



1. ВОВЕД

СТРАТЕГИСКИОТ ПЛАН ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ НА БИТОЛА за периодот 2008 – 2013 е една од клучните цели на проектот на Општината Битола со назив „Поврзување и промоција на културата и туризмот на Флорина и Битола“.

Општината Битола го имплементира овој проект со поддршка на Општината Флорина од Р.Грција во периодот август 2007 – февруари 2009 г.

Овој проект е финансиски подржан од Европската Унија во рамките на Програмата за соседство Р.Грција – Р.Македонија преку инструментите INTERREG III A/ CARDS. КАРДС инструментот е раководен од договорниот авторитет, Европската Агенција за Реконструкција, која го води финансирањето на проектот под ознаката 04MAC03/01/01/003.

Во рамките на своите активности Проектот предвидува „реализација на истражување и изработка на Стратегија за развој на туризмот...“. Извршувањето на оваа задача го превзеде експертскиот тим на Консултантот - друштвото за деловни услуги Мулти Импекс, д.о.о. Битола.

Согласно превземената задача, во периодот април – септември 2008 беа превземени следните активности:

1) Подготовка и реализација на истражувања на:

- профилот на Битола од аспект на туризмот;
- улогата и активностите на Локалната самоуправа во областа на туризмот;
- состојбите кај носителите на стопанските сектори релевантни за туристичката индустрија;
- мислењето на граѓаните на Битола;
- мислењето на посетителите за Битола.

2) SWOT анализа на наоѓањата на севкупното истражување.

За потребите на оваа анализа на 5-ти август 2008 беше одржана еднодневна работилница со советодавна група, составена од 24 релевантни носители на туризмот од Битола.

3) Изработка на нацрт на Стратегијата за развој на туризмот во Битола.

Избраниот консултантскиот тим во состав: Јане Вртески – тим лидер и консултант за стратешко планирање, Ирена Ружин – консултант за туризам и култура и Марија Герас Дочовска - консултант за меѓународни деловни односи, во извршувањето на погоре опишаните активности беше подржан со уште 5 стручни соработници, експерти за спроведување на истражувања, туризам, економија, култура и секако логистика.

Во изминатите месеци беа контактирани и/или испрашани и консултирани околу 530 физички и правни лица чии што податоци и мислења беа внимателно и стручно анализирани.

Резултатот на опишаните напори и залагања е овде презентираниот документ.





2. ПОЈДОВНА ОСНОВА

Општина Битола е во процес на изработка на Стратегија за локален развој на општината во периодот 2008-2013 година, каде предлог Визијата за локалниот развој е:

Општина Битола е посакувано место за живеење со одржлив социо-економски и културен развој

За остварувањето на оваа Визија, тимот за планирање на Стратегијата, одреди 5 стратемски области во кои треба да се фокусираат ресурсите на општината: Економскиот развој, Руралниот развој, развојот на Културата и Образованието, Заштитата на животната средина и развојот на Туризмот.

Како што беше потцртано во Воведот, во рамките на Проектот е предвидена изработката на Стратегија за развој на туризмот во општина Битола за периодот 2008-2013 година.

Целта на оваа стратегија е да се даде здрава и координирана рамка во која туризмот во општината ќе се развива во наредните 5 години.

Бројни документи и истражувања беа извор на информации за оваа стратегија, како што се:

- *Просторен план на РМ, Експертен елаборат: Развој на туризмот и организација на туристичките простори, Географски институт при ПМФ - Скопје 1999 година*
- *Локален акционен план за економски развој на Општина Битола 2000, USAID*
- *Master Plan "Sustainable tourism development of the village of Maloviste", Fotis Kilipiris, Evangelos Christou, Ioannis Karamanidis, Thessaloniki, Greece, June 2001*
- *Научна Мисла IV – материјали од научниот собир: Пелистер и можностите за развој на туризмот и еколошката заштита во потпелистерските села, 24.11.2001, Битола, Друштво за наука и уметност – Битола и Национален парк „Пелистер“ – Битола, 2002*
- *План за управување со Национален парк „Пелистер“, Национален парк „Пелистер“, Ноември 2005*
- *Акционен план за остварување на визијата на општина Битола до 2010 год., 2004, Општина Битола*
- *Стратегија за рурален развој 2008-2013, 2007, МААСП*
- *Профил на Општина Битола, 2007, Општина Битола*
- *Стратегија за локален развој на општина Битола 2008-2013, 2008, Општина Битола, ЕУ*
- *Стратегија за Ромите 2006- 2010 за Општина Битола, 2006*
- *Локален акционен план за социјална заштита, 2006, МТСЗ*

Во периодот на изработка на Нацрт Стратегијата со цел да се соберат потребните податоци и информации, беа направени низа на анкети, интервјуа и разговори со заинтересираните страни.

Во периодот 19-21 Септември 2008 година во Битола, во хотелот „Епинал“, беше одржан конгрес со наслов "Конгрес за промоција на туризмот и културата", како дел од Проектот за прекугранична соработка со Општина Флорина.





На првиот ден од конгресот кој беше и свечено отворање на истиот присуствуваа околу 300 посетители, а исто така имаше мал саем на кој зедоа учество институциите на културата од Битола. На свеченото отворање учествуваа претставници од туристичко – угостителскиот сектор од Битола и Македонија, претставници на јавните претпријатија, странски аташеа од Руската, Словенечката, Турската и Хрватската Амбасада во Република Македонија како и сите почесни конзули од Битола, партнерите од Префектурата на Флорина, претставници од невладиниот сектор, владини претставници од Одделот за туризам, од Министерството за економија, претставници од Управата за заштита на културното наследство, професори од двата факултети за туризам во нашата држава и многу други.

На првиот ден од Конгресот беа претставени целите на конгресот и беше презентирана изработената нацрт верзија на Стратегијата за развој на туризмот на општина Битола 2008-2013, чија што понатамошна разработка беше главна тема на конгресот.

Во текот на двата дена се одржаа и активни работилници на кои зедоа учество околу 70 луѓе, што и тоа како беше показател за заинтересираноста на различните претставници за развојот на оваа дејност и решавање на проблемите кои што постојат.

Дел од забелешките, коментарите и предлозите кои произлегоа од работата за време на Конгресот се дел од оваа Стратегија.

3. СТРАТЕГИСКИ КОНТЕКСТ

2.1 Глобални туристички трендови

Уште во јануари 1994 година, Европскиот Парламент со резолуција истакнува дека „туризмот треба да биде идентификуван како стратески приоритет за економски развој и треба да и се даде посебен статус на оваа индустрија ...“ Во продолжение се додава дека „туризмот е исто така неспорен социјален фактор кој го охрабрува признавањето на различностите и го намалува диспаратот на регионите. Туризмот може да одигра растечка улога по однос на фундаменталниот концепт на европско граѓанство“ (Tamara Rátz, 2004 „EUROPEAN TOURISM“ ISBN 963 9558 12 5).

Патувањето и туризмот се едни од светските водечки развојни сектори и еден од најголемите работодавачи. Во 2007, туристичкиот сектор учествуваше со 9,9% во светскиот БДП и овозможуваше 233 милиони работни места. Глобално гледано, наредната декада изгледа мошне поволна за развој на туристичкиот сектор. Се очекува новите економии да продолжат да растат мошне брзо поттикнувајќи го растот на меѓународните патувања и создавајќи динамичен домашен туристички сектор. Глобализацијата ќе продолжи, а овие економии ќе се интегрираат во светската економија. Во развиените земји, зголемениот животен стандард и зголемените потреби за одмор и релаксација, се очекува да создадат пазари за нови дестинации. Ќе продолжи да се зголемува популарноста на кратките патувања, како домашни, така и интернационални. Иновациите во туристичкиот сектор ќе креираат нови производи и пазари.

Проценка е дека патувачката и туристичката економија во периодот 2009 – 2018 ќе расте 4% годишно, при тоа поддржувајќи 296 милиони работни места до 2018 година, кои ќе претставуваат 9,2% од сите работни места и ќе создаваат 10,5% од светскиот БДП. Дури и во оние земји, каде има побавен економски раст, не се очекува намалување на глобалната побарувачка за патување и туризам, туку само може да се очекува пренасочување од меѓународните кон домашните дестинации. (Извор: Светскиот совет за патување и туризам – WTTC, The 2008 Travel & Tourism Economic Research, Executive Summary).





Според истражувањата на Европската комисија за патување (ЕТС) (септември 2006), европскиот пазар ќе биде под силно влијание на повеќе фактори, од кои овде ќе ги издвоиме влијанието на трендовите во: демографијата, животната средина, културата, искуствата од патувањата, како и трендовите во маркетингот.

2.2 Развој на туристичката понуда и побарувачка во Македонија

Туризмот, заедно со земјоделството, се идентификувани од страна на Владата, како едни од приоритетните сектори за развој. Во декември 2007, беше претставена Нацрт верзијата на Развојната стратегија за туризмот, која има за цел да им обезбеди рамка и неопходна доверба на постојните актери, странските и домашните инвеститори, како и на меѓународните донаторски агенции, да му се посветат на туризмот во Република Македонија.

Националната визија за развојот на туризмот според Нацрт стратегијата е:

Република Македонија до 2012 година ќе воспостави имиџ/слика на врвна европска дестинација за туризам базиран на богата природна и културна средина, и ќе биде призната по производите и услугите со висок квалитет кои се на ниво на најдобрите светски искуства.

Иако податоците на национално ниво се мошне оскудни, од аспект на тоа што Република Македонија се најдува во групата на земји од јужна и медитеранска Европа, трендовите кои се идентификувани во туризмот во Европа, се релевантни и за Република Македонија.

Според Државниот завод за статистика на Р. Македонија, бројот на туристи во 2007 во споредба со 2006 бележи раст од 7,4 %, а бројот на ноќевања за 5,3%.

Фреквенцијата на странските туристи, врз база на ноќевање во регистрираните капацитети за сместување драстично се зголемила во последните години по конфликтите во регионот, од 99,000 во 2001 на 202,000 во 2006. Во истиот период, домашниот туризам се зголемил скоро за 50% од 234,000 на 345,000.

Покрај домашните туристи, најголемиот број туристи доаѓале од Србија, Црна Гора, Грција, Албанија и Бугарија.

Туризмот во Р. Македонија е нееднакво распределен, со посебна концентрација на неколку локалитети како Охридското езеро и градот Скопје. Исто така, туристичките посети не се сезонски рамномерно распоредени. Најголемиот број на туристички посети од домашните туристи се во јули и август, додека странските посети се повеќе или помалку избалансирани во текот на годината.

4. КАДЕ СМЕ СЕГА?

Проектниот тим користејќи ги достапните податоци, направи преглед на перформансите на туристичкиот сектор во рамките на општината (Прилог 1). Главните наоди се:

- Инвестициите во туристичката инфраструктура се занемарливи (и јавни и приватни)
- Не постои значајна координација и соработка во рамките на туристичкиот сектор
- Не постојат стратегиски и акциони планови за развој на туризмот





- Не постои посебен субјект кој ќе го води планирањето и ќе ја координира и менаџира имплементацијата на акционите планови за развој на туризмот (стратегискиот менаџмент со туризмот во општината)
- Постојат значајни потенцијали во рамките на градот и општината во целина кои се делумно искористени, меѓутоа можат да бидат многу повеќе развиени во иднина
- Немањето на адекватна поддршка за претприемачите во туристичкиот сектор
- Општината е спремна долгорочно да го поддржи развојот на туризмот како своја стратегиска област
- Важни ресурси за развој на туризмот во општината од една страна се планините, реките, ливадите, ловиштата, фауната и флората како и богатото културно/историското наследство од друга страна
- Богатиот културен календар со долгогодишни културни настани е еден од основните ресурси за развој на културниот туризам
- Географската положба на општина Битола и транспортната достапност се нејзини предности
- Најголемиот број на посетители во Битола се домашни - жителите на соседните општини од Пелагониско-Преспанскиот регион, а од странските - посетителите од соседните општини во Р.Грција
- Просечното траење на посетите за периодот 2005-2007г. изнесува 2,38 денови, при што должината на посетата бележи континуиран раст и кај домашните и кај странските посетители за просечни 8%
- Од испитувањето на мислењето на носителите на туристичките услуги и културата констатирано е дека Битола има изразена туристичка сезона во летните месеци, кога градот го посетуваат многу иселеници и пријатели и роднини на граѓаните
- Најголемиот дел од посетителите самостојно го организирале патувањето. Само 1,5 % користеле услуги на битолски туристички организации. Од нив 69% пристигнале со патнички автомобили, 27% претходно патувале со авион и дури 24% користеле автобус. Само 7% ја користеле железницата. Најмногу од испитаниците, 68% приситигнале од правецот Скопје – Битола, а само 28% од правецот на Охрид
- Посетите на роднините и пријателите, културното наследство, природата и транзитот се главните двигатели на посетителите на општина Битола
- 34% од испитаниците користеле сместувачки капацитети, додека останатите се сместиле кај роднини или пријатели
- Задоволството од сместувачките капацитети и услугата на персоналот покажува дека секој трет гостин не бил задоволен ниту од сместувањето, ниту од персоналот
- Сите испитани посетители користеле ресторантски услуги. Од нив 72% даваат предност на традиционалната кујна пред интернационалната.
- 77,7% се задоволни со угостителските услуги, а само 3% не биле задоволни од квалитетот на храната
- Посетителите сметаат дека Битола има потреба од: сувенири и промотивни материјали, дополнителна и поквалитетна туристичка сигнализација-вклучително и онаа на влезовите во градот, подобра локација за туристичкиот информативен центар, услуги на туристички водичи, јавен





превоз, локални автобуски врски, подобрување на хигиената и дополнително уредување на постоечките атрактивности - Пелистер, Тумбе кафе, Хераклеа Линкестис

- Што се однесува до туристичката понуда која ја нуди Градот, најчести препораките од испитаниците се: организирање на градски тури и прошетки во околината, можности за изнајмување на моторцикли, повеќе ноќна забава и жива музика во вечерните саати, летни кампови за млади
- Од листата на најдобри впечатоци од посетата во Битола ги издвојуваме: прифатливите цени, старата чаршија, Хераклеа Линкестис, Пелистер, културата и културното наследство, Широк сокак со Златната линија и гостопримството и атмосферата во градот
- Во наредниот период фокусот треба да биде врз поттикнување на приватната иницијатива да се вклучи во развојот на туризмот во општина Битола, искористувањето на постоечките потенцијали како "расадник" за формирање и промовирање на нови локалитети и туристички рути.

SWOT анализата за состојбите во туризмот за општина Битола е дадена во Прилог 2.

5. КАДЕ САКАМЕ ДА ОДИМЕ?

Со оглед на актуелната состојба во туризмот, логично беше да се очекува дека предлозите за среднорочниот развој на туризмот ќе се однесуваат на создавањето на предуслови кои ќе ја претворат општина Битола во туристичка дестинација и ќе ја направат конкурентна на туристичкиот пазар.

Интересот на заедницата за туризмот во голем степен се должи на неговото препознавање како можност за реализирање на економски и социјални користи, од досегашното минимално искористување на потенцијалот на природните и антропогените ресурси на општината. Оценката за вредностите и големината на постоечките ресурси треба да се направи врз база на сознанието за нивното значење и неопходноста на нивното зачувување. Единствено политика на развој, која е базирана на зачувувањето на био-разнообразноста и културните знаменитости може да гарантира траен успех.

Стратегискиот план е развиен "одгоре-надолу": Визија, Водечки принципи (Вредности), Стратегиски цели, Конкретни цели, Активности (Програми и Проекти).

Во склад со Предлог Визијата за локален развој на општина Битола до 2013 година, Предлог Визијата за развој на туризмот е:

Општина Битола и нејзината богата природна околина се нова конкурентна туристичка дестинација на Балканот, со гостопримлива туристичка инфраструктура и со динамична туристичка понуда произлезена од милениумското вкрстување на источната и западната цивилизација.

6. СПОРЕД КОИ ПРИНЦИПИ ЌЕ СЕ ОДНЕСУВАМЕ?

Принципи

Водечките принципи кои беа идентификувани и се широко прифатени од страна на учесниците во процесот на изготвување на стратегијата и врз чие почитување ќе се





развија Стратегијата и идниот менаџмент со развојот на туристичкиот сектор во општина Битола, се базираат врз следните клучни вредности:

Одржлив туризам:

Туристичкиот развој е поставен пред два главни предизвици: како да се генерираат максимални приходи за локалното население и бизнисите, како и за општината во целина и од друга страна до каков степен и на каков начин можат да се искористат и да се валоризираат локалните културни и природни ресурси, без да се оштетат или уништат. Стратегијата треба да постави основа за формирање на единствена политика на локално ниво, која треба да ги балансира често пати спротиставените интереси на бизнисот, власта и заедницата и да гарантира одржливост на развојот.

Светската прифатеност на овој концепт е еден од основните принципи на идниот туристички развој.

Во документот подготвен од страна на Светската туристичка организација (СТО) во 1999 („Етички код за туризам“, усвоен од Генералното собрание на ОН во 2001) се нагласува дека „политиките и активностите поврзани со туризмот треба да се спроведуваат со почит кон артистичкото, археолошко и културно наследство, кое треба да се заштити и предаде на идните генерации; посебно внимание треба да се посвети на заштита и обнова на спомениците, сакралните објекти и музеите,...”

Клучните аспекти на политиката за одржлив туризам вклучуваат: користење на земјиштето, менаџмент со физичката средина, конзервирање на местата со природно и културно наследство, развој на производи кои се движени од пазарот и инвестирање во човечки ресурси.

Профитабилност:

Туристичкиот индустрија во Македонија и во општина Битола имаат со години мошне низок повраток на инвестициите. Бизнисите мора да обезбедат соодветен профит за да осигураат континуиран развој преку инвестиции. Профитабилноста треба да се подобри преку зголемување на искористувањето на средствата во рамките на туристичкиот сектор – на пример, зголемување на индексот на искористеност на сместувачките капацитети или зголемување на бројот на посетители по атракција. Профитабилноста може да биде потпомогната преку воведување на поголема ефикасност – на пример, заеднички маркетинг, или преку обезбедување дека зголемувањето на квантитетот на продажбата не е постигнато врз база на конкурентни стратегии на ниски цени.

Селективни (приоритетни) инвестиции:

Идните инвестициски стратегии ќе треба да бидат мошне селективни и јасно фокусирани. Во една област каде има значајни инвестиции и од јавниот и од приватниот сектор и каде тековно повеќе се инвестирало, треба да се внимава за насоките и целите кои што треба да следат. Со идните неизвесни национални и ЕУ програми потребата од внимателна селекција и приоритизација е повеќе од неопходна. Значи потребно е приоритизација на инвестициите со цел да се надмине дуплирањето на напорите.

Целен маркетинг:

Мора да се потцрта дека ова мора да биде јасен водечки принцип. Во оваа насока како резултат на континуираните промени на ИТ капацитетите, постојаниот развој и брзите





промени на механизмите за достава на информациите преминуваат во норма. Не смее да се претпостави дека во иднина изборот на пазарите, производите и сегментите ќе биде ист како и денес. Потребен е постојан процес на ревизија, за да може да се одреди соодветноста на туристичките производи во рамките на регионот и типот на туристичката побарувачка. Промените кои можат да се случат во други региони можат да доведат до неатрактивност на туристичките производи многу побрзо отколку што сметаат самите доставувачи. Основно за идниот успех ќе биде погледот однадвор врз туристичката индустрија и добрата информираност за трендовите и новите производи.

Јавно приватно партнерство (ЈПП):

Во туристичкиот свет генерално е прифатено дека успешни туристички дестинации се оние каде е изградено партнерство помеѓу јавниот и приватниот сектор. Како прв чекор во воспоставувањето на ЈПП во туристичкиот сектор во општина Битола, фокусот може да се стави врз туристичкиот маркетинг и прашањата поврзани со стратегиското планирање и развој. При тоа трба да биде развиен ефективен двонасочен процес кој ќе обезбеди баланс на ризикот помеѓу јавниот и приватниот партнер.

7. КАКО ЌЕ СТИГНЕМЕ ДОТАМУ?

Со цел да се обезбеди значајно и одржливо зголемување на приходите од туризмот, при тоа следејќи ги петте водечки принципи, се предлагаат пет основни области на интервенција, чија цел е да ја систематизираат работата во областа на реализацијата на стратегијата. Тие се:

1. Менаџмент и координација

Претходните стратегиските документи поставија низа на цели кои не беа реализирани и не станаа видливи. Постои празнина во механизмите за доставување на туристичката понуда и во тој контекст ова мора да биде третирано во стратегијата. Врските со другите агенции: владини, подрачни и општински се многу покомплексни од порано, и како резултат на тоа треба да и се даде висок приоритет и да се обезбедат соодветни ресурси за координација на развојот на туризмот во општина Битола.

2. Развој на туристички производи

Да се обезбеди континуиран развој на низа од атрактивности во рамките на општина Битола и да им се понудат на посетителите нови искуства. Голем дел од напорите ќе бидат фокусирани на подобрување на постоечките атрактивности со цел да се направат достапни и да ја исполнат својата туристичка улога како магнети за привлекување на туристи во регионот.

3. Подобрување на инфраструктурата

Ќе бидат потребни нови инвестиции во туристичката инфраструктура (на пр. Во сместувачки/те капацитети). Исто така ќе бидат потребни значајни инвестиции во комуналната, транспортната, енергетската и социјалната инфраструктура.





4. Туристички маркетинг

Да се продолжи со развојот на капацитетите за маркетинг на дестинацијата, на ТИЦ и другите агенции со цел да се постигне континуитет на добрите практики и при тоа да се имплементираат промени кои што ќе ги бара новиот пристап. Покрај маркетингот на дестинацијата постои потребата постоечките атрактивности да обезбедат соодветни напори и буџети за да можат да преземат сопствена маркетиншка улога.

5. Гаранција за квалитет

Треба да се обезбеди квалитетот на доставените туристички производи да е во согласност со очекувањата на посетителите. Во свет на конкуренција, за туристичкиот сектор ова е повеќе од важно. Ова се однесува и на јавниот и на приватниот и на невладиниот сектор и опфаќа прашања од туристичката сигнализација па се до нељубезниот персонал и времето на достапност до атрактивностите. Ова е важно прашање за развојот на туристичкиот сектор во општина Битола, која е опкружена со квалитетна конкуренција.

Секоја од областите е опфатена со по една стратегиска цел. **Стратегиските цели за развојот на туризмот во општина Битола во периодот 2008-2014 се:**

1. **Стратегиска цел 1.1:** Да се управува развојот на туристичкиот сектор и да се координира работата на сите учесници во секторот на начин преку кој што посетителите ќе ја препознаат битолската туристичка понуда како особено пријателско искуство.
2. **Стратегиска цел 2.1:** Да се обезбеди континуиран развој на низата идентификувани локални и регионални "привлекувачи" и да се поттикне продукцијата на нови компатибилни понуди за посетителите, со цел да се зголеми различноста на Општина Битола за таа да стане неодминлива туристичка дестинација.
3. **Стратегиска цел 3.1:** Да се изгради препознатлива туристичка инфраструктура согласно стандардите на современиот туризам
4. **Стратегиска цел 4.1:** Да се развијат заеднички промотивни пакети и маркетинг активности со што испорачаните "причини за посета" ќе анимираат поголем број на посетители од селектираните национални и меѓународни целни пазари.
5. **Стратегиска цел 5.1:** Да се влијае врз квалитетот на сите сегменти на туристичка понуда со цел да се обезбеди истата да биде во согласност со утврдените очекувања на посетителите.

Поставените цели се меѓусебно поврзани според формата и степенот на искористување на ресурсите и нивно ставање во функција на туризмот. Целите имаат квалитет да претставуваат основа на развојот на туристичката понуда и на ангажираноста и интересот на заедницата и на тој начин да го определат интензитетот на туристичкиот развој во општина Битола. Во тој контекст и реализацијата на целите, и постигнувањето на дефинираната визија се функција од формирањето и пазарната реализација на интегрираниот туристичкиот производ на општината.

Врз основа на претходното, а со цел да се реализираат поставените стратегиски цели, развиени се конкретни цели за секоја од целите.

Како дел на оваа Стратегија за реализација на Конкретните цели е развиен таканаречен **"Прв чекор" Акционен план**, каде се поместени програми и проекти кои треба да создадат првични предуслови за реализација на оваа Стратегија за развој на туризмот во општина Битола во периодот 2009-2010 година.

Конкретните цели за развој на туризмот се:





1. **Стратегиска цел 1.1:** Да се управува развојот на туристичкиот сектор и да се координира работата на сите учесници во секторот на начин преку кој што посетителите ќе ја препознаат битолската туристичка понуда како особено пријателско искуство.
 - Конкретна цел 1.1: Да се управува со развојот на туристичкиот сектор од едно тело
 - Конкретна цел 1.2: Да се координираат активностите во секторот заради поттикнување цврсти партнерски односи помеѓу заинтересираните страни за развој на туризмот
 - Конкретна цел 1.3: Да се зголемат способностите на претприемачите и заедницата за развој на туризмот
 - Конкретна цел 1.4: Да се промовира и воспостави ЈПП

2. **Стратегиска цел 2.1:** Да се обезбеди континуиран развој на низата идентификувани локални и регионални "привлекувачи" и да се поттикне продукцијата на нови компатибилни понуди за посетителите, со цел да се зголеми различноста на Општина Битола за таа да стане неодминлива туристичка дестинација.
 - Конкретна цел 2.1: Да се ревитализираат културно / историските атрактивности и околу нив да се изгради туристичка понуда согласно претходно дефинираните целни групи на посетители за секоја атрактивност посебно или група на атрактивности
 - Конкретна цел 2.2: Програмите на тековните манифестации и фестивали да се збогатат со „периферни“ или паралелни содржини со цел нивното постоење да се одрази врз туристичката понуда и да се развијат нови случувања по принципот на интерактивност
 - Конкретна цел 2.3: Да се создадат услови за Велнес туризам со цел да се максимизира потенцијалот за прифаќање на овие туристи
 - Конкретна цел 2.4: Да се развие рурална туристичка понуда како интегрален дел на „Урбаната“ туристичка понуда на општината
 - Конкретна цел 2.5: Да се превземе лидерство во развојот на погранична и регионална туристичка понуда
 - Конкретна цел 2.6: Да се развијат семејни туристички атрактивности
 - Конкретна цел 2.7: Да се развијат младински/студентски атрактивности

3. **Стратегиска цел 3.1:** Да се изгради препознатлива туристичка инфраструктура согласно стандардите на современиот туризам
 - Конкретна цел 3.1: Да се обезбеди подобар пристап до Битола и до туристичките атрактивности, и поголема достапност на туристичките производи
 - Конкретна цел 3.2: Да се развие и имплементира стратегија за стандардизирана туристичка сигнализација и сигналитика на ниво на регион со цел да се максимизира пристапноста за посетителите
 - Конкретна цел 3.3: Да се поттикне употребата на придобивките на информатичкото општество за потребите на посетителите





4. **Стратегиска цел 4.1:** Да се развијат заеднички промотивни пакети и маркетинг активности со што испорачаните "причини за посета" ќе анимираат поголем број на посетители од селектираните национални и меѓународни целни пазари.

Конкретна цел 4.1: Да се идентификува јасен план за развој на Битола како туристички бренд со искористување на нејзиното реноме на културен центар со уникатно културно наследство

Конкретна цел 4.2: Да се развијат програми за маркетинг на дестинацијата за сегментирани целни пазари

5. **Стратегиска цел 5.1:** Да се влијае врз квалитетот на сите сегменти на туристичка понуда со цел да се обезбеди истата да биде во согласност со утврдените очекувања на посетителите.

Конкретна цел 5.1: Да се подобри еколошката средина

Конкретна цел 5.2: Едукација и тренинг на бизнисите за квалитетот на туристичката понуда вклучувајќи едукација за гостопримство

8. „ПРВ ЧЕКОР“ АКЦИОНЕН ПЛАН

Почетните напори за развој на туризмот во општина Битола имаат за цел да создадат услови за координација помеѓу заинтересираните страни за развојот на туризмот во општината, да се идентификува јасно лидерство, како и да станат видливи за носителите и заедницата напорите и инвестициите кои се прават во областа на развојот на туризмот. За остварувањето на овие цели потребно е да се обезбеди финансирање и ефективна имплементација на „Првиот чекор“ Акционен план за периодот 2009-2010. „Првиот чекор“ Акциониот план е претставен во Прилогот 1.

За реализацијата на конкретните и стратегиските цели, треба да се развијат Програми за развој на туризмот кои на подолг рок ќе донесат промени во туристичкиот сектор во Општина Битола. Програми за развој на туризмот што ги предвидува „Првиот чекор“ Акционен план се:

- Програма за партнерство и соработка
- Програма за подигнување на локалната свест за вредностите на развој на туризмот
- Програма за градење на човечките ресурси и капацитети за развој на туризмот
- Програма за развој на интегрирана туристичка понуда
- Програма за ревитализација на културното наследство
- Програма за обезбедување на подобар пристап до Битола и до туристичките атрактивности, и поголема достапност на туристичките производи
- Програма за воспоставување на стандарди на туристичката понуда

Секоја од овие програми поединечно или неколку програми заедно ќе поддржуваат проекти со кои ќе се реализираат идентификуваните мерки и активности за поддршка на развојот на туризмот во општината.

АКО ОДАМ ВО БИТОЛА е проект кој ќе одигра лидерска улога заедно со слоганот „ГОСТОПРИМСТВОТО Е НАШЕ МОТО“, ставајќи го задоволството на посетителите од





туристичката понуда во фокусот на мерките и активностите, со цел да ги обедини напорите од неколку различни програми, и во краток рок да постигне мобилизација и координација на ресурсите и на заинтересираните страни за развој на туризмот во рамките на Општината Битола.

Фондацијата Центар за унапредување на туризмот (ЦУТ) заедно со **Координативното тело** формирано од Градоначалникот, ќе ја имаат улогата на лидери во координирањето и промовирањето на напорите за развој на туризмот. ЦУТ ќе ја носи одговорноста за водење на процесот за изработка на таканаречен **“Втор чекор” Акционен план**, за периодот 2011-2014. Овој Акционен план треба врз основа на постигнувањата од „Првиот чекор“ Акционен план, уште повеќе да го зајакне партнерството помеѓу заедницата и туристичката индустрија со цел понатамошен развој и зголемен квалитет на туристичката понуда. Главниот фокус во овој период треба да биде насочен кон значајно зголемување на инвестициите во подобрувањето на постоечката инфраструктура и градење на нова.

По овој период следи донесување на нова стратегија за развој на туризмот во Општина Битола, која ќе биде **„Стратегија на промени“** за периодот 2015-2020 година. Во овој период треба да се очекува приходите од туризмот континуирано да се зголемуваат и да претставуваат значаен дел од локалната економија. Исто така треба да се очекува туристичкиот сектор континуирано да создава нови работни места и да биде еден од неколкуте носители на развојот на општината и регионот.

9. БУЏЕТ И ФИНАНСИРАЊЕ НА „ПРВ ЧЕКОР“ АКЦИОНЕН ПЛАН

“Првиот чекор” Акционен план има предвидено соодветен Буџет за реализација на активностите. Овој Буџет дава приближна проценка за потребните средства за реализација на еден дел од клучните задачи, со што на Советот на Општина Битола му се овозможува да планира почетни средства во рамките на Буџетот на Општината неопходни за отпочнување со имплементацијата.

За оние клучни активности во кои се предвидува развивање на мерки и активности, изработка на физибилити студии и проектни документации, развој на стратегиски документи итн., не се одредени износи на потребниот буџет затоа што потребните информации за нивно проценување, како и изворите на финансиски средства се ограничени или не постојат во моментот на изработката на овој Акционен план. Ќе биде задача на ЦУТ, како и на другите заинтересирани страни поблиску да ги одредат потребните средства за реализација на овие програмски и проектни активности.

Генерално, Акциониот план може да се финансира со средства од Буџетот на Општината, средства од бизнис заедницата и дополнителна финансиска помош и поддршка обезбедена преку финансирање на проектни активности од страна на национални и меѓународни институции и организации.

Покрај финансиските средства кои ќе бидат одобрени од страна на Советот на општина Битола во рамките на Буџетот за поддршка на работата на ЦУТ, и за финансирање на програмите и проектите од “Првиот чекор” Акционен план, дополнителни финансиски средства ќе се бараат од следните извори:

Финансиска Програма	Институција
---------------------	-------------





Финансирање на проекти од областа на туризмот	Агенција за поддршка на туризмот, Министерство за економија
Реконструкција, ревитализација и реставрација на културно /историски споменици и финансирање на културни настани	Министерство за култура
Различни програми и проекти	Влада на РМ
Инфраструктура	Министерство за транспорт и врски Министерство за животна средина
Фондови за рамномерен регионален развој	Биро за рамномерен регионален развој
Програми на ИПП-ПГС меѓу Македонија - Албанија 2007-2013 <i>Индикативниот буџет за програмите за Македонија е 4,8 милиони EUR (од ИПА) со просечно локално учество од 15%</i>	Европска комисија/Техничка канцеларија
Програма на ИПП-ПГС меѓу Македонија – Грција 2007-2013 <i>Индикативниот буџет за програмите е 15.054.445 EUR (од ЕФРР-Европски Фонд за регионален развој) и 9.755.560 EUR (од ИПА) со просечно локално учество од 26%</i>	Европска комисија/Техничка канцеларија
ИПА компонентата за Развој на човекови ресурси	Централното одделение за финаисрање и договори (CFCD - Central Finance and Contracting Department) и Министерството за труд и социјална политика (за активностите во рамките на приоритетните оски 1 и 3), односно Министерството за образование и наука (за активностите во рамките на приоритетната оска 2)
Програми и проекти поврзани со младите и спортот	Агенција за спорт и млади
Различни типови на проекти	Донаторите во РМ
Кредитни линии за општината	Пр.Проектот за подобрување на општинските услуги (Светска банка)
ЈПП	Бизнис секторот

