програмите за полагање на испит за туристички водич, задолжителна е посетата на курс за прва помош и техники на водење групи или лица со посебни потреби, што е во согласност со Европскиот Комитет за Стандардизација⁵³.

Основниот закон кој го регулира туристичкото водење во нашата земја е Законот за туристичка дејност⁵⁴. Ќе ги споменеме следните поими кои се во интерес на туристичкото водење:

- „Туристичка дејност“ е организирање и спроведување на туристички патувања во туристички места, фамилијарни излети и други некомерцијални екскурзии и други туристички аранжмани во земјата и странство, давање на туристички информации, продавање и посредување при продажбата на угостителски и други туристички услуги, посредување околу издавање на куќи, станови и соби за туристи, вршење на услуги со туристички водичи и други услуги;

- „Туристичко место“ претставува подрачје или дестинација кое како организациона и функционална туристичка целина располага со природни, културни, историски и други знаменитости од значење за туризмот, комунална, сообраќајна и туристичка инфраструктура, како и објекти и други содржини за сместување и престој на туристите;

- „Туристички водич“ е лице кое на домашните и странските посетители во Република Македонија им ги презентира природните и антропогените туристички атрактивности, историјата на земјата и културно-историските споменици, уметнички дела, етнографски и други атрактивности, историски настани, легенди и личности за тие настани, општественото уредување на земјата и има комуникативни способности општи познавања од туризмот и психологијата на туризмот и го познава јазикот кој го користат странските туристи.

За туристички водич не се смета стручен работник кој ја врши дејноста водич на своето работно место кај правни лица во деловниот објект во кој работи (музеј, галерија, национален парк и слично), стручен работник на туристичката агенција кој придружува група туристи од место во место, водич во планина и пештера, водич на лов и риболов, како и водител или придружник на екскурзии и излети.

За давање услуга на туристички водич, туристичкиот водич мора да ги исполнува следниве услови:

- 1) да е државјанин на Република Македонија и
- 2) да има живеалиште на територијата на Република Македонија.

Туристичкиот водич мора да има најмалку средна стручна подготовка и положен стручен испит за туристички водич.

Стручен испит за туристички водич се полага пред испитна комисија. Испитната комисија за полагање стручен испит за туристички водич, ја формира високообразовната установа за туризам и угостителство. Стручниот испит за туристички водич се полага според утврдена програма. На кандидатот кој го положил стручниот испит, високообразовната институција му издава уверение. Својството на туристички водич се докажува со посебна легитимација.

6. Култура на однесувањето и комуницирањето на туристичкиот водич

Културата претставува збир од материјални и духовни вредности кои се под влијание на традиционалните рамки и на современите промени кои го формираат прифатливото однесување на членовите на едно општество. Културата ја сочинуваат две компоненти:

⁵³ „Tourism Services — Requirements for the provision of professional tourist guide training and qualification programmes“, European Committee for Standardization, 2007

⁵⁴ „Закон за туристичка дејност“, Службен Весник на Република Македонија бр.62 од 16.09.2004

- традиционалните норми, верувања, вредности и однесувања, од една страна и
- поединецот, од друга, кој активно влијае врз измените на културните традиции и со својата интеракција станува основен двигател во промената на традиционалните елементи на културата.

Составен дел од однесувањето на луѓето е комуникацијата. Комуникацијата е основна човечка способност која се развила уште во дамнешни времиња. Комуникацијата се дефинира како процес на размена на пораки (вербални или невербални), помеѓу најмалку две личности, кој што се одвива со одредена цел или намера. И најдобро осмислената и организирана тура не би била успешна, доколку туристичкиот водич не успее да ја пренесе пораката на групата. Комуникативната способност се дефинира како способност за прилагодување на разновидни ситуации на комуникација. За успешна комуникација, неопходно е да постои прилагодување на сите учесници. Во процесот на комуникација се прилагодуваме кон:

- јазикот и јазичните средства (лексичко и синтаксичко прилагодување);
- содржината на она што се зборува (количина на информации, релации);
- начин на кој што се зборува (фрази, интонација и сл.)

Постојат повеќе видови на комуникација. Човекот многу често употребува технички помагала при комуникацијата. Посредна комуникација имаме кога луѓето комуницираат со посредство на телефон, компјутер, пошта итн. Кога комуницирањето се одвива меѓу две или повеќе лица непосредно, во услови на физичка блискост, со можност да се користат сите сетила и моментално да се види ефектот од пораките што се движат во општењето, тоа претставува интерперсонална комуникација. Ова е најчест и најпроширен вид на комуникација меѓу луѓето во секоја општествена заедница во минатото и денес. Најголем број меѓучовечки односи во сите сфери на општествениот живот се одвиваат како интерперсонални комуникации. Тие се основа и на другите видови комуникации.

Комуникацијата можеме да ја поделиме и на вербална и невербална. Кога го употребуваме јазикот ние вербално комуницираме. Со помош на зборовите најпрецизно ги искажуваме нашите мисли. Во *вербалната комуникација*, туристичките водичи треба да обрнат внимание на употребата на правилна граматика, избегнување на жаргони, начинот на изговарање на зборовите, тон и висина на гласот, вештина за слушање и др. Во својата работа водичот максимално ги користи своите вербални способности. Тој на групата и раскажува, објаснува, ги упатува и кај нив создава слика на настани, простор, објекти... Тоа значи дека комуникацијата меѓу туристичкиот водич и гостинот е пред сè, вербална.

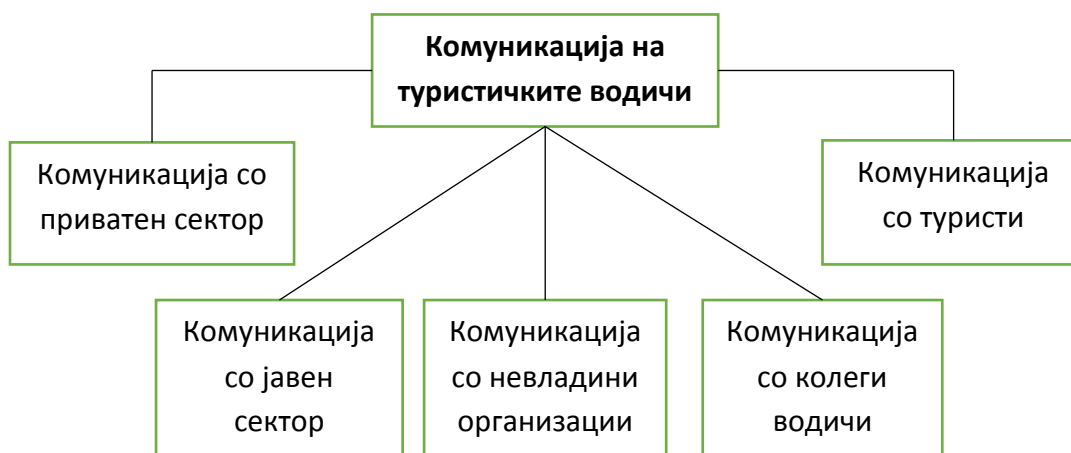
Невербалната комуникација подразбира употреба на гестови, мимики, паузи итн., односно кога не се употребува говор (зборови). Од невербалната комуникација за туристичките водичи најважни се изгледот, насмевката, употребата на гестови, одржување на контакт со поглед, ракување, говорот на телото (став, прилагодена оддалеченост) и др.

Интересен е податокот дека комуникацијата меѓу луѓето околу 20% е вербална, а 80% припаѓаат на невербалните изразни средства. Досегашните сознанија упатуваат на заклучокот дека изговорената порака, проследена со невербалната, ја добива својата смисла и значење, целисходност и влијание⁵⁵.

Важен аспект од работењето на туристичките водичи се поседувањето на соодветна способност за комуникација. Комуникацијата на туристичките водичи со основните учесници во туризмот со кои соработуваат ќе ја претставиме во графиконот подолу.

⁵⁵ Петровски, В., Мирсачиева, С., „Мултикултурализам и интеркултурна комуникација“, УГД, Штип, 2013

Графикон бр.1, Комуникација на туристичките водичи со основните учесници во туризмот



6.1. Комуникација со приватен сектор

Приватниот сектор во туризмот е хетероген и него го сочинуваат многубројни и најразновидни субјекти кои предлагаат туристички и угостителски производи и услуги. Со овие субјекти туристичкиот водич секојдневно се среќава во своето работење. Ќе ги наброиме само поважните, како:

- објекти за сместување;
- објекти за исхрана, забава и пијалаци;
- објекти за спорт и рекреација;
- објекти за малопродажба, занаетчиски дуќани, продавници за сувенири, ракотворби и локални производи, шопинг центри, пазари и др.;
- туристички агенции;
- сообраќајни претпријатија и др.

6.2. Комуникација со јавен сектор

Туристичките водичи во своето работење остваруваат комуникација и со следните институции од јавниот сектор:

- Министерство за економија, Сектор за туризам и угостителство;
- Агенција за поддршка и промоција на туризмот;
- Општини (сектори и одделенија за туризам);
- Туристички информативни центри и туристички бироа;
- Образовни институции;
- Национални паркови и заштитени подрачја;
- Здравствени домови;
- Управа за јавни приходи;
- Инспекциски служби;
- Меѓународни претставништва на Европската Унија, амбасади, конзулати на странски земји;
- Јавни сообраќајни претпријатија;
- Музеи, галерии, театри, кина, опера, библиотеки, зоолошки градини, забавни паркови и др.

6.3. Комуникација со невладини организации

Во меѓународни рамки, постојат повеќе невладини организации кои се важни за туристичките водичи како Европската и Светската федерација на здруженија на туристички водичи. Во нашата земја постојат три организации во кои се здружуваат туристичките водичи, а тоа се Сојузот на туристички водичи на град Скопје, Здружението на туристички водичи на град Охрид и Здружението на туристички водичи и придружници на Република Македонија.

Препорачливо е туристичките водичи да земат активно учество во некое од локалните здруженија и да ги следат промените и новитетите од меѓународните организации кои се занимаваат со проблематиката на туристичкото водење, бидејќи работата на туристичките водичи постојано се менува и подобрува согласно константниот развој на туризмот и промената во потребите на туристите.

6.3.1. Здружение на туристички водичи и придружници на Република Македонија

Основната дејност на Здружението за туристички водичи и придружници на Македонија е координирање и раководење на стручниот кадар, односно водичите и придружниците⁵⁶. Здружението е во координација и соработка со низа институции и организации, со цел подигање на квалитетот на водичката служба во Македонија. Мисијата на ЗТВПМ е преку изградба на човечки ресурси да ја издигне свеста за промовирање на културното наследство на Република Македонија, како на домашните така и на странските туристи.

Здружението на туристички водичи и придружници на Македонија е надлежно за издавање на легитимации по основа на јавно овластување добиено од Владата на Република Македонија.

Професијата туристички водичи во Република Македонија се обавува од 1978 година. Оваа професија произлегува од потребата на туристичките агенции на своите клиенти-патници да им ги презентираат карактеристичните особености на државите и градовите кои се посетуваат во странство, но многу повеќе на странските гости кои ја посетуваат нашата земја како туристи, но и како гости на Владините институции, Собранието на Република Македонија, посетители на разни бизнис, спортски, културни и други манифестации.

Туристички водичи се репрезенти на државата и призма низ која странските гости го градат впечатокот за нашата земја. Од квалитетот на нивната презентација зависи дали странските посетители ќе си заминат во своите земји не само со убави слики во фотоапаратите, пријатни впечатоци за нашата кујна и гостопримството на граѓаните на нашата земја, но уште повеќе со квалитетна иреална претстава за историјата, географијата, општественото уредување и културното наследство на нашата земја. Од таму професијата туристички водичи се наметнува како професија од посебен интерес за државата.

6.3.2. Европска федерација на здруженија на туристички водичи (FEG)

Ова здружение е формирано во 1986 година во Париз, со цел да ја претставува професијата на нив'о на Европскиот континент, да го подобри квалитетот на услугата која ја добиваат посетителите на Европа и да ги зближи и зајакне врските помеѓу професионалните туристички водичи од Европа⁵⁷. Здружението го претставува гласот на туристичките водичи од Европа и се залага за промовирање и разбирање на професијата туристички водич. Во здружението членуваат 18 полноправни, 5 придружни и 9 кореспондентни земји членки. Здружението има изработено најразлични видови на обуки, тренинг и сопствени стандарди за квалитет во услужувањето.

6.3.3. Светската федерација на здруженија на туристички водичи (WFTGA)

Во оваа невладина организација членуваат здруженија на туристички водичи од целиот свет (повеќе од 70 земји и 200.000 водичи); индивидуални туристички водичи каде што не постојат асоцијации; партнери од туризмот на обете страни на (WFTGA) и членови од здруженија; образовни институции од областа на туризмот за туристички водичи; конвенциски и туристички бироа и членови на филијали кои имаат директна или индиректна поврзаност со туристичките водичи. Главната цел на федерацијата е

⁵⁶ <http://vodicimk.org.mk/>

⁵⁷ <http://www.feg-touristguides.com/>

да се промовира, рекламира и да обезбедува признавање на туристичките водичи како меѓународни амбасадори. Тие обично се првите, а понекогаш и единствени претставници на населението што еден посетител би ги сретнал. Федерацијата нуди услуги за нејзините членови, но, исто така, комуницира со оние кои бараат професионални услуги од туристички водичи во специфична област. Организацијата, исто така, активно ги промовира своите членови на здруженија и партнери од туристичката индустрија низ светот⁵⁸. Меѓународен ден на туристичките водичи е 21-ви Февруари.

6.4. Комуникација со колеги туристички водичи

Необучените туристички водичи често прават грешка кога се обидуваат да ја скријат својата несигурност и да демонстрираат големи познавања и искуство пред своите колеги. При комуникацијата со колегите, подобро е искрено да им се каже какво е искуството на водичот во водењето на групи. На овој начин, кога ќе има потреба, водичот ќе може да добие соодветна помош или совети од страна на своите колеги.

6.5. Комуникација со туристи

Туристот, особено кога се задржува за подолго време во туристичката дестинација, освен ориентацијата и информацијата, има потреба и од здружување со другите туристи. Бидејќи овој мотив за комуникација не секогаш го истакнуваат туристите, се поставува прашањето како би можел водичот да ја задоволи оваа потреба од комуникација. Водичот е во потрага по контакт со групата и се обидува да го предизвика нејзиното рецептивно однесување. Комуникативното туристичко водење има за цел дискусија со туристите за објектот кој го посетуваат во која тие можат да го изразат своето знаење, претпоставки и асоцијации. Преку комуникативното водење се намалува концентрацијата врз личноста на водичот. Меѓу водичот и туристите, како и помеѓу самите туристи се развива разговор. Водичот станува водител на разговорот, модератор, кој ги поврзува деловите од разговорот со структурата на програмата.

Методите за избегнување на едностраната комуникација се импулсите и прашањата поставени на групата. Затоа треба да биде запазен слободниот разговорен стил на презентацијата, бидејќи во спротивен случај прашањата делуваат строго и образовно и ефектот на поширока комуникација помеѓу водичот и туристот се губи.

Основните комуникативни способности потребни при водењето на групи од страна на туристичкиот водич се следните:

- Да создава и поддржува контакти со различни социјални категории и групи туристи;
- Да создава и пренесува туристички говор (презентација) во согласност со националните и социјално психолошките карактеристики на групата;
- Да додаде во соодветен момент од говорењето информација за актуелни, културни, политички, економски и спортски случувања, како од посетената земја, така и од земјата на туристите;
- Да владее со гласот и со интонацијата и
- Да има целосно внимание кон туристите за време на говорењето и да одговара компетентно на поставените прашања.

⁵⁸ <http://www.wftga.org/who-we-are/>

Прашања за дискусија

Објаснете за историскиот развој на туризмот и туристичкото водење? Кој закон го регулира туристичкото водење во нашата земја? Какви видови на туристичко водење постојат? Што претставува разгледот? Каква е поделбата на туристичките водичи според повеќе критериумската класификација? Кои се функциите на туристичкиот водич? Кои меѓународни организации се поврзани со туристичкото водење? Кои се основните учесници во туризмот со кои соработува и комуницира туристичкиот водич? Кои се основните комуникативни способности потребни при водењето на групи?

Сценарио на туристичко водење

Туристичка агенција ве побарала да направите разглед на Скопје за група од 50 туристи кои престојуваат во градот поради учество на меѓународна научна конференција. Групата е во мешан состав (мажи и жени), на возраст од 25 до 55 години и во најголемиот дел туристите се професори по историја од различни Балкански земји како Бугарија, Босна и Херцеговина, Албанија, Словенија, Хрватска, Турција и Србија. Групата треба да ја водите на англиски јазик. Туристите престојуваат во хотел Континентал, каде се проведува конференцијата. Разгледот на градот се одвива во сабота (месец Септември), треба да трае 3 часа, започнува во 13:00ч, а на располагање имате туристички автобус. Временските услови се поволни. Образложете го следното:

- Каква комуникација ќе направите со туристичката агенција?
- Како ќе се најавите на рецепцијата во хотел Континентал?
- Како ќе се облечете и како ќе и се претставите на групата?
- Како ќе и се обраќате на групата?
- Какви насоки на движење и информации ќе му дадете на возачот?
- Како ќе го организирате разгледот?
- Од каде ќе започнете?
- Кои објекти ќе бидат од посебен интерес за оваа група туристи?
- Од каде ќе најдете материјали за овие објекти?
- Како ќе постапите додека во текот на разгледот ве запре туристички инспектор?
- Во текот на разгледот среќавате ваш колега кој води друга група туристи. Како ќе го поздравите?
- Како ќе комуницирате со кустосите во спомен куќата на Мајка Тереза?
- Каде ќе направите пауза за кафе и тоалет? Каква комуникација ќе направите со вработените во угостителскиот објект?
- Каде и како ќе го завршите разгледот?
- Кои ќе бидат вашите завршни коментари и поздрав со групата?
- Доколку има интерес, каде би им препорачале на туристите да излезат вечерта?
- По исплатениот хонорар, на крајот од годината треба да направите даночна пријава до УЈП. Како ќе постапите?

Користена литература

1. „Tourism Services — Requirements for the provision of professional tourist guide training and qualification programmes“, European Committee for Standardization, 2007
2. „UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition“, 2013
3. „Закон за туристичка дејност“, Службен Весник на Република Македонија бр.62 од 16.09.2004
4. „Туризам во Република Македонија, 2008-2012“, ДЗС, Скопје, 2013
5. Bateman, H., Harris, E., McAdam, K., „Dictionary of Leisure, Travel and Tourism“, A & C Black Publishers Ltd., 2006
6. Butler, R., Russell, R. eds., „Giants of tourism“, UK, 2010

7. Collins, V.R., „Becoming a Tour Guide: Principles of Guiding and Site Interpretation“, Thomson, 2000
8. Cruz, Z., „Principles and Ethics of Tour Guiding“, Rex Book Store, 1999
9. Jennings, G., Poloviz Nickerson, N., „Quality tourism experiences“, Elsevier Butterworth–Heinemann, 2006
10. Lockwood, A., Medlik, S., eds., „Tourism and hospitality in the 21st century“, Butterworth-Heinemann, 2001
11. Pender, L., Sharpley, R., eds., „The management of tourism“, London, 2005
12. Radošević, B., „Turističko vođenje: teorija i praksa“, Visoka Turistička Škola, 2011
13. Rae, W.F., „The business of travel: a fifty years record of progress“, London, 1891
14. Shackley, M., „Atlas of travel and tourism development“, UK, 2006
15. Sherman, R., „Class acts: service and inequality in luxury hotels“, Los Angeles, 2007
16. Smith, M., Puczko, L., „Health and wellness tourism“, UK, 2009
17. Towner, J., „The grand tour a key phase in the history of tourism“, Annals of tourism research, Vol. 12, pp. 297-333, 1985
18. Williams, S., „Tourism geography: a new synthesis“, London, 2009
19. Мариноски, Н., „Туристички агенции“, ФТУ, Охрид, 2008
20. Матковски, А., „Македонија во делата на странските патописци 1850-1864“, Скопје, 1992
21. Петровски, В., Мирсачиева, С., „Мултикултурализам и интеркултурна комуникација“, УГД, Штип, 2013
22. Штетик, С., „Водичка служба во туризмот: Научете да водите“, Скопје, 2007
23. Янева, М., „Екскурзоводско обслужване“, УНСС, София, 2009
24. раководител на туристичка агенција.
25. Кристофер Лавлок, Јохен Вирц (2012) Маркетинг на услуги – луѓе, технологија и стратегија. Ars Lamina
26. Томас Л. Минс (2012) Деловна комуникација. Ars Lamina
27. Луиз Мутињо (2012) Стратегиски менаџмент во туризмот. Ars Lamina
28. Филип Котлер, Џон Т. Бовенс, Џејмс Ц. Макенс (2009) Маркетинг во хотелската индустрија и туризмот. Датапонс
29. Кристофер Хил, Мајкл Смит (2013) Меѓународните односи и Европската Унија. Ars Lamina
30. Емили А.Шулц, Роберт Х.Лавенда (2009) Културна антропологија - гледиште на човековата состојба. Просветно Дело
31. А. Џ. Вудсајд, Џ. И. Крауч, Џ. А. Мазанек, М. Оперман, М. Ј. Сакаи (2014) Потрошувачка психологија на туризмот, гостопримливоста и на забавните содржини. Ars Lamina
32. 11. Џ. А. Мазанек, Џ. И. Крауч, А. Џ. Вудсајд, Џ. Р. Брент Ричи (2014) Потрошувачка психологија на туризмот, гостопримливоста и на забавните содржини - Книга 2. Ars Lamina
33. 12. Виктор Т. Ч. Мидлтон, Алан Фајал, Мајкл Морган (2014) Маркетинг во патувањата и туризмот. Ars Lamina

Интернет страни

<http://vodicimk.org.mk/>

<http://www.feg-touristguides.com/>

<http://www.wftga.org/>



ISBN 978-608-244-486-4