
CHARACTERISTICS OF THE CITY TOURISM WITH ACCENT TO THE CITY TOURISM IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Darko Majhosev

darko-majhosev@hotmail.com

Abstract: With their cultural and historical contents, cities have always attracted tourists, thus contributing to creating a new kind of tourism - city tourism. The potentials of cities have contributed to creating other types of tourism such as fair, cultural, congressional, sports, religious tourism, etc. City breaks have become a contemporary trend and a phenomenon in world tourism, which an increasing number of tourists is becoming more interested in, and these tourists want to spend their short breaks, holidays or weekends in them. Comprehensive and short visits to major cities offer an opportunity to discover their tourist values such as ambience, architecture, culture, art, people, customs, etc. Basically, urban tourism is an activity that takes place in urban areas. City break is the third most important type of tourism in international tourism and the third most important type of vacation and traveling in Europe after "sun and beach" and "tour". In the last three decades, tourism in the world has been witnessing a constant growth of city break. The growth of this type of tourism is associated with the growth of the urban population in the world. City break tourism gives an impetus to the revitalization of urban areas. Historic cores of cities and pedestrian zones are urban spaces that appeal to visitors and are always attractive places visited by most tourists in all seasons. One of the most common activities of city break is seeing the sights of a city, its attractions, museums, galleries and historical landmarks, most often with a special open-type bus with a tour guide.

Keywords: city, tourism, culture, infrastructure, urban space, attractions.

КАРАКТЕРИСТИКИ НА ГРАДСКИ ТУРИЗАМ СО АКЦЕНТ НА ГРАДСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Дарко Мајхосев

darko-majhosev@hotmail.com

Резиме: Градовите со своите културно-историски содржини од секогаш ги привлекувале туристите, со што допринесуваат да се создаде еден нов вид на туризам – градски туризам. Потенцијалите на градовите допринеле да се создадат и други видови на туризам како што е саемскиот, културниот, конгресниот, спортскиот, религиозниот и сл. Градскиот одмор (city break) стана современ тренд и феномен во светскиот туризам за кој се интересираат се поголем број на туристи кои сакаат својот краток одмор, празници или викенд да го поминат во нив. Содржајните и кратки посети на големите градови даваат можност за откривање на нивните туристички вредности како што се амбиентот, архитектурата, културата, уметноста, луѓето, обичаите и др. Во основа урбаниот туризам е активност која се одвива во урбаните средини. Градскиот туризам (city break) е трет најважен вид на туризам по обем во меѓународниот туризам и трета најважна врста на одмор и патување во Европа после "сонце и плажа" и "турнеја". Во последните три децении, туризмот во светот го прати константен раст на градскиот туризам. Порастот на овој вид туризам се поврзува со порастот на урбаното население во светот. Градскиот туризам е поттикнувач за ревитализација на урбаните подрачја. Историските јадра на градовите, пешачките зони, се градски простори кои се допаѓаат на посетителите и секогаш се привлечни места кои се посетени од најголем број туристи во сите сезони. Една од најчестите активности на градскиот туризам е разгледување на градот, неговите атракции, музеи, галерии и историски знаменитости најчесто со специјален автобус од отворен тип во кој има и туристички водич (sightseeing).

Клучни зборови: град, туризам, култура, инфраструктура, урбан простор, атракции

1. ПОИМ, ДЕФИНИЦИЈА И КАРАКТЕРИСТИКИ НА ГРАДСКИОТ ТУРИЗАМ

Градовите со своите културно-историски содржини од секогаш ги привлекувале туристите. Потенцијалите на градовите допринеле да се создадат и други видови на туризам како што се: саемскиот, културниот, конгресниот, спортскиот и сл. Градскиот одмор (city break) стана современ тренд и феномен во светскиот туризам за кој се интересираат се поголем број на туристи кои сакаат својот краток одмор, празници или викенд да го поминат во нив. Содржајните и кратки посети на големите градови даваат можност за откривање на нивните туристички вредности како што се амбиентот, архитектурата, културата, уметноста, луѓето, обичаите и др. Во основа урбаниот туризам е активност

која се одвива во урбаните средини. Градскиот туризам (city break) е трет најважен вид на туризам по обем во меѓународниот туризам и трета најважна врста на одмор и патување во Европа после *"сонце и плажа"* и *"турнеја"*. Во последните три децении, туризмот во светот го прати константен раст на градскиот туризам. Порастот на овој вид туризам се поврзува со порастот на урбаното население во светот кое има потреба од нови сознанија и искуства во другите урбани центри.

Градскиот туризам е поттикнувач за ревитализација на урбаните подрачја. Историските јадра на градовите, пешачките зони, се градски простори кои се допаѓаат на посетителите и секогаш се привлечни места кои се посетени од најголем број туристи во сите сезони. Градот Барселона, благодарение на повеќедецениската посветеност на локалната (градската) власт на урбаната трансформација на градот во теоријата е означена како град – модел со силен културен имиџ и идентитет. Барселона ужива имиџ на туристичка и инвестициона атрактивна дестинација за што сведочат и истражувањата кои се спроведуваат на годишно ниво во Европа. Иновативниот пристап на креирање и управување на брендот на градот – регионот најдобро се отсликува во воведувањето на техника на персонални асоцијации, кои стана меѓународно прифатен инструмент за унапредување на имиџот на местото (т.н. Гауди гамбит).

Градовите кои се наоѓаат на реки, езера или море особено ги привлекува туристите кои сакаат забава и уживање. Често во тие градови се појавуваат рекреативни и забавни содржини. На пример, Београд како град на реки, благодарјќи на сплавовите и ноќната забава во 2009 година е прогласен за град на забавата (LonelyPlanet).

Изложбите и конгресите се меѓу главните причини за масовни посети на туристите, каде дури 40% од посетителите кои оствариле едно ноќевање дошле од тие причини. Конгресите се важен сегмент на градскиот туризам, бидејќи се одржуваат во текот на целата година, а учесниците се значаен потрошувачки елемент кои конзумираат и други содржини како на пример култура, уметност, спорт, шопинг.

Фестивалите, изложбите, туристичките квартави, местата за разонода и бројните и разноврсни ресторани привлекуваат голем број туристи кои редовно ги посетуваат градовите и повторно се враќаат наредната година.

Една од најчестите активности на градскиот туризам е разгледување на градот, неговите атракции, музеи, галерии и историски знаменитости. Тоа потврдува дека градскиот туризам има изразено културно обележје. Самиот термин разгледување на градот (sightseeing) значи посета и разгледување на најважните и најатрактивни места кои го привлекуваат вниманието на туристите, најчесто со специјален автобус од отворен тип во кој има и туристички водич. Во многу урбани центри во светот постои организирано разгледување во форма на т.н. објавени или публикувани тури (regulagili scheduledtour), што подразбира секојдневно и гарантирано поаѓање од предвиден пункт или терминал. Турите имаат однапред утврдена програма (маршрута), атракции кои се разгледуваат панорамски од автобусот, но и кратки задржувања со цел туристите да фотографираат некои интересни моменти.

Мошне важно место во градскиот туризам имаат и локалните туристички водичи кои со своето знаење и умешност на комуникациски и презентерски вештини оставаат впечаток на туристите дали тие повторно ќе дојдат да го посетат градот. Освен организирано разгледување на градот многу се популарни и пешачките тури и прошетки со придружба на водичи. Најчесто се посетуваат стандардни атракции, како на пример некој урбан амбиент (историско јадро, туристички квартал), просторот на одреден локалитет (археолошки, историски, меморијални) или музеи, галерии, цркви. Многу посетители на градовите ги интересираат и предградијата во кои живеат разни маргинализирани општествени групи (сиромашни квартави, проституција, наркоманија). Меѓутоа, ваквите посети изискува и поголема безбедност на туристите.

Главни клиенти на кратки, градски одмори се млади парови кои сеуште не засновале посета, парови кои имаат повозрасни деца и млади лица помеѓу 15-25 години.

Се очекува дека до 2030 година процентот на бројот на населението кое ќе живее во градовите ќе достигне преку 60% (Jovanovic 2017, стр. 25).

Градскиот туризам претставува специфичен облик на туризам. Овој вид на туризам е тешко да се дефинира, затоа што во голема мера се преплетува со другите облици на туризам. Многу често градскиот туризам се издначува со културниот. Тоа може до одреден степен да се прифати, бидејќи културниот туризам е еден од видовите на градски туризам. Градскиот туризам е облик на културен туризам кој нагло оживува и е во постојан раст, но се уште малку се истражува и одредува како посебен облик на туризам, и затоа сеуште не е познато колку од пазарот се однесува на градскиот туризам (Дашиќ, Дамјановиќ, Џурашковиќ: 2010, стр. 255). Може да се каже дека градскиот туризам, во поширока смисла на зборот, покрај културен, опфаќа и религиозен, бањски, здравствен, приморски, евентуално транзитен, но само парцијално. Причина е што голем број на најзначајните верски објекти,

кои привлекуваат туристи, се наоѓаат во урбаните центри. Исто така, и најдобрите бањи и спа центри се лоцирани во градовите или нивна непосредна близина, односно поголемите градови воедно се и транзитни центри. Здравствените институции, исто така, се сместени во урбаните центри, каде се одвива здравствениот туризам. Така, градскиот туризам можеме да го гледаме како составен дел на сите наведени облици на туристички движења, бидејќи овде движењето е последица на сосема други потреби, и овде движењето е насочено кон специфични мотиви/потреби. Но, без оглед на тоа кој е примарен мотив на туристичко движење, евидентен е престојот и задржувањето на туристите во градските центри, со користење на различни видови на услуги во нив. Туристите кои се задржуваат во градот трошат одредени материјални средства, по било која основа. Наведеното доволно зборува за да се каже дека градскиот туризам, и покрај специфичниот мотив за движење, сепак постои (Горача, 2005, стр. 190).

Дефиницијата на градскиот туризам може да биде во поширока и потесна смисла. Градскиот туризам во поширока смисла да го дефинираме како: *Збир на односи и појави поврзани за секое движење и секоја потрошувачка во градот, надвор од местото на постојан престој, а со цел задоволување на рекреативните, културните и сите други потреби.* Од наведената дефиниција произлегува дека градски туризам е секоја потрошувачка која се остварува во градот од страна на лица кои не се жители на тој град, но туристи не се ни: *"лица кои бараат вработување, студенти и ученици во интернати и војници во касарните, пограничното население кое е постојано населено во една, а вработено во друга држава, транзитните патници кои не се задржуваат (не запираат) во таа држава"* (Јовичиќ, 1980, стр. 8).

Градски туризам во потесна смисла можеме да го дефинираме како: *"Збир на односи и појави поврзани само со оние движења и онаа потрошувачка во градските населби, надвор од местото на постојан престој, насочени кон задоволување на културните потреби"*. Наведената дефиниција за поимот градски туризам можеби е претесна, но сепак градскиот туризам најчесто гледа како функција на културниот туризам, односно културните движења (Јовичиќ, 1980, 149), со што во целост не би се сложиле, бидејќи градскиот туризам е функција на сите останати туристички движења, па така и на културниот.

Поимот "урбан туризам" или "градски туризам", ги опфаќа туристичките дејности кои се одвиваат во градските средини, а вклучува и интеракција помеѓу посетителите и жителите во урбаните средини. Светските туристички движења укажуваат на пораст на пазарот на градски туризам.

Градот како туристичка дестинација претставува мултифункционална и привлекува различни групи на корисници на различни потреби и очекувања. Во поново време во градовите се подготвуваат планови за развој и ревитализација, при што како фактор се истакнува туризмот. Од тие причини се отвараат конгресни центри, се градат спортски објекти, се уредуваат зелени површини, се реставрира културно историското наследство, се осмислуваат и градат бројни забавни содржини и објекти (Smolcic-Jurdana, Dora).²²⁴ Истовремено, многу градови во светот ја менуваат сопствената развојна стратегија од развој заснован на градење индустриски објекти во развој на градење на услужни дејности, каде значајно место има и туризмот.

Туристичкиот мозаик на градските јадра во поголемите урбани центри го сочинуваат многу важни објекти и градби како на пример: плоштади, верски објекти, галерии, музеи, театри, хотели, ресторани..... Градовите со нивниот изглед, функции и културните матрици нудат удобност која ги привлекува странските и домашни туристи на караток престој. Според, нашите истражувања, туристите, особено странците во градовите во РМ престојуваат до три дена.

"Урбаниот туризам е сврзан со туристичките понуди и атрактивности на градот преку целата година, што подразбира дека овој вид на туризам нема сезона. Овој вид на туризам се карактеризира по масовноста на учесниците, високата потрошувачка и релативно кусиот престој. Сезонската концентрација не е нагласена, а одредени разлики во бројот на посетителите во некои месеци повеќе се плод на општата туристичка подвижност во тој временски интервал. Се смета дека кај овој вид на туризам во однос на сите други видови има најрамномерен распоред на туристичкиот промет" (Мариноски, 2008).

Градскиот туризам денес асоцира на "пост-модерните" градови, на нивниот растечки акцент за спектакл и начин на живот. Многу градови и држави при изработката на нивните стратегии, при планирањето и организирањето на големи манифестации неизбежно го вклучуваат и туризмот (Ташков, Методијески, Санева:2010, стр. 2).

Smithet. al. (2010) смета дека градскиот (урбаниот) туризам ги вклучува следните активности:Разгледување (пр. стара архитектура, археологија, историски знаменитости);Посета на музеи и галерии;Одење на концерти, театар и танцови забави;Посета од образовни причини (семинари,

²²⁴ Smolcic-Jurdana, Dora, Determinanti kvalitete grada kao turisticke destinacije, Hrvatska konferencija o kvaliteti, Opatija, 18.-20.05.2005, dostapen na https://issuu.com/kvaliteta.net/docs/smolcic-jurdana_d_rad, пристапено на 10.07.2018

едукација);Шопинг; Фестивали и настани; Конференции и деловни состаноци; Посета на ресторани, барови, кафетерии и нокни клубови и Посета на пријатели и роднини.

Европската Унија, односно Европската комисија поради големата концентрација на население во градовите (околу 80%) го потенцира големото значење на градовите и во своите развојни документи, дотолку повеќе што туризмот е во агендата на ЕУ за остварување на заедничките цели, поради промоција на интересите на Европските граѓани, развој и вработување, менаџмент на културното и природното наследство, како и зајакнување на европскиот идентитет.²²⁵

Според анализа на MastercardGlobalDestinationCitiesIndex, во 2017 година дваесет најпосетени градови од меѓународни туристи во светот се: 1. Бангкок (20,5 милиони меѓународни туристи), 2. Лондон (19,83 милиони меѓународни туристи); 3. Париз (17,44 милиони меѓународни туристи), 4. Дубаи (15,79 милиони меѓународни туристи); 5. Сингапур - 13,91 милиони меѓународни туристи); 6. Њујорк, САД - 13.67 милиони меѓународни туристи; 7. Куала Лумпур, Малезија 13.53 милиони меѓународни туристи; 8. Истанбул, Турција - 12.8 милиони меѓународни туристи; 9. Токио, Јапонија - 12.12 милиони меѓународни туристи; 10. Анталија, Турција - 11.27 милиони меѓународни туристи; 11. Сеул, Јужна Кореја - 10.13 милиони; 12. Пукет, Тајланд - 10.08 милиони; 13. Мека, Саудиска Арабија - 9.73 милиони; 14. Патаја, Тајланд - 9.56 милиони; 15. Палма де Мајорка, Шпанија - 9.3 милиони; 16. Милано, Италија - 9.19 милиони; 17. Хонгконг - 9.11 милиони; 18. Барселона, Шпанија - 9.06 милиони; 19. Осака, Јапонија - 8.78 милиони и 20. Бали, Индонезија - 8.43 милиони интернационални посетители.

2. ГРАДСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Во РМ урбан туризам нудат поголемите градови, особено главниот град Скопје. Секој град си има свои специфики, културно-историски знаменитости и манифестација кои градот го прави интересен, привлечен и препознатлив за туристите. Најчесто тоа се посета на музеи, културно-историски споменици, разни манифестации и слично. Урбаниот туризам особено е препознатлив и разновиден за туристите во градовите: Скопје, Охрид, Битола, Гевгелија, Крушево, Прилеп, Штип, Велес, Струмица, Струга, Кратово и др.

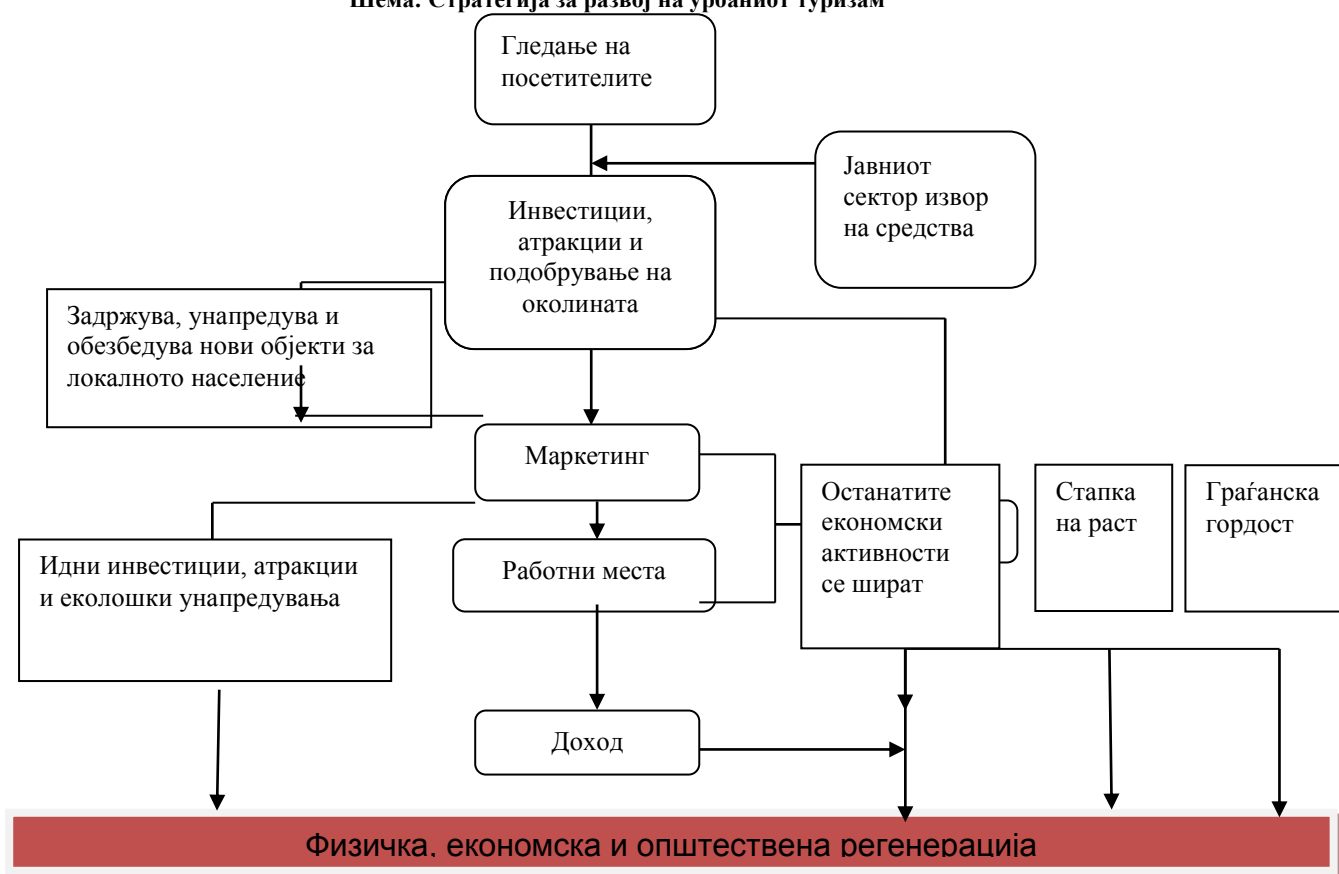
Во РМ има голем број на манифестации кои се организираат од страна на градовите.²²⁶ Во главниот град Скопје се одржуваат 36,1% од сите манифестации во државата, во туристичките места 25,3%, а во останатите места се одржуваат 38,6% од манифестациите(*Горѓиевски, 2009, стр. 51*). Напред наведените податоци укажуваат на фактот дека во РМ има тенденција на концентрација на манифестациите во главниот град (метрополизација на манифестациите). Затоа, потребно е да се направи деметрополизација на културните и другите видови манифестации. Меѓу најпознатите градски манифестации што се организираат во градовите се: Десет дена Крушевска република, Струмичкиот карневал, Охридско културно лето, Струшките вечери на поезијата, Скопски цез фестивал, Макфест во Штип, Штипска пастрмајлијада, Смоквијада во Гевгелија, Пиво фест во Прилеп, Фолк фест во Валандово и др.

Според Националната стратегијата за развој на туризмот во РМ во периодот 2016-2021 и направената CВОТ анализа за развој на туризмот (*Kohl&Partnerscmp. 50-51*), најпопуларни туристички дестинации се лоцирани на езерата (Охридско, Преспанско и Дојранско езеро), а главниот град Скопје има туристички потенцијали да постане атрактивна дестинација за градски туризам поради бројните знаменитости во центарот на градот (плоштад, Стара чаршија, Меморијалната кука на Мајка Тереза, Водно). Исто така, и поголемите градови во Македонија како што се Битола, Куманово, Прилеп, Тетово, Штип и др. поседуваат интересни атрактивни места и знаменитости за туристи за еднодневни посети(*Christopher.M, 2002, cmp. 50*).

²²⁵"Towards quality urban tourism", European Commission, Brussels, 2000;

²²⁶ "Каталог на културни манифестации", ЗЕЛС, 2010

Шема: Стратегија за развој на урбаниот туризам



Извор: Law, Christopher.M; *Urban Tourism, the Visitors Economy and the Growth of the Large Cities Continuum*, London, New York, 2002, p. 50.

Christopher M. Law настојува да прикаже како да се дојде до физичка, економска и општествена обнова на градот, а како главен финасиски извор го потенцира јавниот сектор. Горенаведената шема покажува како треба да биде стратегијата на секој урбан туризам. Според неа, јавниот сектор како извор на средства инвестира во развојот на градот, во уредување на неговата околина, улици, плоштади и со тоа автоматски се создава нов имиџ на градот, а сето тоа оди во корист на градското население. Со новиот подобрен имиџ градот добива голема промоција со што привлекува и поголем број туристи. Со порастот на бројот на туристи (домашни и странски), расте и доходот. Порастот на доходот влијае на инвестирањето во туристичките атракции и објекти и на еколошкото унапредување и зачувување на животната средина. Порастот на туризмот во градот има и позитивно влијание на вработеноста.

3. ЗАКЛУЧОК

Статистиката во светски рамки, а во тој контекст и во РМ покажува дека бројот на туристите во градови постојано расте. Порастот на туризмот во градот има и позитивно влијание на вработеноста. Од претходното произлегува дека порастот на урбаниот туризам во некој град доведува до физичка, економска и општествена обнова (регенерација) на самиот град. Градскиот туризам во основа е мултидимензионален и опфаќа повеќе видови на туризам, бидејќи во себе содржи повеќе мотиви на туристите за посета на градовите (култура, спорт, саеми и др.). Државата посветува големо внимание за развој на градскиот туризам. Според Националната стратегијата за развој на туризмот во РМ во периодот 2016-2021 и направената СВОТ анализа за развој на туризмот (Kohl&Partnerscmp. 50-51), најпопуларни туристички дестинации се лоцирани на езерата (Охридско, Преспанско и Дојранско езеро), а главниот град Скопје има туристички потенцијали да постане атрактивна дестинација за градски туризам поради бројните знаменитости во центарот на градот. Исто така, и поголемите градови во Македонија како што се Битола, Куманово, Прилеп, Тетово, Штип и др. имаат вредни туристички потенцијали кои влијаат врз привлекување на туристи во градовите. РМ располага со 28.759 соби со вкупен број на легла од 74.257 од кои над 70% се наоѓаат во градовите (Статистички годишник на РМ за 2017, ДЗС)

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Christopher, M., (2002) Urban Tourism, the Visitors Economy and the Growth of the Large Cities Continuum, London, New York, p. 50,;
- [2] Dasic, D., Damjanovic, A., Djuraskovic, (2015) Gradski turizam u funkciji destinaciskog brendiranja; XVIII-th International Conference, ICDQM-2015, 25-26 June, str. 255-261,;
- [3] Jovanovic, V., (2017) Turizam i prostor, Univerzitet "Singidunum", Beograd, str. 25-26,;
- [4] Kohl&Partner, (2016) Национална стратегија за туризам за 2016-2021 на Република Македонија, Финална верзија, Министерство за економија, стр. 50-51,;
- [5] Smolicic-Jurdana, D., Determinanti kvalitete grada kao turisticke destinacije, Hrvatska konferencija o kvaliteti, Opatija, 18.-20.05.2005, dostapen na https://issuu.com/kvaliteta.net/docs/smolcic-jurdana_d_rad, пристапено на 10.07.2018;
- [6] "Towards quality urban tourism", European Commission, Brussels, p. 89, 2000;
- [7] Горача, В., (2005) Неке специфичности градског туризма у Србији, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство, бр. 33-34, стр.189-197,;
- [8] Ѓорѓиевски, М., (2009) "Можности за развој на алтернативните видови туризам во Република Македонија", Докторска дисертација, УКИМ, ПМФ, Институт за географија, Скопје, стр. 51,;
- [9] Јовичић, Д., (2003) Стање и правци развоја туризма у Србији, Туризам бр. 7, стр. 82-85,;
- [10] Методијески, Д., Цуцулески, Н., (2015) *Меѓународен туризам*, Современост, Скопје, стр. 84-85,;
- [11] Каталог на културни манифестации", ЗЕЛС, (2010);
- [12] Мариноски, Н., (2008) "Основи на туристичка теорија и практика", ФТУ, Охрид, стр. 71,;
- [13] Статистички годишник на РМ за 2017, Скопје, ДЗС;
- [14] Ташков, Н., Методијески, Д., Санева, Д., (2010) Туризмот-можност за развој на градовите, IV Конгрес на географите на РМ, Дојран 7-10.X.2010, стр. 2-3,;