

ТМ магазин за ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ

ТУРИЗАМ ■ БИЗНИС ■ ОБРАЗОВАНИЕ ■ КУЛТУРА ■ ЖИВОТ ■ СВЕТ ■ ДИПЛОМАТИЈА

На 68 страници

Година 1 Број 3

Мај 2022 г.

Цена 150 ден.

МЕГАИНТЕРВЈУ

ЈОВЕ КЕКЕНОВСКИ

Универзитетски професор и кандидат
за ректор на Битолскиот универзитет

”

*Вистинскиџе луѓе
џиреба да дојдаџи
на вистинскиџе
џозиџии*

МОЈА ОПШТИНА

Интервју со Кирил ПЕЦАКОВ

Охрид ќе стане европски град
во кој секој ден ќе има туристи

ТЕМА

Инфлацијата го „изеде“
животниот стандард

ДИПЛОМАТСКИ ПОГЛЕД

„Работете за себе и вашите деца“,
интервју со словенечкиот
амбасадор во Македонија,
Н.Е. Милан ПРЕДАН

www.magazinturizam.mk

ISSN 2671-3934



513180001033115



16
години
ПОСВЕТЕНИ НА
ЗНАЕЊЕТО



УНИВЕРЗИТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ



ЧЛЕН НА СВЕТСКА

ТУРИСТИЧКА ОРГАНИЗАЦИЈА

- ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ
- ФАКУЛТЕТ ЗА МЕНАЏМЕНТ
НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ
- ФАКУЛТЕТ ЗА ИНФОРМАТИКА
- ФАКУЛТЕТ ЗА МЕЃУНАРОДЕН
МАРКЕТИНГ МЕНАЏМЕНТ
- ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ
 - ИНСТИТУТ ЗА
НАЦИОНАЛНА ГЕОГРАФИЈА
 - ИНСТИТУТ ЗА
БИЗНИС И МЕНАЏМЕНТ
- ЕСБ ТРЕНИНГ ЦЕНТАР



СВЕТСКА ДИПЛОМА

www.utms.edu.mk



ИМПРЕСУМ

Издавач:
Универзитет за туризам и
менаџмент

Одговорен уредник:
М-р Билјана Трендафилова

Лектор:
М-р Милица Петрушевска

Фотографија:
М-р Горан Каровски
Дејан Огненовски

Технички уредник:
М-р Марина Стојмирова

Печати:
БАТО & ДИВАЈН Графички Центар

Тираж:
1000 примероци

Контакт:
МАГАЗИН ЗА ТУРИЗАМ
И МЕНАЏМЕНТ
+ 389 2 3093 209
www.magazinturizam.mk
info@magazinturizam.mk

СОДРЖИНА



Одблиску со главниот уредник,
м-р Билјана ТРЕНДАФИЛОВА

3



МЕГАИНТЕРВЈУ: Проф. д-р Јове КЕКЕНОВСКИ,
универзитетски професор и
кандидат за ректор на
Битолскиот универзитет

4



ОБРАЗОВАНИЕ: УТМС ги отвори вратите за упис
на идните академски граѓани
Проф. д-р Мијалче ЃОРГИЕВСКИ

10



КОЛУМНА: Иднината на
дигиталниот маркетинг
Проф. д-р Далиборка БЛАЖЕСКА

14



ТЕМА: Инфлацијата го изеде
македонскиот стандард

20



МОЈА ОПШТИНА: Очекуваме туристи секој ден
Кирил ПЕЦАКОВ,
градоначалник на Охрид

28



РЕПОРТАЖА: Пелистер - подзаборавена
планинска убавица

32



ДУРБИН: Кратки вести од светот

42



АВИОБИЗНИС: По тешкиот пад, агенциите
летово гледаат спас,
став на Аркан КЕРИМ

50



ДИПЛОМАТСКИ
ПОГЛЕД: Ексклузивно интервју со
словенечкиот амбасадор

54



КОМПАРАЦИЈА: Македонија и светот

60



МЕЃУНАРОДЕН ФОРУМ ЗА ГРАДОНАЧАЛНИЦИ

МЕЃУНАРОДЕН ФОРУМ

ЗА ГРАДОНАЧАЛНИЦИ

МОДЕРНА ОПШТИНА

(01.06.2022 година)



www.mfg.utms.edu.mk



Одблиску со главниот уредник ≡ М-Р БИЛЈАНА ТРЕНДАФИЛОВА

ЖИВОТ ВО КРИЗА, ИМА ЛИ КРАЈ?!

Три години пандемија, една година енергетска криза, војната во Украина влезе во треттиот месец. Вакви сериозни кризи што се случиле за толку брзо време една по друга не се замислени одамна. Кога сите мислевме дека својот се враќа во нормала, се појави енергетската криза, која значително се прогладува со стартот на војната во Украина. Овој силен удар, повлече ценовен шок. Трошоците на компаниите за набавка на сировина значително се зголемија, а живото на граѓаните стана двојно поскоро поради зголемувањето на цените на храната и на осигурувањето производи и услуги што ги набавуваат секојдневно. Воениот конфликт помеѓу Русија и Украина дојдовно ја искористи работната сила. Украина е една од најголемите земји производителци на

житарки и на железо во својски рамки. Без нивни производи својот дојрва ќе ги чувствува последиците. Русија е најголем извозник на гас и втор по големина извозник на нафта. Македонија не е имуна на овие случувања. Инфлацијата веќе го изведе стандардот, граѓаните мака мачат да ги подмират сметките за комуналии и за храна, а компаниите се борат со ликвидност. Рано е да се оценува која криза ќе остави најсериозни последици по квалитетот на живото кај граѓаните и по нормалното функционирање на бизнисот. Во вакво време на глобални предизвици, носители на економските политики треба брзо и мудро да носат крутни одлуки што ќе ги движат напред и бизнисот и заедницата.

МЕГАИНТЕРВЈУ

≡ **ЈОВЕ КЕКЕНОВСКИ**

Универзитетски професор
и кандидат за ректор на
Битолскиот универзитет

4

Мегаинтервју

Во интервју за Магазинот за туризам и менаџмент, Кекеновски зборува дека е потребен универзитет со висок степен на автономија и со јасно дефинирани надлежности. Тој најавува максимален сопствен придонес во развојот на наставно-научниот процес, кој на голема врата ќе го врати достоинството на професорската дејност и едновремено ќе ја постави на пиедестал во општеството.



ВИСТИНСКИТЕ ЛУЃЕ ТРЕБА ДА ДОЈДАТ НА ВИСТИНСКИТЕ ПОЗИЦИИ

**порачува Јове Кекеновски,
универзитетски професор и кандидат
за ректор на Битолскиот универзитет**

Битолскиот универзитетот „Св. Климент Охридски“ ја почна постапката за избор на нов ректор со мандат од три години. Новата академска година наесен ќе стартува со ново раководството на Универзитетот, а на 1 јуни ќе се спроведе и гласањето за нов ректор. Еден од кандидатите или фаворитите сте токму вие. Што би промениле ако станете прв човек на УКЛО?

Навистина би сакал многу нешта да променам бидејќи многу работи со години наназад се изместени од нормалниот колосек. Сепак, морам да бидат објективен и реален во амбициите со оглед на краткиот мандат од три години. Оттука, мојата програма за работа и за развој на Универзитетот за мандатниот период 2022 – 2025 е насочена кон решавањето на најболните прашања и проблеми што долго време нè притискаат и кои нè доведоа до нивото на кое што сме сега. Се работи за еден мошне сериозен пристап кон престижната функција ректор, па оттаму и желбата да се понуди нешто ново, реално издржано и спроведливо во практиката, односно да се понуди реална визија за иден развој на нашата институција. Мојата кандидатура е резултат на личниот предизвик и мотивација во „време-невреме“ да се даде сопствен придонес кон процесот на враќање на статусот и на позицијата што ја имаше некогаш Универзитет „Св. Климент Охридски“ од

Битола. Мотивацијата и личниот предизвик се уште поголеми во ситуација кога состојбите на УКЛО добиваат непосакувани текови. Овие состојби се поврзани со застојот во развојот, чувство што е изразено меѓу академската заедница на Универзитетот, но и пошироко во јавноста, а што е потврдено и со падот на Универзитетот на релевантни рангирања изработени од реномирани светски агенции и институции, кои секоја година ги прикажуваат позициите на универзитетите во светот. Сакајќи да го поттикнам големиот интелектуален потенцијал на УКЛО со цел да се променат состојбите на Универзитетот, но и за дадам личен придонес во промената на состојбите во високото образование во државата, максимално сум подготвен да ги ставам во функција сите мои досегашни емпириски и теориски знаења и искуства и целосно да ѝ се посветам на мисијата за враќање на достоинството на институцијата, а со тоа и на достоинството на наставно-научниот кадар. Поради тоа, во програмата потенцирав дека посебна и приоритетна заложба ќе ми биде доизградба и понатамошен развој на автономен, модерен и ефикасен универзитет, базиран врз најдобрите искуства, традиција и стандарди. Создавање нов систем за финансирање и јакнење на материјалната основа во функција на развојот на Универзитетот и на единиците во неговиот

Проф. д-р Јове Кекеновски
Универзитетски професор

состав, како и подобрување на материјалниот и финансискиот статус на наставно научниот кадар, но и на целиот универзитетски кадар. Целосно интегриран, но не и централизиран универзитет. Партиципативно, транспарентно и одговорно управување со Универзитетот со почитување на законските прописи и процедури. Реафирмација на улогата и на позицијата на Сенатот и на неговите работни тела и комисии. Афирмација на македонската наука и научна мисла, засилена научно-истражувачка работа и развивање научни и технолошки стратегии, како и афирмација на македонската култура и промоција на културниот идентитет. Мотивирање и анимирање на студентите со цел да имаат активна улога во наставно-образовниот процес, како и остварување и заштита на нивните права и реализација на нивните обврски и др.

Вие лично се залагате за подобрување на условите и на позицијата на Битолскиот универзитет. Што може да очекуваат студентите, но и вашите колеги професори?

Универзитетот „Св. Климент Охридски“ од Битола во иднина треба да претставува

сериозна и респектирана академска заедница на слободни индивидуи, наставници, истражувачи, студенти, заедно со останатите соработници и персонал. Потребен ни е универзитет со висок степен на автономија и со јасно дефинирани надлежности, со ефективна внатрешна организација и ефикасна внатрешна институционална соработка и координација. Универзитет што ќе овозможи силна мотивација на наставничкиот, соработничкиот и на помошниот кадар со цел сите да дадат максимален сопствен придонес во развојот на наставно-научниот процес. Универзитет што на голема врата ќе го врати достоинството на професорската дејност и кој едновременно ќе ја постави на пиедестал во општеството. Нашиот универзитет мора да гарантира и да спроведува висококвалитетен наставно-научен процес, со квалитетни и современи академски студентски програми, професионално признати и меѓународно препознатливи. Со мојот избор за ректор ќе добиеме универзитет отворен целосно за нови идеи и за меѓусебната соработка, отворен за комуникација првенствено кон студентите како примарна и најважна смисла на нашето дејствување, меѓутоа отворен и кон

сите партнери и кон општеството во целина, кон домашната и меѓународната јавност. Универзитет што ќе биде предводник во примената и ширењето на нови научни достигнувања, како и во развојот на нови вештини, институција што ќе придонесува за разбирање и за развој на општествените текови. Едноставно ќе добиеме универзитет што ќе биде гордост на државата и на регионот.

Долги години сте дел од академската фела. Како да се подобри состојбата во високото образование?

За да се подобри состојбата во високото образование, потребно е многу работа, волја, стручност и компетенција од највисокото до најниското ниво во оваа област. Вистинските луѓе конечно мора да дојдат на вистински позиции, а државата односно извршната власт пред сè, потребно е да покаже многу поголем сенс за оваа клучна област во општеството. Не смее образованието во државата да го креираат и да го водат некомпетентни и приучени партиски кадри. Потребно е подигнување на повисоко ниво на квалитетот на научно-истражувачката работа и на соработката во европски и во светски рамки, со понатамошен развој на солидно (но не доволно) воспоставената подлога за научно-истражувачка дејност. И покрај тоа што научно-истражувачката дејност е јавен интерес, средствата што државата ги одвојува за наука се многу мали и не ги задоволуваат потребните стандарди на развиените држави, а посебно не се споредливи со државите членки на ЕУ, кон чие членство и ние целиме. Ако бидам избран за ректор на Универзитетот, заедно со ректорите на другите државни универзитети, ќе поведем иницијатива до законодавната и до извршната власт за зголемување на делот што се издвојува од буџетот на државата за финансирање на науката. Стапката што мора да се издвојува за оваа намена треба да биде помеѓу 1 и 1,5% од вкупниот БДП (брuto-домашен производ),

онака како што е тоа веќе во државите од нашето блиско опкружување.

Сè повеќе млади луѓе заминуваат на студии во странство. Што треба државата да стори за да ги задржи дома, ако знаеме дека имаме и квалитетен кадар, но и одлични атрактивни факултети?

Државата мора соодветно да го валоризира нивниот вложен труд и здобиеното знаење, и на тој начин да им овозможи да ги остварат своите соништа, својата желба за перспектива и за развој на работното место. Да можат да најдат работа со која би придонесле и за себе и за своите професионални достигнувања. Државата, поточно јавниот и приватниот сектор мора да создаваат квалитетни и добро платени работни места. Државата во соработка со универзитетите постојано треба да биде во постојан „лов“ на талентирани кадри и капацитети, при што, настрана од конкурсите, активно ќе ги селектира одличните студенти и ќе им помага во нивниот напредок на професионално ниво. За жал корупцијата, непотизмот, протекциите во системот создаваат некавалитет што постојано го истиснува квалитетот. Сè додека партиската книшка е посилен од дипломата за завршено високо образование, сè дотогаш државата ќе биде кочничар на иднината на младите кадри. Мора итно да се прекине со процесот на партизација во сите сфери на општеството. Проблемот со „одливот на мозоци“, односно со одливот на квалитетни млади кадри трае со години. Државата мора итно да направи реална и вистинска стратегија како да ги задржи младите во Македонија.

Образованието е еден од столбовите на државата. Се добива впечаток дека во изминативе децении нашиот образовен систем стана поле на кое постојано се менуваат работите, но не како резултат на долгорочна државна стратегија за која е постигнат консензус. Како во вакви услови да се моделира секторот образование?

Како резултат на дневната политика и немање доволно познавање, но и отсуството на чувство за значењето и за важноста на образованието во последниве две и повеќе децении, постојано се правеа експерименти, и работата никако да ни тргне на подобро. Ниту една реформа што ја почнавме, не ја довршивме докрај. Триесет години зборуваме за реформи и сè уште тапкаме во место. Досега се изнагледавме безброј стратегии. Имаме и Стратегија за образованието за периодот 2018 – 2025 година проследена со Акциски план, но жално е што и таа мошне споро, речиси никако не се спроведува во практиката. Стратегијата за образованието на Република Македонија за периодот 2018 – 2025 година претставува основа за активностите на институциите во полето на образованието во периодот до 2025 година. Таа одлично ги детектира постојните состојби во образовниот систем и има за цел постепено да ги подобри во согласност со утврдените приоритети, но тие приоритети никако да почнат да се реализираат. Ако сакаме прогрес на овој план, мора подеднакво да им се посветиме на сите шест столба на образовниот систем: предучилишно образование, основно образование, средно образование, стручно образование и обука, високо образование и истражување, и учење и образование за возрасни. Пред неколку години од страна на експертски тим од ОЕЦД со поддршка од УНИЦЕФ беше нотирано дека постигнувањата на учениците во образованието стагнираат, дека се меѓу најниските во регионот и дека повеќето од половина ученици во земјата немаат основни знаења. Споредбениот преглед на резултатите од истражувањата во период 2000 – 2015 покажуваат дека се зголемува бројот на ученици без основна писменост. Затоа е итно и неопходно потребно унапредување на образовните политики, кои мора да имаат за цел подобрување на образовните резултати преку подигнување на квалитетот на

наставата, подоследно оценување на знаењето на учениците, доследно спроведување на кариерниот развој на наставниците заснован на заслуги и подобар систем за наградување на нивните постигања, создавање посилна рамка за следење и евалуација на националните постигања во образованието и др. Или поинаку кажано, неопходно е подигање на квалитетот и надградба на првите три столба на образовниот систем, што во иднина ќе донесе поголем квалитет и прогрес и на останатите нивоа на системот.

Колку создаваат македонските универзитети кадри за потребите на бизнис-секторот?

Еден универзитет односно неговите организациони единици преку центрите за кариера мора да воспостават и да изградат мрежа на односи со институции од јавниот и од приватниот сектор. Центрите за кариера мора да им создадат можности на студентите да ја реализираат задолжителната практична настава на најквалитетен можен начин односно да им понудат максимална поддршка на студентите во целиот процес на реализирање на практичната настава со цел по дипломирањето полесно и побрзо да се вклопат на идните нови работни места. На бизнис-секторот му се потребни кадри кои кога ќе го завршат образованието, ќе бидат подготвени веднаш да почнат со работа, без да бидат потребни долгомесечни обуки и подготовки за самостојна работа. Имаме многу такви позитивни примери, но сепак не смееме да се задоволиме од постојната состојба. Треба и понатаму да работиме добиеното теоретско знаење на студентите поефикасно и побрзо да се преточи во практика.

Посветени сте на академската кариера. Иако, не сте активен во политиката, сепак ги следите политичките збиднувања. Како гледате на случувањата на македонската



Проф. д-р Јове Кекеновски
Кандидат за ректор на Битолскиот универзитет

политичка сцена и барањето за нови предвремени избори?

Барањата на опозицијата се легални и легитимни и се резултат на немањето позитивни резултати од досегашното владеење на оваа власт односно од одбивањето на подадената рака за дијалог по однос на најважните прашања и проблеми во оваа држава. Состојбите во државата со економија, здравството и со образованието, како и на меѓународен (надворешен) план, ни се во катастрофална состојба. За какво било подобрување е потребна максимална соработка на сите клучни политички фактори, како од позицијата така и од опозицијата. Таканаречената активна блокада на законодавниот дом не е добра работа, но се работи за изнудена акција, сè со цел да се дојде до дијалог за тешкотиите и проблемите, кои сè повеќе ни излегуваат од контрола. Сметам дека неоправдано е ставен акцент на предвремените парламентарни избори бидејќи тоа барање е последното од поднесените и јавно искажани барања на опозицијата.

Приватно батериите ги полните со вашата внука. Што Ве прави среќен во овие турбулентни времиња?

Да, мојата прва внука Михаела е мојата гордост и најголема радост, но и мотиватор за сите мои активности. Паралелно со науката, по 25 години апстиненција, повторно ѝ се вратив на мојата љубов, хармониката. Кризата со короната ме натера слободното време да го пополнам со активно музичко вежбање. Навистина беше тешко по толку години апстиненција да се вратам на задоволително посакувано ниво. Но, благодарение на мојата упорност, сметам дека повторно со право можам да се носам со епитетот „виртуоз на хармоника“. За тоа зборуваат неколкуте најнови мои снимени инструментални композиции, како на пример „Виртуозна 11/8“, „Танцот на Михаела“, „Варијации на тема сербез Донка“, како и мега популарниот „Унгарски танц бр. 5“ од Јоханес Брамс. Паралелно со ова, работам и на книгата за локалната самоуправа во земјите од Југоисточна Европа.

УНИВЕРЗИТЕТОТ ЗА ТУРИЗАМ И МЕНАЏМЕНТ ГИ ОТВОРИ ВРАТИТЕ ЗА УПИС НА ИДНИТЕ АКАДЕМСКИ ГРАЃАНИ

10

Образование

**Уште еден предизвик пред кој се исправени
овогодинешните матуранти – каде да го
продолжат високото образование и како да го
направат правилниот избор на факултет?**

Уште еден предизвик пред кој се исправени овогодинашните матуранти – каде да го продолжат високото образование и како да го направат правилниот избор на факултет?

За средношколците ова беше турбулентна година, неизвесна до самиот крај. Одложениот старт на второто полугодие поради пандемијата предизвикана од вирусот Ковид-19 и штрајкот на наставниците, ја наруши воспоставената рамнотежа во текот на наставата. Сепак, и покрај сите предизвици, матурантите се на чекор да станат академски граѓани и да продолжат да ја градат својата професионална кариера.

Но, како да се направи вистинскиот избор при упис на универзитет? Прашање кое не е ни малку лесно. За проф. д-р Мијалче Ѓоргиевски, проректор за настава при Универзитетот за туризам и менаџмент – Скопје, она што е клучно при изборот на студиите е да се следат сопствените афинитети и да се избере струка што студентот во иднина ќе мора сериозно да ја сака и на која ќе може да ѝ се посвети.

И додека уписите на државните универзитети ги чекаат резултатите од матурските испити, УТМС веќе ги отвори вратите за ран упис на идните академски граѓани. Во минатата година овој Универзитет ја возобнови акредитацијата, па од оваа академска година функционира како целина од три факултети и два институти.

„На Економскиот факултет имаме три студиски програми: првата е финансии, бизнис и осигурување, втората е менаџмент на човечки ресурси и третата програма е меѓународен маркетинг и менаџмент. Исто така, имаме и Факултет за туризам и Факултет за информатички технологии, а воедно имаме и два научни институти – Научен институт за менаџмент и Научен институт за национална географија“, вели проректорот за настава, проф. д-р Мијалче Ѓоргиевски.

Она што го издвојува Универзитетот за туризам и менаџмент од останатите приватни високообразовни институции е специфичниот и уникатен пристап кон одржувањето на наставата, каде што главен акцент се става на



Проф. д-р Мијалче Ѓоргиевски
Проректор за настава на УТМС

присуството на часовите.

„Наставата е поделена на 15 седмици, колку што трае еден семестар. Секој професор материјата по еден предмет ја дели на осум тематски единици. Првите три теми се изучуваат во период од три седмици, по што следува една седмица за повторување на материјалот. Петтата седмица се полага колоквиум, тест со заокружување кој трае 15 минути. Тестот веднаш оди на скенер, а студентот резултатот од колоквиумите го добива за две минути. Потоа циклусот се повторува, во следните три седмици се учат следните три тематски единици, по што следува една седмица за повторување на материјалот и втор колоквиум. По третиот колоквиум во тринаесеттата седмица од семестарот, се прави сондажа на поените. Сепак, без разлика колку поени собрал, студентот мора да оди на завршен испит, по што се формира крајната оценка. Студентот на прв циклус треба да има минимум 40 поени за да може да пристапи кон завршниот испит, каде што се добиваат максимум 30 поени“, вели проректорот Ѓоргиевски. Тој додава дека ваквата методологијава за оценување е

прифатена и од универзитетот во Риека, а се применува и во земји-членки на ЕУ, но и на универзитети во САД.

За да може еден студент да пристапи кон полагање на колоквиумите и на завршниот испит по секој предмет, мора да биде редовен на настава, во спротивно скенерот нема да му ги почита резултатите од полагањето. Редовноста на предавањата е појдовна основа за оформување на крајната оценка, тука се добиваат два поени, а за активност на наставата се добиваат четири поени.

Она што е карактеристично за студиите на УТМС е тоа што секој студент е обврзан да направи семинарска работа и презентација по секој поединечен предмет. Или во превод, тоа би биле 30 семинарски и 30 презентации во текот на трите студиски години.

„Преку семинарските на 15-тина страници го вежба пишувањето, а преку јавното презентирање ние гледаме какво е неговото изразување. Во реалниот сектор во било кое време може како вработен да добиете задача да напишете кратко, концизно сиже. Утре, секој од нашите студенти некаде ќе работи.

Дали ќе биде тоа туристичка или маркетинг агенција, тој ќе мора да продава некој производ или услуга. Ќе мора да презентира, затоа ние ги вежбам за тоа, да бидат подготвени да одговорат на задачата. По триесет презентации пред колегите и професорите, нашите студенти се подготвени да излезат на пазарот на трудот и стекнатото знаење да го применат во практика“, вели професорот Ѓоргиевски.

УТМС се грижи сите студенти во текот на академската година да добијат најмалку 30 дена стручна практична работа. Тоа е и законска обврска за Универзитетот. Практиката, пак, се одбива во реномирани компании со кои УТМС има потпишано договори за соработка.

„Имаме голем број студенти што одат и по повеќе месеци на практична работа, но на наше големо задоволство има и студенти што

веќе во трета година добиваат редовно вработување во компаниите каде оделе на практична работа додека студирале кај нас. Студентите од Економскиот факултет одат на практична работа во „Халк банка“, во осигурителни компании, студентите што се на отсек маркетинг имаат практика во агенции за маркетинг, тие од човечки ресурси практиката ја извршуваат во компании во кои има сектор за човечки ресурси... Студентите по туризам практична работа најчесто имаат во хотели, за информатичарите да не зборуваме, за нив секогаш има голем број можности. Не може еден студент без практична работа да заврши, на пример, да речеме економски факултет, па потоа да се запише на курс за сметководство. Тоа е илузија. Нашите студенти споделуваат искуства дека на нивната практична настава во компаниите учат како на шалтер да пополнат налог, како се поднесува барање за кредит или за картичка. Така почнува сè. Четири





Студентите од УТМС на консултации кај проф. д-р Мијалче Ѓоргиевски и д-р Ангела Миленковска Климоска

години по најмалку еден месец практична работа, и се стекнува искуство. Па тогаш и компаниите, наместо да бараат да вработат некој нов, за нив непознат работник, нашите студенти што оделе со години на практична работа, автоматски ги ставаат во системот за потенцијални вработени”, вели професорот, и додава дека во недостиг на работна сила, дел од компаниите ја плаќаа практичната работа само за да привлечат студенти.

Она што го прави Универзитетот за туризам и менаџмент во Скопје поинаков од останатите факултети е фактот што 90% од професорскиот кадар е дојден од реалниот сектор и одлично ги познава потребите на пазарот на трудот.

„Кога ќе имате професор што е спој од двата сектора, практичар, човек од реалниот сектор со надградба со сите оние титули што се потребни за професор на еден факултет, тоа е најдобрата добитна комбинација”, вели професорот Ѓоргиевски. Тој нагласува дека индивидуалниот пристап кон студентите и 24-часовната достапност на професорите за помош и консултација, го прават овој

Универзитет привлечен за студирање.

За сета помош и поддршка на располагање им се и посебно назначени ментори. Сите студиски програми на УТМС нудат можност за креирање сопствен бизнис преку јакнење на претприемачкиот дух кај студентите.

„Менторот е во постојана комуникација со студентите. Дали некој студент подолго време отсутува од настава или има тешкотии да ја совлада материјата, не смееме да го оставиме студентот сам на себе. Улогата на менторот е да комуницира со студентите, да ги следи нивните резултати. За секоја година, за секоја студиска програма, има посебен ментор”, вели проректорот за настава.

Уписите на Универзитетот за туризам и менаџмент – Скопје се веќе во тек. Заинтересираните матуранти можат со само еден клик на вебстраницата на Универзитетот да се информираат околу потребните документи и да прочитаат повеќе детали за наставната програма што се нуди на трите факултети и на двата института при Универзитетот.

КОЛУМНА

Пишува: Проф. д-р Далиборка Блажеска

Деканка на Факултетот за меѓународен маркетинг менаџмент на УТМС

14

Колумна



ВЛИЈАНИЕТО НА ДИГИТАЛНИТЕ ТРЕНДОВИ ВРЗ МАРКЕТИНГОТ

Сè поголемото присуство на интернетот во секојдневниот живот на луѓето ни дава за право да размислуваме за сè поголемо користење на дигиталниот маркетинг. Компаниите треба да ги користат интернетот и социјалните мрежи за промоција и за продажба на своите производи бидејќи дигиталниот маркетинг е исклучително важен за водењето бизнис денеска. Новите настани во глобалниот маркетинг инспирираат нови начини на кои компаниите се поврзуваат со своите клиенти. Со помош на современиот интернет маркетинг, компаниите внимателно ги избираат своите клиенти и градат долготрајни односи со нив.

Резултатите во деловното работење на компаниите зависат од креирањето и примената на стратегии за поефикасна дигитална комуникација со клиентите. Секоја компанијата треба да осмисли стратегија што ќе ги комбинира традиционалните и современите медиуми за комуникација.

Дигиталните технологии сè повеќе се присутни во секојдневниот живот на голем дел од светското население. Тие имаат огромно влијание врз животот на луѓето, па речиси сите аспекти од човековиот живот се променија со нивната употреба. Влијанието го гледаме не само врз бизнисот, туку и врз целокупниот начин на живеење на човекот. Промени забележуваме не само во деловните процеси и во барањата за нови вештини, туку и во новите начини на кои се користи слободното време. Постепено, компаниите почнаа да ги искористуваат предностите што ги дозволува модерното дигитално време, особено кога го промовираат својот бренд. Нивните деловни процеси и односите со клиентите во голема мера се засновани на употреба на дигиталните технологии. На тој начин, тие подобро се запознаваат и се поврзуваат со своите клиенти, а од друга

страна, клиентите може да научат повеќе за компанијата и за нејзините активности, но и да ги споделат своите искуства и мислења за одредени производи и услуги.

Дигиталниот маркетинг има многу канали што ни помагаат да ги презентираме и да ги продаваме нашите производи или услуги, како и да комуницираме со нашите потенцијални клиенти. Алатките за дигитален маркетинг се релативно „нов“ начин на кој менаџерите за маркетинг ги инкорпорираат модерните технологии во бизнисите. Неприменувањето на дигиталниот маркетинг истовремено значи и „загуба“ на лидерската позиција на пазарот.

Се поставува прашањето зошто менаџерите за маркетинг избираат да ги следат дигиталните трендови, или која е важноста на примена на трендовите на дигиталниот маркетинг?

Со оглед на тоа дека живееме во дигитален

свет, најдобрата стратегија за компаниите за подобро поврзување со своите клиенти се дигиталните канали каде што клиентите во суштина и поминуваат најмногу време. Колку побрзо ги откриеме бенефитите од маркетингот преку дигиталните канали, толку подобро ќе сфатиме колку е клучна една стратегија за дигитален маркетинг. Спореден со традиционалниот маркетинг, дигиталниот маркетинг нуди методи и канали со кои може да го разбереме однесувањето на потрошувачите во реално време. Ова значи дека компаниите може многу подобро да оценат како им поминува рекламната кампањата, па да ја адаптираат според однесувањето на потрошувачите. Конкретните бенефити што ги носи дигиталниот маркетинг се следниве:

Мерливи резултати

Една од најголемите причини зошто успеа дигиталниот маркетинг да го надмине традиционалниот се мерливите резултати. Не може да измериме колку луѓе ни го виделе билбордот во текот на денот ниту колку луѓе ни го прочитале флуоридот, но кога користиме дигитален маркетинг, точно знаеме колку луѓе кликнуле определен линк и прочитале некоја информација на нашата вебстраница. Ова ни овозможува да се фокусираме на сегментот од кој доаѓаат најмногу потенцијални потрошувачи.

Флексибилност

Потрошувачите денес се заинтересирани за персонализирани искуства што ги задоволуваат нивните потреби. Дигиталниот маркетинг ни овозможува да ги искористиме интересите на индивидуалните клиенти за да им испратиме уникатна маркетинг порака. Можеме да ги адаптираме пораките според групите потрошувачи, па токму оваа персонализација ќе направи потрошувачот да се почувствува специјално, бидејќи пораката му е наменета лично нему.

Пристап до поголема публика

Благодарение на интернетот, присутен во секоја држава, преку дигиталниот маркетинг може да дојдеме до голема и глобална публика. Од друга страна, традиционалниот маркетинг не ограничува само на одредена географска површина.

Поголема достапност

Еден од најголемите проблеми на традиционалниот маркетинг е тоа што маркетиншките методи како ТВ-рекламите, билбордите и радио-рекламите им се достапни само на финансиски помоќните компании. Малите компании најчесто не може да си дозволат да платат ваков вид реклама. Преку дигиталниот маркетинг секоја компанија има можност да стигне до голем број луѓе без разлика на нејзината големина и финансиска моќ.

Зголемен број конверзации

Потребни се само неколку клика за да го добиеме клиентот онлајн. Луѓето не мора да ја посетат нашата компанија или да ни се јават за да станат клиенти. Сега можат да ги пронајдат сите информации за нашиот бизнис онлајн и можат да ни станат клиенти буквално додека си седат дома, секако, ако им пристапиме со вистинските дигитални маркетиншки тактики.

Примената на дигиталните трендови има директно влијание врз конкурентноста на пазарот, првата карактеристики на дигиталниот маркетинг за успешно деловно работење. Друга карактеристика при примената на дигиталните маркетиншки трендови е креативноста. Разновидноста на алатките за дигитален маркетинг им овозможува на менаџерите за маркетинг да создаваат промотивни кампањи на покреативен начин. Тие ги вклучуваат во нив и своите (лојални) клиенти како активни чинители, особено преку употреба на социјалните мрежи и на другите дигитални алатки што овозможуваат двонасочна комуникација.



Проф. д-р Далиборка Блажеска на Меѓународниот саем за туризам ФИТУР во Мадрид

КРЕИРАЊЕ СТРАТЕГИИ ЗА ДИГИТАЛЕН МАРКЕТИНГ И МЕРЕЊЕ НА ПЕРФОРМАНСИТЕ

Кога проектираме една стратегија за дигитален маркетинг, мора внимателно да ги следиме визијата и целите на нашата компанија. Со анализа на пазарот, откриваме нови можности, а определувањето на моменталната состојба на компанијата може да обезбеди основа за мерење на успехот на новата стратегија. Соодветниот пристап ни овозможува да го убедиме клиентот и покрај неговиот сомнеж и двоумење, да го купи производот, да ја резервира услугата, да не контактира или да направи нешто друго што сме сакале да го постигнеме.

Затоа, неопходно е најпрво да ги одредиме карактеристиките на клиентот, и тоа: неговите цели и вредности (што сака да постигне клиентот и кои вредности се најважни за него), кои извори на информации ги користи,

демографски податоци за клиентите (возраст, пол, брачен статус и приход), како и неговите загрижи (зошто не би ги купувале нашиот производ или услуга). На овој начин си го претставуваме клиентот, се доближуваме до неговиот карактер и почнуваме подобро да ги разбираме неговите потреби. Ако ги разбереме потребите, можеме и посоодветно да им пристапиме. Дефинирањето на карактерот на клиентот ни помага во креирањето интересна и корисна содржина за него, создавањето огласи и одржувањето контакт со него.

Следен чекор е формулирање на пораката што сакаме да ја испратиме до него. Притоа, треба да си дадеме одговор на прашањето „како се чувствува клиентот и што ќе направиме ние за него“. Пораката полесно ќе ја формулираме

ако го земеме предвид и следново:

- Што му кажува нашата приказна на целиот клиент?
- Зошто е таа интересна за него?
- Какви емоции му предизвикува?
- Како е поврзана со неговите потреби?
- Со каква рекламна кампања за производот/услугата најдобро ќе му ја раскажеме приказната и ќе му ја пренесеме пораката?

Со пораката се обидуваме да го привлечеме интересот на нови клиенти и да ги убедиме дека нашиот бренд е тоа што го бараат. Ова би значело дека сме доволно присутни во нивниот секојдневен живот, па тие почнуваат да го препознаваат нашиот бренд и да ја разбираат нашата порака.

По овој чекор, потенцијалните купувачи се информирани и свесни дека нудиме решение за нивниот проблем. Следното што треба да го направиме е да се поврземе со нив. Ова може да го постигне преку создавање корисни и забавни содржини што ќе предизвикаат некаква интеракција и – се разбира – акција. Квалитетот и соодветноста на содржината се од суштинско значење за успешното рекламирање. Содржината мора да е подготвена врз основа на карактеристиките на целните групи, приспособена на нивните интереси и мора да ги пресретне нивните потреби. Постојат различни типови и форми содржини: текстуални, аудио и визуелни. Содржината ја споделуваме во форма на објава на блог, објави на социјални мрежи, статии, дигитални списанија, е-книги, слики, видео- и аудио-записи.

По воспоставување присуство на компанијата на различни платформи, следува двонасочната комуникација. Интересот ќе го задржиме со интересни објави и статии, поволни акции, попусти и понуди.

Воспоставувањето и користењето на дигиталниот маркетинг е долг и континуиран

процес што не е временски ограничен. Ова значи дека одржувањето на целата маркетиншка инфраструктура е од клучно значење. Мора да ја прошируваме нашата приказна следејќи ја првичната цел, да продолжиме да го промовираме брендот и да ја зачуваме посебноста што клиентите ја препознале кај нас и поради која и нè одбрале токму нас.

Напредокот треба да го следиме, а перформансите навремено да ги мериме бидејќи на тој начин сами ќе ги препознаеме нашите предности и слабости. Тогаш ќе може да преземеме активности што ќе се потпираат на нашите добри страни, воедно учејќи од нашите грешки. Мерењето на успешноста и проценувањето на напредокот ни помагаат во понатамошните одлуки, подобрувањето на пристапот и обезбедувањето ефективност на дигиталните маркетиншки кампањи.

Се поставува прашањето колку македонските компании се свесни за влијанието на дигиталниот маркетинг во деловното работење и промените во традиционалните начини на комуницирање?

Македонските компании се свесни за предностите и за неопходноста од користењето на дигиталниот маркетинг и развивањето на дигитални стратегии. Пандемијата со Ковид-19 ги натера компаниите забрзано да размислуваат за примена на нови технологии, така што инвестицијата во дигиталната трансформација не е веќе опција, туку е потреба. Секоја компанијата треба да осмисли стратегија што ќе ги комбинира традиционалните и современите медиуми за комуникација. За да може да се зголеми користењето на дигиталниот маркетинг и за да се воспостави континуирана комуникација со клиентите, потребно е да се има интерактивна вебстраница и континуирана објава на социјалните мрежи.

UTMS JOURNAL OF ECONOMICS

Volume 12 Number 2 Print ISSN: 1857-6974
December 2021 Electronic ISSN: 1857-6982
www.utmsjce.mk

Guest Editor
Prof. Martina Sopha, PhD

Contents

Research Papers

- FINANCING POSSIBILITIES OF THE LOCAL GOVERNMENT
A. Miletirovski, S. Kozharov, and M. Ristovska
- A PANEL REGRESSION ANALYSIS OF HUMAN CAPITAL RELEVANCE IN SELECTED SCANDINAVIAN AND SE EUROPEAN COUNTRIES
F. Kostovik
- EMPIRICAL ESTIMATION OF THE MULTIPLICATIVE EFFECTS OF STEEL INDUSTRY IN MACEDONIA BY USING INPUT-OUTPUT MODEL
D. Lazarov, and M. Kocovski
- STATE INVESTMENT IN SCIENCE AND SCIENTIFIC PRODUCTIVITY OF UNIVERSITIES
D. Kevreck, I. Mikhilun, and H. Stojanovic
- CAPITAL INVESTMENTS AND FINANCIAL PROFITABILITY
S. Banarsa, S. Bogdan, and Z. Ivanovic
- EMPIRICAL ANALYSIS OF DEMAND FOR ROOF TILES EXAMPLE OF TONDACH COMPANY
J. Hoso
- CLASSIFICATION OF TOURIST SEASON IN COSTAL TOURISM
G. Corlika, K. Mladenec, and A. Miletirovska
- HEALTH TOURISM AND SMART SPECIALISATION
O. Blazovic
- ANALYSIS OF TOURISM INDICATORS IN FUNCTION OF TOURIST OFFER ENRICHMENT IN MACEDONIA
D. Miletirovski, A. Miletirovski, and M. Gjorgjievski
- THE IMPACT OF MEDICAL TOURISM ON THE QUALITY OF ORGANIZATIONAL AND FUNCTIONAL CHANGES IN THE POLISH HEALTHCARE SYSTEM
M. Okwencz
- SUSTAINABLE TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT IN MACEDONIA THROUGH THE USE OF RENEWABLE ENERGY SOURCES
B. Petruskova, V. Cergashev, and M. Spashevska

University of Tourism and Management in Skopje
www.utms.edu.mk

ИНФЛАЦИЈАТА ГО „ИЗЕДЕ“ ЖИВОТНИОТ СТАНДАРД

20

Тема

Платите во Македонија растат, но џебовите на граѓаните од ден на ден се сè попразни. Причините треба да се бараат во инфлацијата. Цените, почнувајќи од тие на најосновните прехранбени производи, па сè до цените на суровините за потребите на странските компании во индустриските зони, за краток временски период се вивнаа до небо. Порастот на цените поради војната во Украина почна со поскапувањето на енергенсите и на горивата, продолжи со цените на храната, а кога ќе заврши, никој не знае. Експертите сугерираат дека ова ќе биде исклучително тешка година на економски план и дека стагфлацијата на економијата е речиси неизбежна.

Инфлацијата го „изеде“ растот на платите. Токму кога 80 илјади граѓани се израдуваа дека во април ќе примат повисока минимална плата за март за речиси три илјади денари, односно 18 илјади денари, сите надежи им ги сруши галопирачката инфлација. За само неколку недели, она што на почеток се чинеше како мал пораст во цените, стана сериозен проблем за семејниот буџет, за инвестициските планови на компаниите и, во

крајна линија, за државата. Кога цената на струјата и на топлинската енергија еноормно пораснаа, што требаше да предизвикаат неколкукратно покачување на сметките за домаќинствата, Владата реагираше со помош кон енергетските компании. Сепак, се чини дека тешко ќе го заузди забрзаното покачување на цените на нафтата, гасот и на храната.



Извор: in.pinterest.com

КРИЗА СО СОНЧОГЛЕДОВО МАСЛО ЗА ЈАДЕЊЕ

Сончогледово масло за јадење речиси и да не можеше да се најде во македонските маркети. Сагата траеше предолго. Илјадници граѓани секој ден мораа уште од утрината да вршат обиколка низ маркетите и низ продавниците за да најдат само еден литар масло. Следеше недостиг или енормно поскапување и на другите производи како шеќерот, млекото, месото, брашното итн. Револтот на населението го достигна максимумот за време на велигденските и на првوماјските празници. Наместо ја подготвуваат трпезата за славење со семејството, граѓаните во огромни гужви гледаа на што поевтин начин да ги истуркаат празниците. Цените беа „изгор“ – табла јајца се продаваше и по 270 денари, а јагнешкото месо чинеше околу 450 денари за килограм. Притоа, ретко која месарница продаваше парчиња помали од 2 кг. Доматите се продава од 160 до 200 денари, краставиците надминаа 100 денари, килограм зелка 35, марулата 30 денари, додека пак младиот компир чинеше 90 денари за килограм. Трговците, пак, се правдаа дека купувале поскапо, па морале и поскапо да продаваат.

„Сè е поскапено, мислам дека оваа година е најскапо до сега, но тоа е што е, мора да се издржи“.

„Поскапено е маслото, беше 95 денари сега е 133 денари“.

„Сè е поскапено. Дојдено е дотаму што мораме да штедиме на храна“ – велат граѓаните.

Не беше само храната. И цените на горивата за краток временски период се вивнаа нагоре. За првпат се случи литар дизел да се продава по дури 97 денари, а во неколку наврати да биде дури и поскап од бензинот од 95 октани. Брза алтернатива за руската нафта нема, па цените останаа „зацементирани“ на новите повисоки нивоа и со постојано варирање нагоре. За да го ублажи ценовниот шок и за да спречи долги редици од возачи што побрзаа на бензинските да „наточат“ колку-толку поевтино гориво, Регулаторната комисија за енергетика одлучи да ја одредува цената на дневно ниво.



Инфлацијата ги испразни полиците во маркетите
Извор: haszon.hu

22

Тема

МЕРКИ НА ВЛАДАТА ПРОТИВ ИНФЛАЦИЈАТА

За да ги намали ценовните притисоци, и владата донесе неколку мерки, меѓу кои и намалување на акцизата и ДДВ-то за нафтените деривати, нула отсто ДДВ за основните прехранбени производи, 5% ДДВ за електрична енергија, прво замрзнување на цените на храната, а потоа ограничување на маржите на трговците на големо и на мало.

Сетот мерки што ги усвои Владата е проценет на 400 милиони евра, од кои 100 милиони се откажување од приходи планирани во Буџетот, додека 300 милиони се буџетски расходи.

Токму намалените маржи го направија и најголемиот проблем. Додека се чекаше Србија да дозволи привремен извоз на

сончогледово масло кон Македонија, се утврди дека кризата со сончогледовото масло за јадење е вештачки создадена. Масло во магаџините имаше, но трговците намерно не го продаваа поради помалата разлика во цената што ќе ја имаат до крајот на мај.

Министерот за економија Крешник Бектеши се сомневаше дека оние што купуваат цели пелети масло имаат намера во време на забранет извоз да го препродаваат поскапо на домашниот пазар и да го шверцуваат во странство. Им наложи на маркетите да продаваат по еден литар масло по човек во едно домаќинство. Инспекторите излегоа на терен, но поголеми нерегуларности не открија.

ТРОШОЦИТЕ ЗА ЖИВОТ ПОВИСОКИ ЗА 8,8%

„Празните џебови“ ги потврди и државната статистика. Трошоците на живот во март биле зголемени за 8,8 проценти во споредба со март лани, а цените на мало за 9,6 проценти. Во однос на февруари, има зголемување за 1,6 проценти, а кај цените на мало за 1,5 проценти. Убедливо најмногу поскапела храната, дури 11,4 проценти во однос на истиот месец лани. За само еден месец, пак, млекото поскапело за 7,3 проценти, јајцата за 6 проценти, свежото и разладеното овошје за

5,9 проценти, лебот и житата за 5 проценти, пивото за 2,9 проценти, маслото за 1,7 проценти, месото, минералната вода, газираниите пијалаци, соковите од овошје и зеленчук за 1,3 проценти, кафето, чајот, какаото за 1,2 проценти. Пораст е забележан и кај гасот за домаќинствата за 8,2 проценти, кај течните горива за домаќинствата за 8,1 процент, кај горивата за превозните средства за 6,1 процент.

ИНТЕРВЕНТЕН ФОНД ЗА СПАС НА ЗЕМЈОДЕЛСТВОТО?!

За да ја спаси колку-толку сезоната и за да го надомести недостигот од житни и индустриски култури, Министерството за земјоделство реши да субвенционира набавка на ѓубриво и зелена нафта, како и да понуди 6 илјади хектари земјоделско земјиште што зјае необработено и празно за одгледување на 10-тина култури. Земјоделците ја оценија мерката како задоцнета. Садењето заврши, па доцната сеидба ќе ги намали приносите, што значи дека мерката ќе нема некои големи ефекти.

„Ова е лоша политика, едноставно задоцнети ни се мерките. Тие треба да бидат сега, веднаш, а не по неколку месеци. Ние не сме партиски, ние сме само земјоделци, особено нашите здруженија. Затоа државата не треба да ги политизира работите, зашто сè паѓа на наш грб“, вели Тони Ангелевски од земјоделското здружение „Жолто тутунско злато“.

Дел од земјоделците од пелагонискиот регион излегоа и ги блокираа патните правци за да алармираат дека состојбите стануваат драматични.

„Дојдени сме до клиничка смрт на земјоделието. Храната ќе биде страшно скапа, ќе јадеме храна од сомнителен квалитет. Ќе имаме страшни проблеми“, предупредија на

протестот.

Во екот на војната меѓу Русија и Украина, меѓу најпогодените се најдоа извозниците на јаболка од преспанско и на праски од Росоман. Едноставно, за само неколку дена ги изгубија целосно веќе договорените традиционални пазари во овие две држави. Откупната цена на јаболката достигна ново минимално ниво од два денари за килограм. Главен купувач е Србија. Тоа е драстично помалку од производната цена од 15 денари. Загубите им достигнуваат и до 70%. Гневни се бидејќи државата ги оставила на цедило, без да обезбеди алтернативни пазари.

„Не е само Русија земја каде што може да се даде јаболкото. Низ целиот афрички континент сигурно немаат јаболка, а имаат, на пример, нафта. Значи, можеа да направат компензирање или друго, ама никој од власта не мисли за народот, за земјоделците, во тоа е работата. Оваа година има многу луѓе што ги оставија овошните насади. Ако вака остане состојбата како што е, никој нема да го работи јаболкото. Околу четвртина од овошките повеќе не се работат, не се кројат. Со Русите ни беше најдобро, зашто ни го откупуваа во време на бербата“, вели јаболкопроизводител од село Јанкоец, ресенско.

Извор: <https://in.pinterest.com>



ПОСКАПЕН УВОЗ НА МАТЕРИЈАЛИТЕ

И додека постојано се чекаше соседна Србија да ги крене рампите за извоз на многубројни земјоделски производи за да се надмине недостигот од пазар во Македонија, бизнисот „изгоре“. Зголемените трошоци за набавка на репроматеријали, суровини и полупроизводи и затворањето или намалената работа на трговските партнери и тоа како удри врз компаниите. Прв сектор на удар очекувано беше градежништвото. Здружението за градежништво регистрира скок на цените на градежните материјали, кој за одделни производи се искачи речиси до 200 отсто. Повеќекратно зголемување има кај песокот, цената на циглите порасна за 40 отсто, железото над 60, а стиропорот за 50 отсто. Најголемо поскапување има кај челичните профили од над 130 отсто. Градежниците побараа намалување на ДДВ-то од 18% на 5% или негово укинување и воведување на т.н. „лизгачка скала“, односно промена во цените што ги постигнале на тендерите согласно

ЗАОСТРУВАЊЕ НА МОНЕТАРНАТА ПОЛИТИКА

Освен мерките на Владата, реагираше и Народната банка. Одлучи да ја заостри монетарната политика. Ја зголеми основната каматна стапка од 1,25% на 1,5% како одговор на очекувањата дека инфлацијата во земјава уште ќе расте. Тоа секогаш е сигнал дека ќе се зголемат каматите на кредитите, но и на штедните влогови што ги имаат граѓаните и фирмите во банките. За експертската јавност овој потег беше логичен иако дојде малку порано од очекуваното. Вообичаена практика е македонската централна банка да го стори тоа, но откако претходно на европско ниво ќе реагира и Европската централна банка. За аналитичарите, нормално беше да дојде до ова за да се намали обемот на пари во економијата и за да се заузди инфлацијата. Сепак, мерката ја оценија како блага – покачувањето било минимално, очекувале поостра реакција. Народната банка не ја исклучи можноста повторно да ја подигне

поскапувањето на материјалите. Предупредија дека ако не се измени ова, ќе сопрат дури 80 отсто од градежните активности на капиталните проекти од јуни. Засега се без одговор од ресорното министерство за финансии.

Поскапеа и мебелот и материјалите за реновирање на домовите. Ако пред една година можеше да се нарача орман долг два и пол метри со вообичаена висина и обични врати за околу 500 евра, сега цената е неколкукратно поголема, односно не е пониска од 800 евра. Тендите, пак, за терасите се поскапени за 30 отсто до 40 отсто.

Не помалку се погодени и странските инвеститори во земјава. Дел од нив што работат за автомобилски гиганти, веќе работат со помалку работници, со помалку смени и со застој во викендите. И странските и домашните фирми бараат нов пакет мерки, главно поддршка за исплата на плати, за да можат да ги задржат вработените.

каматата во нагорна линија.

Поради поскапите пари, банките ќе бидат повеќе стимулирани да запишуваат благајнички записи како посигурни пласмани отколку да даваат кредити на осиромашеното население и фирми. Сепак, ако земе инфлацијата уште поголем замав, Народната банка ќе треба поостро да реагира.

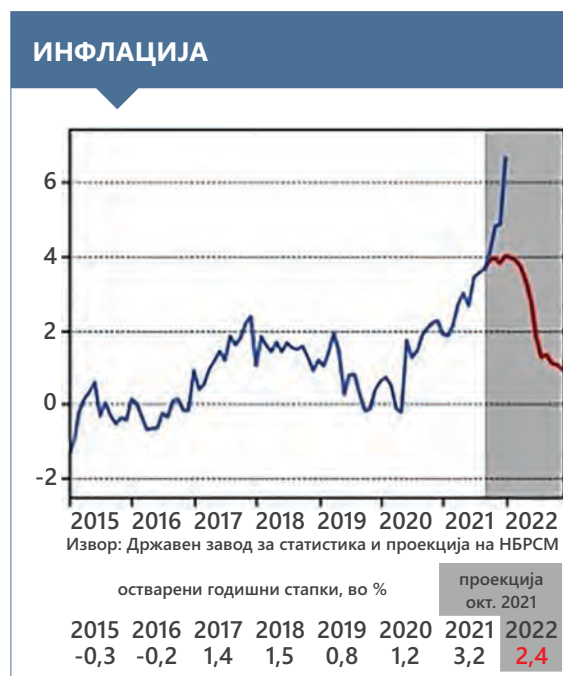
„Се разбира дека ако продолжи ситуацијата со цените да станува посложена и ако се забрзува инфлацијата според очекувањата, тогаш Народната банка ќе може да искористи некоја „потешка“ артилерија како, на пример, зголемување на задолжителната резерва на банките. Сите овие мерки се насочени кон намалување на кредитирањето и на побарувачката за кредити. Ова нормално негативно ќе влијае на инвестициите и на економскиот раст“, вели Ангел Димитров од Организацијата на работодавачи.

БАНКИТЕ ПРАВАТ ПРЕСМЕТКИ

Деловните банки интензивно прават пресметки дали и за колку ќе ги поскапат кредитите на новите, но и на веќе земените кредити. Ќе се зголемат каматните стапки на станбените и на потрошувачките кредити, кредитните картички, дозволеният „минус“ и на низа банкарски услуги. Единствено ќе куртулат оние со фиксни камати. Тоа се загарантираните камати, кои обично се пресметуваат првите неколку години од кредитот. Сепак, за разлика од пред неколку години, голем број деловни банки понудија и дадоа станбени кредити со фиксна камата во времетраење од цели 10 години.

„Вообичаена практика е промената на каматните стапки да не важат за фиксни каматни стапки до периодот на важност на договорот за кредит и доспевање на депозитот“, велат од Здружението на банките.

Од Организацијата на потрошувачи ги повикаа граѓаните да ги прочитаат договорите што ги склучиле со банките.



25

Народна банка на Република Македонија
Извор: vработuvanje.com.mk



Тема

ДРАСТИЧНО НАМАЛУВАЊЕ НА ШТЕДЕЊЕТО ВО БАНКИТЕ

Анита Агеловска Бежоска
Гувернерка на Народната банка



26

Тема

Поради големата неизвесност и инфлацијата, последниве месеци се заострија реакциите дека денарот како домашна валута губи од својата вредност. Граѓаните почнаа да ги префрлаат своите заштеди од денари во евра или некоја друга валута, а голем дел од нив и целосно да ги повлечат од банките. Едноставно кажано, „да ги чуваат под перница“ или пак да ги инвестираат во недвижности и посигурни хартии од вредност кои носат дивиденда.

Податоците од Народната Банка покажуваат дека од штедните влогови на граѓаните во денари, биле повлечени дури 117,5 милиони евра, и тоа само во март годинава.

На крајот на февруари, денарските депозити на домаќинствата во банките изнесувале 2,4 милијарди евра, додека на крајот на март се спуштиле на 2,3 милијарди евра. Од овие 117 милиони евра, 28,4 милиони евра од денарските депозити биле претворени во евра, односно во март за толку пораснале штедните влогови во странска валута. Дури 89 милиони евра биле целосно повлечени од банките.

Ваквите големи промени кај депозитите беа

директно предизвикани од војната во Украина, односно психозата што се појави кај населението и бизнисот дека нивните заштеди ќе пропаднат. Монетарната власт смирува дека овој страв е неоправдан и дека не се планира надолна промена на вредноста на домашната валута.

„Не треба да постои никаква загриженост во однос на стабилноста на курсот на денарот. Централната банка веќе повеќе од две децении успешно ја одржува стабилноста на домашната валута во однос на еврото, вклучително и во многу кризни епизоди низ кои поминале земјата и економијата. Ова е јасна потврда за капацитетот и адекватниот инструментариум што го има нашата централна банка“, рече гувернерката на Народната банка, Анита Ангеловска Бежоска.

СИТЕ ДРЖАВИ ИМААТ РАСТ НА ИНФЛАЦИЈАТА

Додека во земјава трошоците за живот се поголеми за 8,8%, ништо поразлична не е ниту сликата во другите држави.

ВО ГЕРМАНИЈА НАЈГОЛЕМА ИНФЛАЦИЈА ПО ОБЕДИНУВАЊЕТО

Во нашиот најголем трговски партнер, Германија, регистрирана е рекордна стапка на инфлација во март од 7,3% на годишно ниво, додека во февруари изнесуваше 5,1%, што е најбрзата стапка од обединувањето на Германија.

Инфлацијата веќе има двоцифрен број во многу европски земји (11,9% во Холандија во март, 14,8% во Естонија и 15,6% во Литванија). Во екстремни случаи како Турција, инфлацијата се искачи до над 60% во март, како и во Русија за 16,69%.

Според последните проценки, во март во 2022

година, цените пораснале за 9,3% во Белгија, 9,8% во Шпанија, 7,9% во Луксембург, 6,7% во Австрија, 5,4% во Данска и за 9,5% Словачка.

Од земјите во регионот, највисока стапка на инфлација во март имала Босна и Херцеговина од 10,2%. Ова е единствена земја на Балканот во која инфлацијата се мери во двоцифрена бројка. Во Србија е забележана инфлација од 8,8%, во Црна Гора 9,7%, во Хрватска 7,3% (највисока во последниве 14 години), во Грција 7,2% (најголема во последните 25 години), Словенија 6%, Косово 7,1% и во Албанија 5,7%.

Стапки на инфлација во регионот во март во 2022 година


Босна и Херцеговина	10,2%
Црна Гора	9,7%
Србија	8,8%
Хрватска	7,3%
Грција	7,2%
Косово	7,1%
Словенија	6%
Албанија	5,7%

НАЈСКАПА ХРАНА ВО ПОСЛЕДНИТЕ 30 ГОДИНИ

Потврда за огромниот шок што го предизвика војната во Украина не само врз европската, туку и врз светската економија се и глобалните цени на храната, кои според Агенцијата за храна и земјоделство на Обединетите нации (УНФАО), се искачија на највисокото ниво од 1990 година, односно од годината кога воопшто и почнале да се следат. Индексот на потрошувачка кошничка на ФАО порасна за 12,6% во март од просечните 159,3 поени во февруари, достигнувајќи ново највисоко ниво од 1990 година. Притоа најмногу поскапеа

растителните масла (+23%) и житните култури (+17%), бидејќи Русија и Украина заедно во последните три години учествуваат со околу 30% и 20% соодветно во светскиот извоз на пченица и на пченка.

Со оглед на тоа што ниту една страна во воениот конфликт не попушта, а притисоците за ембарго на разни производи од Русија (нафта, гас, земјоделски производи) продолжуваат, се чини недостигот на пазарот ќе потрае, а стапките на инфлација ќе станат двоцифрени на европскиот континент.

A man in a dark blue suit, white shirt, and red tie is sitting at a desk in an office. He is looking directly at the camera with a serious expression. He has a watch on his left wrist and is holding a pen over a blue folder. In the background, there is a framed picture on the wall and a pen holder with several pens.

Кирил Пецаков
Градоначалник на Општина Охрид

ОХРИД ЌЕ СТАНЕ ЕВРОПСКИ ГРАД ВО КОЈ СЕКОЈ ДЕН ЌЕ ИМА ТУРИСТИ

Плажи уредени според препораките на УНЕСКО. Чист град со нови атрактивни локации за туристите. Градоначалникот на Охрид, Кирил Пецаков, најавува амбициозни планови за следниот период. Во ексклузивно интервју за Магазинот за туризам и менаџмент, тој зборува за новите правила во градот за кои се очекува да привлечат повеќе туристи. Пецаков за годинава планира атрактивна понуда за спортистите и развој на руралниот туризам. Галичица, Косел и Студенчишкото блато се атрактивните локации што може да привлечат многу туристи.

ИНТЕРВЈУ СО КИРИЛ ПЕЦАКОВ

Градоначалник на Општина Охрид

Привлекување нови домашни и странски туристи, издигнување на Охрид како атрактивен европски град. Најавивте инвестиции и проекти во повеќе сектори, но сепак вашата цел е 365 дена туризам односно привлекување на туристи во Охрид во текот на целата година. Како ќе ја реализирате оваа идеја?

Сметам дека Охрид има капацитет и знаење да го спроведе ова. Првично мојата замисла е да обезбедам финансиска поддршка за приватните издавачи на станови и угостители преку субвенции за сместувачките капацитети што ќе нудат услуги за гости пред и по туристичка сезона.

Спортскиот туризам е еден од вашите приоритети. Тоа може да се забележи и во програмата што ја претставивте во трката за локалните избори, а која Ве донесе на градоначалничката фотелја. Кои се првите чекори што ги преземате за да ги реализирате вашите идеи?

Охрид има огромен потенцијал за спортски туризам. Првично, спортската инфраструктура треба да се подобри и да се надгради. Во таа насока, во изминатиов период организиравме акција за расчистување на настанатите дивни депонии и за подигање секаков вид отпад од СРЦ „Билјанини извори“. Наредно што треба да го направиме е промоција на Охрид за активен спортски туризам. Размислуваме за изработка на публикација што ќе служи за оваа намена. Иако досега на моите средби

постојано потенцирам и го презентирам Охрид како идеално место за спортски подготовки, сметам дека со квалитетна публикација презентирањето ќе биде поавтентично.

Голема цел поставивте пред себе, да ги задржите младите во своите родни места. Руралниот туризам го внесовте како посебна гранка со цел заживување на овие средини. Дали ќе биде тешко да успеете во Вашата цел?

Несомнено е дека големите цели се тешки за достигнување, но не се неостварливи. Инвестициите и реставрациите што ги планираме во руралните средини, односно во сместувачките капацитети, ресторани, пензионерски домови, спортско-рекреативни центри, планинарски домови и слично, се надевам дека ќе претставуваат поттик за младите да останат во своите родни места и да развиваат бизнис. Тоа ќе донесе раст во економскиот и во општествениот развој на руралните средини, а следствено на тоа ќе се намали миграцијата на младите.

Најавивте екотуризам и заштитени зони. За кои локации станува збор ?

Охрид изобилува со локации каде може да се развива екотуризам. Доста од угостителите веќе го препознаваат тоа и инвестираат токму во ваквите места. Мојата замисла е за почеток како еколокации да ги промовираме Галичица, вулканот кај Косел и Студенчишкото блато.

За да се реализираат сите Ваши идеи потребни се туристи, како домашни така и странски. Дали имате соработка со туристички агенции и авиокомпаниии, и планирате ли засилено рекламирање на Охрид во некоја друга земја?

За жал, поради пандемијата, голем дел од воспоставените соработки се во мирување. Се надевам дека во периодот што следува, состојбата полека ќе се нормализира и дека повторно ќе можеме да функционираме нормално. Во моментов, постепено се враќаат директните и чартер авионски линии од и кон Охридскиот аеродром. Наша определба е во зависност од ситуацијата, да разговараме со туроператорите и со авиопревозниците за отворање нови пазари за привлекување гости во Охрид. По две години, Охрид повторно беше промовиран на Саемот за туризам во Белград. Разработуваме и некои нови идеи во насока на промоција на градот. Дополнително на ова, секоја моја работна посета надвор од Македонија ја користам за промоција на градот и за остварување контакти со тамошните туристички работници.

Се приближува лето. Најавивте дека ќе го заштитите Охридското Езеро, а како прва од мерките се плажите. Рековте дека Охрид ќе има уредно направени плажи за туристи, според препораките на УНЕСКО, но од оваа година ќе бидат под наем, нема повеќе концесија. Дали сметате дека со ваквата одлука туристите ќе добијат поквалитетна услуга?

Уредени плажи секако дека значат и поквалитетна услуга за туристите. Наша замисла е Охрид да добие уредени плажи според план за уредување на крајбрежјето на Охридското Езеро, а во согласност со Препораките на УНЕСКО. Планот треба да ги утврди локациите на кои ќе се уредуваат плажи, а останатиот дел ќе бидат слободни плажи. Плажите ќе бидат уредени со природни материјали и без платформи во езерото. На дел од просторот ќе бидат поставени лежалки, додека останатиот дел ќе

биде слободен. На овој начин, на крајбрежјето на Охридското Езеро ќе има простор за сечиј вкус. Замислата е плажите да не се издаваат како досега под концесија, туку тоа да се прави со краткорочни закупи од една година.

Наследивте судски спорови од поранешни концесионери на плажи што бараат отштета од стотина илјади евра. До каде се постапките?

Во моментов се водат неколку судски постапки. За дел од нив се дадени завршни зборови, а за другите се чека закажување на рочишта за завршни зборови.

Еден од горливите проблеми на Охрид е отпадот што секојдневно се влева во езерото. Какви планови имате за спас на езерото?

Превенција по дефиниција значи спречување. Во таа насока се движи и нашата активност за спас од отпадот што се влева во Охридското Езеро. За таа цел на сливовите од реките што се влеваат во него поставивме метални прегради што спречуваат цврстиот отпад да се влева во езерото. Понатаму, постојано работиме на мапирање на дивите депонии, кои се потенцијални загадувачи на езерото, и организираме големи акции за нивно расчистување. Активно сме вклучени и во процесот за изградба на регионалната депонија за југозападниот плански регион, што ќе значи и конечно решение на депонијата „Буково“.

Колку ви помага централната власт во реализација на вашите проекти? Дали сте побарале помош и дали сте добиле?

Во овој релативно краток период преку Заедницата на локални самоуправи, имаме побарано од Владата да се изнајде решение за подмирување на електричната енергија во моменталнава енергетската криза во државата. Меѓутоа, за жал, Владата не ни излезе во пресрет за решавање на овој горлив проблем со кој се соочуваат сите општини во Македонија.



Кирил Пецаков
Градоначалник на Општина Охрид

31

Општина Охрид

Дали се вклучени и граѓаните во реализацијата на вашите проекти и колку има локалната власт слух за проблемите на жителите на Охрид?

Голем дел од идеите за проектите ги црпиме од граѓаните. Преку средбите со нив, кои до овој момент изнесуваат повеќе од 600 лични средби, ги слушаеме нивните проблеми, но и идеи за одредени проекти. Потоа, во координација со општинските јавни претпријатија изнаоѓаме решенија и утврдуваме динамика за решавањето на секојдневните проблеми. Тука мора да нагласам дека тоа воопшто не е лесно знаејќи ја незавидната финансиска состојба во која се наоѓа Општина Охрид.

Еден од големите проблеми на Охрид е паркингот во центарот на градот, особено во летниот период. Дали ќе има измени оваа година и дали туристите ќе имаат полесен пристап со автомобил до центарот?

Се надевам дека со завршувањето на реконструкцијата на Булеварот „Македонски просветители“ во голема мера ќе се подобри

пристапот. Проблемот со просторот за паркинг во Охрид е од многу одамна. Во моментот сме во поодмината фаза на проектот за изградба на катна гаража, за која верувам дека речиси целосно ќе го реши проблемот со паркирањето во централното градско подрачје.

Каква слика имате пред себе за Охрид по 4 години? Како замислувате дека ќе изгледа градот на крајот од Вашиот прв мандат?

За четири години имам визија дека Охрид ќе биде многу попозитивен и поатрактивен град за живеење. Го замислувам како еден уреден и чист град. Еснафски и пријателски.

Колку Ви останува слободно време и како го поминувате со Вашето семејство?

За жал обврските како градоначалник се големи, а активностите ги имам многу. Меѓутоа, гледам секојдневно барем 2-3 часа да одвојам за моето семејство. Најчесто тоа може да биде заедничка прошетка, гледање некоја детска емисија или филм.



ПЕЛИСТЕР – ПОДЗАБОРАВЕНА ПЛАНИНСКА УБАВИЦА

Во Македонија ќе ве пречекаат 16 планини повисоки од две илјади метри. Најјужната планина со алпски карактер, Баба, плени со својата убавина и со разновидниот животински и растителен свет, поради што нејзиниот северен дел е прогласен за национален парк. Сепак, се чини, освен битолчани и населението од околните места, ретко кој друг често го посетува Пелистер. Туризмот главно се врзува со скијачката сезона, но планината има уште многу да понуди.

На само 15 километри од Битола или со три и пол часа возење од Скопје, може да се стигне до Пелистер. Уникатно природно богатство ќе ве пречека на Баба Планина. Со своите недопрени убавини и невообичаени формации го буди интересот не само кај планинарите, туку и кај рекреативните љубители што сакаат да пешачат дишејќи чист воздух. Тоа на битолчани им е многу

потребно, особено ако се знае дека градовите во околината, а особено Битола, секоја зима се едни од најзагадените во земјава. Зошто тогаш оваа планинска убавица не е честа дестинација не само на домашните туку и на странските туристи? Се чини подзаборавена локација, споредено со Шар Планина, Јакупица или Бистра, на пример.

СКИЈАЧКАТА СЕЗОНАТА – ГЛАВЕН ИЗВОР НА ПРИХОДИ

Туризмът на Пелистер „цвета“ за време на скијачката сезона. Таа, пак, трае зависно од временските услови. Од година в година има сè помалку снег, па бројот на денови кога љубителите на белите спортови може да уживаат е сè помал. Сепак, тоа не беше така оваа зима. Снег имаше во доволно, па

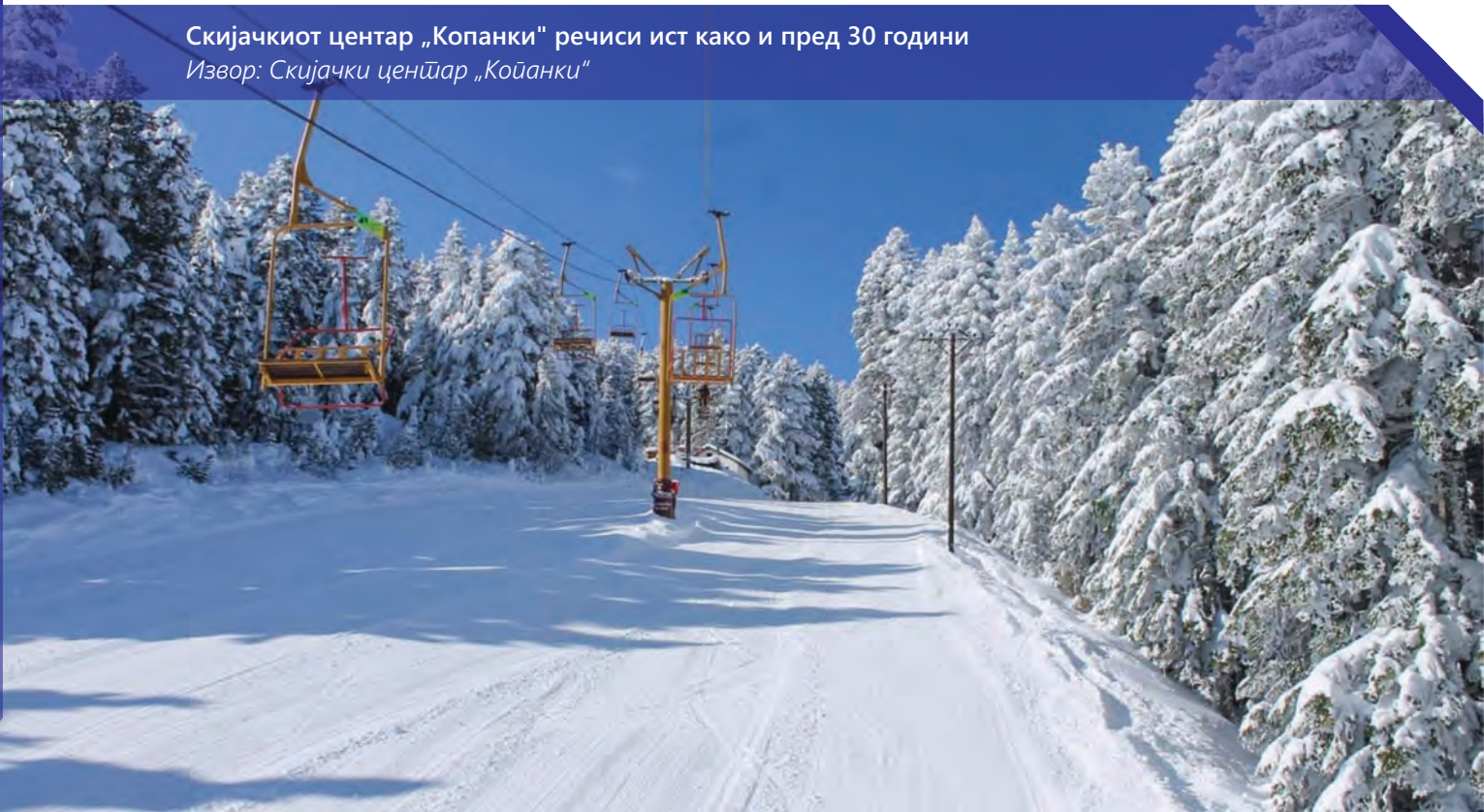
скијачката сезона траеше 70-тина дена. Двата скијачки центри, „Нижеполе“ и „Копанки“, работеа турбо. Цените беа и тоа како поволни. Заедно со „Пониква“, двата скијачки центри на Пелистер се вбројуваат меѓу најевтините во Македонија, со дневен скијачки билет од 300 денари.

СКИЈАЧКИОТ ЦЕНТАР „КОПАНКИ“

Од изградбата во 1975-та година (со месен самопридонес на населението на Битола) досега, центарот смени многу сопственици. Периодот 2006 – 2011 година слободно може да се каже дека е најтешкиот за центарот бидејќи не работел. Сега работи под капата на АД „Електрани на Македонија“. Уште на прв поглед се гледа дека патот до „Копанки“ е на места тесен и оштетен и дека му е неопходно проширување и реконструкција. Сместен во густа моликова шума, „Копанки“ располага со два скијачки лифта на почетна надморска височина од 1420 метри, додека стартот на скијачката стаза е на надморска височина од 1800 метри. На 1610 метри се наоѓа планинарскиот дом „Копанки“. Со години се бараше комплексот да прерасне во модерен и атрактивен скијачки центар, па пред 7 години

Владата најави дека ќе инвестира во систем за вештачки снег, реновирање на хотелот „Молика“, изведба на спа-центар и катче за најмалите. Дел од ова се реализираше, поголем дел не. Некои од посетителите се жалат дека скијачката патеката нередовно се чисти од корења и од треви, дека горниот скилифт најчесто бил надвор од употреба и дека немало топови за вештачки снег. Понекогаш, поради големите наноси од снег и тешките услови на пристапниот пат, по ден или два скијачките патеки се надвор од функција. Символично, една од најголемите инвестиции овде во скијачкиот центар, кој се чини како заборавен во времето е модернизираната проширена тераса, која вообичаено е преполна со скијачи за време на сезоната.

Скијачкиот центар „Копанки“ речиси ист како и пред 30 години
Извор: Скијачки центар „Копанки“



СКИЈАЧКИОТ ЦЕНТАР „НИЖЕПОЛЕ“

За вљубениците во снегот, сонцето, чистиот воздух, скијањето, бордањето, санкањето, но и за сите што сакаат да уживаат во кафе и топол чај на планина, избор е и скијачкиот центар „Нижеполе“. Иако малку во сенка на „Копанки“, и овој центар станува евтина опција за скијачите од Битола, Прилеп, Охрид и од околните места. Со скијачкиот центарот, изграден во далечната 1984 година, стопанисува ЈП „Стрежево“ – Битола.

Скијачките патеки се наоѓаат на надморска височина од 1300 до 1600 метри, на неколку километри над истоименото село. Од Битола е оддалечен 15 километри. Асфалтниот пат не е лош. Патот од Ниже Поле до центарот е обновен лани. Паркингот редовно се чисти, а скијачките лифтови се во функција. Се организира и ноќно скијање од 19 до 22 часот.

Скијачкиот центар „Нижеполе“ не се најде на листата на скијачки центри на Агенцијата за странски инвестиции што треба да се изградат или да се обноват, како што се Јабланица, Бушова Планина и Караџица. Сепак, надлежните веќе со години најавуваат нови инвестиции. Влошените климатски услови ги тераат инвеститорите постојано да размислуваат за нови скијачки патеки на што поголема надморска височина. Во 2015-та, тогашниот директор на ЈП „Стрежево“ најави проширување на скијачкиот комплекс, кое го опфаќа појасот под и до врвот Муса. Во втората фаза центарот требаше да се прошири до месноста Орлови Бари.

Лани летото, директорот на ЈП „Стрежево“ и министерот за локална самоуправа потпишаа договор за со кој се одобруваат финансиски средства за изработка на проект за изведба на нов скијачки центар на Пелистер.

„Преку меѓународен тендер ќе се избере реномирана проектантска куќа што ќе изработи проект за изградба на модерен скијачки центар кај Нижеполе. Со проектот треба да се дефинира каде ќе се изгради новиот скијачки центар, со повеќе патеки за скијање, со една жичница и со минимум два скилифта“, изјави тогаш министерот за локална самоуправа Горан Милевски.

Дополнително вложување треба да биде системот за вештачки снег. Со основниот проект за вештачки снег се дефинира скијачка патека во должина од 900 до 950 метри и широчина на појасот од 60 до 65 метри, со височина на снежна покривка од 30 сантиметри. Површината на патеката која треба да се покрие со вештачки снег изнесува 5760 квадратни метри. Се работи за пообеман проект, кој ќе ја дочека светлината на денот некоја наредна година, а преку кој треба да се зголеми бројот на деновите под снежна покривка и да се продолжи скијачката сезона.

Со овие инвестиции, Пелистер треба да стане атрактивна дестинација, барем приближно како Банско или Боровец, а туризмот и скијањето да отворат можности за нови вработувања во околните места.

Скијачкиот центар Нижеполе „пати“ за нови инвестиции

Извор: *stenton.mk*



ИНТЕРЕС ЗА ЗАРАБОТКА ОД ТУРИЗМОТ

Неповторливите природни пејзажи во комбинација со чистиот планински воздух ги привлекуваат посетителите на Пелистер уште одамна, но ретки се ентузијастите што решиле туризмот во регионот под планината да го издигнат на некое повисоко ниво. Мештаните велат дека пред 30-тина години, туризмот главно се врзувал со училишните екскурзии, одмори и скијачката сезона, која трае само неколку месеци. Сега, почнувајќи од излезот на Битола, па нагоре, може да се види како постојано никнуваат нови објекти за пречек на гости. Број на туристи годишно во регионот изнесува околу 10.000 луѓе.

Селото Ниже Поле е последната попатна станица до скијачкиот центар со истото име.

Поради помалата популарност скијачките патеки споредено со оние на „Копанки“, пред неколку децении никој не ни помислувал дека овде би можело да се зборува за посериозни форми на туризам. Иселувањето, пак, си го направило своето. Селото постепено ги губи жителите, па од две илјади, сега брои едвај 200 луѓе. Едни од ретките на кои им „светнала идеја“ за развој на планински туризам не се мештаните, туку еден брачен пар од Пештани, Наумче и Татјана Јанески, кои повеќе од 20 години пречекуваат гости во вилата над Ниже Поле. Идиличната планинска вила „Дамаја“ (името е кованица од првите букви од имињата на ќерките на брачниот пар и семејното презиме) е уникатно архитектонско

Вила „Дамаја“, Нижеполе - Успешен пример за планински туризам

Извор: Вила „Дамаја“



дело, кое совршено се вклопува во неодоливиот пејзаж на Пелистер. По неколкугодишно скијање на Баба Планина го откриле потенцијалот на Пелистер за развој на туризам, не само во зима туку и преку целата година. И покрај тоа што биле сигурни дека интерес и тоа како ќе има, не сите биле оптимисти дека вложувањето ќе се исплати од финансиска гледна точка.

„Воопшто не бев скептик. Еден временски период многу пријатели од Битола, дури и мештаните од Нижеполе ми велеле, тука е невозможно човек да се занимава со туризам“. Јас на сите им велам дека не само што ќе има туризам, туку ќе нема место за продавање за изградба на викендици и хотели. Тоа и се случи! Во времето кога почнавме, имаше неколку викендички, но никој не ги издаваше. Во поново време се изградија многу викендици, од кои поголем дел – на мое укажување дека треба да почнат да издаваат, едноставно да се внесат во туризмот, што и се случи – сега веќе се занимаваат со туризам“, вели Јанески.

Вилата комотно може да угости 15 луѓе во 3 соби и 2 студија. Брачниот пар Јанески вели дека најголема реклама не им биле ниту платформите за онлајн резервирање како booking.com, ниту пак социјалните мрежи на кои се присутни, туку одличните препораки од редовните гости. Токму напливот од посетители бил пресуден постојано да размислуваат за проширување на капацитетите и да воведуваат нови содржини. Вилата има голем двор, во кој може да се прави скара, поседува нишалка за деца, огромна тераса на која може да се испие кафе или чај или едноставно да се ужива во погледот пред вас. Огромното пространство содржи потенцијал за зголемување на капацитетите, а токму тоа е и планот на домаќините. На прашањето дали е тешко постојано да се на релација Пештани – Нижеполе, велат дека е неопходна само добра организација за да се постигне успех.

Јанески сметаат дека иднината на планинскиот туризам не само во Нижеполе туку и во околните места е нераскинливо поврзан и директно зависи од инвестициите во скијачкиот центар. Доколку скијачките патеки функционираат барем од крајот на ноември до април, и други инвеститори ќе се охрабрат да вложат во ресторани, кафеани, пицерији, објекти за забава и слично.

Сепак, за да се оспособи местото за постојните, но и за нови инвеститори, најпрво се неопходни инвестиции од локалните власти.

„Да се изгради колекторски систем за да соберат сите фекалии и нечистотии да се соберат во тој систем. Исто така, мислам дека е голем недостиг, колку што јас знам, тоа што нема изготвено урбанистички план, во кој идејно би можело да се предвиди долгорочна инфраструктура за што поголем развој на овој прекрасен предел“, вели Јанески.

Брачниот пар Јанески уште пред 14 години иницирале да се испита загаденоста на овој регион. Група ентузијаста од Австрија, Швајцарија и Словенија во неколку наврати измериле минимално загадување, што дури предизвикало и зачуденост поради близината на РЕК Битола и презагадениот град.

Покрај преубавата природа и близината на Националниот парк „Пелистер“, чистиот воздух и традиционалната храна, се чини дека има уште многу што да се инвестира во регионот под Пелистер. Жителите бараат подобри сообраќајни поврзувања меѓу селата, канализациска мрежа и повеќе и почести линии за автобуски превоз.

Актуелниот градоначалник на Битола, Тони Коњановски, пред шест месеци ја презема функцијата со многу ветувања за развој на овој регион. Останува да видиме дали и по 4 години, сè уште ќе ја гледаме истата слика на потпелистерските села или ќе има значајни подобрувања и повеќе туристи.

РАЈ ЗА ПЛАНИНАРИТЕ

Непроценливото природно богатство на Пелистер и шареноликиот мозаик од гребени што на врвот ги „чуваат“ двете леднички езера, добро познатите Пелистерски Очи, секогаш биле магнет за планинарите. Легендата вели дека „горските очи“ биле солзи на две сестри што се вљубиле во исто момче, Пелистер. Бидејќи мајката не дозволила ниту една од нив да се омажи за него, ги протерала на планина и ги проколнала секогаш да бидат блиску една до друга, но никогаш да не можат да се видат. Скитајќи низ планината, едната сестра стигнала на местото каде што сега се наоѓа Големото, а другата кај Малото Езеро. И двете скршени од болка по несудената љубов, пролеале толку многу солзи што од нив се создале двете прекрасни езера.

Двете езера пленат со својата убавина, а лете, многумина по долгите исцрпувачки планински тури решаваат да се разладат во нив. Токму затоа, најчесто, на врвот туку двете езера се крајна дестинација за вљубениците во планинарењето. Во последно време и многу велосипедисти се решаваат за овие тури.

На брегот на Големо Езеро е изграден

планинарскиот дом „Димитар Илиевски-Мурато“, според првиот македонски освојувач на Монт Еверест. За искачување до Големо Езеро постојат неколку маркирани патеки и еден планински пат. Искачувањето трае од 3 до 7 часа зависно од тоа која е почетната точка на тргнување.

Во Инфоцентарот на Националниот парк „Пелистер“ може да се добијат детални информации и совети околу планинарењето на Баба. Најчесто пешачките патеки почнуваат од хотелот „Молика“. Најдолгата рута е од хотелот „Молика“ до врвот Пелистер, која трае дури 8 и пол часа и е наменета за искусни планинари. Другите тури се до Големо Езеро, Јоргов Камен, Историска патека од Првата светска војна, до Голема ливада, до локалитетот Палиснопје итн. На Пелистер има и две мали повремени природни и убави езерца наречени Орлови Бари, до кои, исто така, водат планинарски патеки.

За планинарењето на Баба, дел од личниот поход „100 дена патувања“ на планинарот Вито Валентинети во 2020 година, тој ќе напише дека глетката на Пелистерски Очи е една од

Планинарење на Големо Езеро



најживописните на Балканот. На својот блог Валентинети пишува дека патеките на Пелистер се истите тие по кои патувале и Апостол Павле, римските леги и византиските цареви низ овие предели. Пишува и препораки како најдобро да се снајдете при престојот на Пелистер.

„Ништо не видов во селото. Купете си храна и грицки во Битола. Тоа е долго пешачење, па

можеби ќе сакате да спакувате нешто поконкретно за ручек и да уживате во Големото Езеро. Помеѓу почетокот на патеката и планинарскиот дом има два извори со вода. Неверојатно. Многу ми е драго што можев да се искачам овде пред да падне снег. Во една година на спектакуларно пешачење, ова беше еден од најважните моменти“, пишува Валентинети.



ПОТПЕЛИСТЕРСКИТЕ СЕЛА – НЕИСКОРИСТЕН ПОТЕНЦИЈАЛ

Туризмот полека, но сигурно се развива во потпелистерскиот регион. Главните бази за тргнување на планинарите, но и на вљубениците во планината што сакаат да избегаат барем за викенд од градскиот метеж, се стационирани во Нижеполе и во Дихово. Овие две селца барем досега најмногу го имаат искористено туристичкиот потенцијал

на овој крај. Нижеполе брои најмногу викендички, додека Дихово е локацијата на мегапопуларната „Вила Дихово“, 90 години стара архитектонски уникатна семејна куќа за која пишуваа сите најпрестижни меѓународни магазини. Дополнително „Лоунли планет“ („Lonely Planet“) го вброи селото меѓу 50-те непознати места за мирен одмор во Европа.

Селото Маловиште –
заборавен рај во срцето на Националниот парк
Извор: flickr.com

Маловиште – заборавено влашко наследство

Речиси секој слушал за Собирот на иселениците за Илинден во село Трново, многумина го посетуваат и Ротинското Езеро, акумулација во близина на истоименото село, но навистина ретко кој бил во Маловиште. Тоа е единственото од потпелистерските села што се наоѓа во склоп на националниот парк. Не е интересно само поради тоа, туку и поради автентичната архитектура, традиција и култура што го издвојуваат од останатите села. До него води добро асфалтиран пат, кој се издвојува од регионалниот Битола – Ресен. Пред самиот влез на селото, од лева страна ќе ве пречека еден мал кривулест водопад, мала брана на Маловишка Река (Шемница), како и рибник посетуван од мештаните. Маловиште е типично влашко село иако жителите одамна го напуштиле. Денеска брои едвај 100 жители, но за викендите и за поважните празници семејствата се собираат традиционално кај постарите. Така беше и овој Велигден, кога низ инаку тивкото село можеше да се забележат голем број возила, меѓу нив и бројни со странски таблички. Луѓето што ги сретнавме патем велат дека живеат во странство со години, но за Велигден, Божик или за Нова Година речиси задолжително се собираат во местото од каде што потекнуваат. Меѓу познатите влашки семејства, потекло од Маловиште имаат фамилиите Белимаче, Грамосли, Палигора, Тошу, Зика, Тотани итн. Маловиште е родна грутка и на познатиот поет Константин Белимаче, автор на

40

Репортажа





Манастирот „Св. Ана“
Извор: bitola.info

„Родителска порака“, поема прифатена како национална химна на Власите. На сретсело, неговите соселани имаат подигнато споменик во негова чест. Потекло од Маловиште има и шампионката од Вимблдон, романската тенисерка Симона Халеп. Таа во повеќе наврати зборуваше за традициите кои македонските Власи ги задржале во Романија и не отстапиле од нив.

Селото има автентична рурална архитектура, големи камени куќи на еден или два ката, со богат ентериер, но се гледа дека има и нови градби што отстапуваат од овој уникатен стил. Селото е стрмно, улчките се тесни и неасфалтирани. Низ камењата што треба да претставуваат патека, треба внимателно движење. Над селото доминира црквата „Св. Петка“. Таа е неизбежна локација за посета кога сте во Маловиште. Често е затворена, но мештаните без проблем ќе ве упатат на некого што го има клучот и кој може да ви отвори за да ја посетите црквата. Поседува богат фрескоживопис, длабок дрвен иконостас, како и галерија на ретки икони сместена во горните простории на црквата, со примероци што датираат од 16. век.

Најголем дел од посетителите на Маловиште, патот го продолжуваат кон манастирот „Св. Ана“. Се работи за импозантна трикорабна градба со камбанарија, на половина час пешачење од селото, на 1400 метри надморска височина, сместен во густа букова шума со интензивна зелена боја. Култот кон овој манастир го поттикнува фактот што луѓето веруваат во исцелителната моќ на водата од изворот што се наоѓа во близина на манастирот. Меѓу легендите за чудотворната моќ на „Св. Ана“ се и верувањата дека брачните парови ќе добијат пород, а некои, пак, сечат парчиња од кората на стеблото вградено во храмот за да им ја следи среќа фамилијата. Планинарските патеки одовде водат кон врвот Пирамида или пак до „Копанки“, каде што се стигнува за два часа.

И покрај големиот потенцијал и интересните места за посета околу селото, во Маловиште буквално никој не пречекува гости. Останува допрва туризмот да се развива во ова заборавено, но идилично село, кое и официјално е прогласено за заштитена рурална споменична целина како значајно културно наследство на државата.



Хамилтон, Бермуда
Извор: www.nydolls.org

НАЈСКАП Е ЖИВОТОТ НА БЕРМУДИТЕ, НАЈЕВТИН ВО ПАКИСТАН – МАКЕДОНИЈА ПОМЕЃУ ПОЕВТИНИТЕ ЗЕМЈИ ЗА ЖИВЕЕЊЕ

Најскап е животот на Бермудите, а најевтин е во Пакистан. Македонија се најде на 118. место од вкупно 139 земји. Познатиот портал Нумбео објави ранг-листа направена според трошоците за домување, облека, храна, превоз, интернет, услуги, намирници, комуналии и уште многу други параметри. Рангирањето е од најскапите кон најевтините земји.

Од земјите во регионот, најскап е животот во Словенија, која се најде на 45. место, потоа во Хрватска, која е 59-та на листата, Црна Гора на 87. место, Босна и Херцеговина е 96-та, Албанија е 99-та, потоа следи Македонија на

118. место, а Косово е на 134. место. Турција се најде на 130. место.

Според статистичките податоци на порталот, зад Бермудите, меѓу најскапите земји за живот во светот се Швајцарија, Норвешка, Исланд и Барбадос.

Најслабо рангирани земји се Алжир, Колумбија, Индија, Авганистан и Пакистан.

Според статистичките податоци на порталот, зад Бермуди, меѓу најскапи земји за живот во светот се Швајцарија, Норвешка, Исланд и Барбадос.

Најслабо рангирани земји се Алжир, Колумбија, Индија, Авганистан и Пакистан.

ЈАПониЈА „ПРОБНО“ ГИ ОТВОРА ГРАНИЦИТЕ ЗА ТУРИСТИ

Јапонија по повеќе од 2 години, ги отвора границите за туристи, но ќе бидат под будно око. Властите соопштија дека овој месец ќе започнат со спроведување на таканаречен „тест-туризам“ со ограничени пакет-аранжмани. Тие очекуваат гости од четири земји, но со примена трета доза, и тоа од САД, Австралија, Тајланд и од Сингапур.

Иако туризмот беше главна гранка во јапонската економија, земјата од 2020 година е затворена за туристи уште од самиот почеток на епидемијата со вирусот Ковид-19.

Досега строгите регулативи не важеа само за влез на студенти и на деловни патници. Но, тоа не важеше за туристите. Посетите за нив останаа забранети и покрај барањата на туристичките субјекти, за рестарт на дејноста, токму кога јенот е на најниско ниво во последните 20 години. Агенцијата за туризам соопшти дека ќе почне да дозволува „пробен“ влез за мали групни тури, да се види како тоа ќе се одрази врз епидемиолошката ситуација пред целосно отворање на земјата за туристи, што сè уште како датум не се соопштува.

Осака, Јапонија
Извор: mustardseedjapan.com



ВОЈНАТА ВО УКРАИНА ГИ ДОНЕСЕ ДО ДНО ЕКОНОМИИТЕ ВО СВЕТОТ – НЕ СЕ ОЧЕКУВА ЗАКРЕПНУВАЊЕ ДО 2024 ГОДИНА

Германија не очекува големи економски резултати – ја намали прогнозата на БДП на само 2,2 отсто

Германската Влада ја намали прогнозата за раст на БДП-то од 3,6% на 2,2%.

„Прогнозата за растот на БДП за 2,2% во 2022 година се заснова на претпоставката дека нема да има енергетско ембарго на испораките на рускиот гас“, соопшти министерот Роберт Хабек.

За да ја зацврсти економијата, Германија одобри пакет нови мерки за намалување на притисокот врз потрошувачите погодени од високата цена на енергијата.

Војната во Украина различно влијае врз економиите на 23-те земји од Централна, Источна и Југоисточна Европа. Во пролетната прогноза, Виенскиот економски институт

Франкфурт, Германија
Извор: www.studyigram.com



(WIIW) тргнува од таканареченото „статус кво“ основно сценарио. Ако продолжи војната да ескалира и ако воведи Европската Унија ембарго на нафтата и на гасот од Русија, економиите во Источна и во Централна Европа би забележале пад. Во својата прогноза, Институтот предвидува економски раст за Македонија од 2,5% за оваа година и 2,7% за следната година, а исто толков раст прогнозира и за 2024 година.

Од шесте земји во Западен Балкан, за годинава се предвидува Србија да оствари најголем раст од 3,6%, економиите на Албанија и на Црна Гора годинава ќе пораснат за 3,5%, на Косово за 3,3% и на Босна и Херцеговина за 1,8%.

Во случај на негативно сценарио, кое предвидува прекин на снабдувањето со руски енергенси, Виенскиот институт за Македонија предвидува пад на БДП-то за годинава од 0,5%, а во наредните две години раст од 1,5% односно 2%.

Основното сценарио на институтот за членките на ЕУ од Централна и од Источна Европа предвидува раст од 2,5%, а во случај на негативно сценарио блага рецесија од минус 0,9%.

„Дури и во случај на примирје и на политичко решение, силен економски раст може да се очекува дури во 2024 година, бидејќи приватните инвеститори полека ќе се враќаат во земјата“, вели економистот на Виенскиот институт и главен автор на пролетната прогноза Василиј Астров.

Директните последици од војната, за повеќето земји од Централна, Источна и Југоисточна Европа остануваат ограничени во оваа година. Загубите од трговијата со Украина и со Русија изнесуваат во просек 0,5% од БДП. Војната во Украина најмногу го погодува регионот со силен пораст на цените на енергијата и на храната, што ги намалува реалните приходи на домаќинствата и со што влијае врз потрошувачката.

Виенски економски институт

Извор: www.glassdoor.com





Светска банка
Извор: flickr.com



СВЕТСКА БАНКА: ЦЕНИТЕ НА СУРОВИНИТЕ ЌЕ ОСТАНАТ ВИСОКИ ДО 2024 ГОДИНА

Светската банка е со исти прогнози за економиите во следните две години како и Виенскиот институт. Војната во Украина предизвика ценовен шок на пазарите на сировини, во трговијата, производството и во потрошувачката, предупреди Светската банка, оценувајќи дека цените ќе останат високи поради овие промени до крајот на 2024-та година.

По нафтената криза во 1973-та година, цените на енергијата драстично се зголемија во последните две години, а земјоделските сировини и ѓубрива поскапеа најмногу од 2008-та година наваму, соопшти Светската банка во прогнозите за пазарите на сировини.

Според банката, главна причина за овие високи цени е тоа што Украина и Русија се големи производители на земјоделски сировини, а гасот се користи како сировина за производство на вештачките ѓубрива.

Цените на енергијата ќе пораснат за повеќе од 50% во оваа година, а потоа ќе паднат во 2023-та и во 2024-та година.

Цената на природниот гас во Европа ќе се удвои и ќе достигне рекордно ниво во оваа година, а цената на јагленот ќе порасне за 80% достигнувајќи исто така рекордно ниво, проценува Светската банка.

Очекуваат и рекордни цени на пченицата по растот за повеќе од 40% во оваа година, што ќе го зголеми притисокот врз економиите во развој што најголем дел од својата побарувачка го задоволуваат со увоз, особено од Русија и од Украина.

Цените на металите се очекува да пораснат за 16% годинава, а потоа да ослабат во 2023-та година, при што сепак ќе останат на покачените нивоа, предвидува Светската банка.



Сè повеќе мигранти работат во Европа
Извор: opendemocracy.net

МИГРАНТИ ЌЕ ГО ПОПОЛНУВААТ НЕДОСТИГОТ ОД РАБОТНА СИЛА ВО ЕУ

Европската комисија бара начин да привлече мигранти во ЕУ за да ја пополни работната сила што ѝ недостига. Проектот е наречен „партнерство за таленти“.

Европската комисија денеска предлага „партнерство за таленти“ за да привлече компетентни мигранти во ЕУ во контекст на демографската криза на континентот, јави дописничката на МИА од Брисел. Комисијата сака да ревидира две директиви, со што ќе овозможи зајакнување на оперативната соработка помеѓу земјите на ЕУ и земјите-партнери.

Европската комисија ќе создаде таканаречена „резерва на таленти на ЕУ“ за да ја направи ЕУ поатрактивна за граѓаните од трети земји што сакаат да најдат работат во Унијата и за да им олесни на работодавачите во ЕУ да најдат работници од тие земји.

Проектот ќе почне со пилот-фаза ова лето со специфичен фокус и мерки за Украинците, за да се олесни нивната интеграција на пазарот на трудот на ЕУ, велат од Европската комисија.

„Потребни ни се мигранти затоа што имаме недостиг во многу сектори во речиси сите земји-членки, и тој само ќе се зголемува од демографски причини. Потребни ни се повеќе легални патишта за да можат луѓето да придонесуваат за нашата економија“, изјави еврокомесарката за внатрешни работи Илва Јохансон.

Потпретседателот на Европската комисија, Маргаритис Схинас, објасни дека околу пет милиони мигранти од Украина пристигнале во ЕУ, а околу милион и половина се вратиле назад. Потенцира дека е важно да се менаџира заедничкиот пристап на ЕУ кон трудовата миграција, за да се одговори на потребата на ЕУ од таленти.

ВО АМЕРИКА ДОЗВОЛЕНА ПЕНЗИЈА ВО БИТКОИНИ

Пензија во биткоини. Популарноста на криптовалутите и зголемената употреба на технологијата доведоа до тоа дигиталните валути да одат во пензиски заштеди.

Така, финансиската технолошка компанија „Фиделити инвестментс“ („Fidelity Investments“) објави дека ќе им овозможи на клиентите да штедат за пензионирање во криптовалута во рамките на пензиската програма 401(k), која вклучува одредени даночни поволности, објави „Вол стрит џурнал“ („Wall Street Journal“).

Според весникот, 23.000 компании што ги користат услугите на „Фиделити инвестментс“ за управување со нивните пензиски планови (во САД нема државна пензија како во Европа), ќе имаат опција да додадат биткоин во нивните пензиски програми подоцна оваа година, пренесува Ројтерс.

„Фиделити инвестментс“ со седиште во Бостон стана првиот голем провајдер на финансиски

услуги што им понуди на своите клиенти да го додадат биткоинот во своите пензиски шеми 401(k), овозможувајќи им да заменат дури 20% од своите пензиски заштеди во биткоини, се вели во извештајот.

Оваа понуда на „Фиделити инвестментс“ првично ќе биде ограничена на биткоинот, но се очекува во иднина да се прошири и на други дигитални валути.

Програмата 401(k) е штеден план за пензионирање понуден од многу американски работодавци, кој обезбедува даночни бенефиции за штедачите. Се состои во тоа што корисниците на програмата се согласуваат процент од нивната плата да се уплаќа директно на инвестициска сметка на компанијата, а делот што по тој основ им се одбива од платата не влегува во основицата за плаќање персонален данок на доход.





СÈ ПОВЕЌЕ ЗЕМЈИ ВО СВЕТОТ ГО УСВОЈУВААТ БИТКОИНОТ КАКО ЛЕГАЛНА ВАЛУТА

Извор: thecoinrepublic.com

Централноафриканската Република го усвои биткоинот како легална валута.

Пратениците едногласно усвоија нацрт-закон со кој биткоинот се претвора во законско средство за плаќање заедно со централноафриканскиот франк ЦФА и на тој начин ја легализираа употребата на криптовалути, а претседателот Фостен Арканџ Туадера ја потпиша мерката како закон, објави

шефот на неговиот кабинет Обед Намсио.

Ова е втората држава, по Ел Салвадор, која се одлучува на ваков чекор. На 7 септември, Салвадор стана првата земја во светот што го усвои биткоинот. Но, таму имаше и одредени тензии откако се донесе оваа мерка. Има и други земји што размислуваат дали да го воведат биткоинот како официјално средство за плаќање.

ЛУФТХАНЗА КУПУВА 17 АВИОНИ БОИНГ

Извор: simpleflying.com

Германската авиокомпанија Луфтханза соопшти дека планира да купи 17 патнички и товарни авиони Боинг за речиси шест милијарди долари по каталожки цени, за да ја модернизира својата флота и за да ја задоволи големата побарувачка за превоз на товар.

Компанијата ќе купи седум патнички авиони 787-9 и десет товарни авиони 777, се вели во соопштението. Информациите за цената не се објавени.

Патничките авиони ќе ја чинат Луфтханза околу 2,05 милијарди долари, а товарните околу 3,9 милијарди долари.

Во исто време, Луфтханза планира да ги продолжи договорите за закуп на два товарни авиони Боинг 777 F до 2024 година, соопшти компанијата.

Компанијата годинава очекува нето-инвестиции од околу 2,5 милијарди евра.

ПО ТЕШКИОТ ПАД, ТУРИСТИЧКИТЕ АГЕНЦИИ ЛЕТОВО ГЛЕДААТ ШАНСА ЗА СПАС

50

**ШТО ЌЕ ОДБЕРАТ ГРАЃАНИТЕ – ЌЕ ГО
ОДВРЗАТ ЛИ КЕСЕТО ЗА ЛЕТУВАЊЕ
ИЛИ ЌЕ ЧЕКААТ ПОДОБРИ ВРЕМИЊА?**

АВИОБИЗНИС

**Најчест избор за граѓаните за летување
ќе бидат најекономичните дестинации –
Бодрум и Чешме се „ин“ ова лето**

Ковид-19 беше суров кон туризмот. Туристичката индустрија е една од најпогодените економски сектори од избувнувањето на пандемијата. Здравствената криза предизвика привремено паузирање на туристичките услуги низ целиот свет. Повеќето авиокомпаниии беа принудени да ги намалат или да ги откажат летовите, а со тоа патувањата се сведоа на минимум.



Аркан Керим

Претседател на Туристичко-угостителската комора при Сојузот на стопански комори

Според извештајот на Обединетите нации, светскиот туризам доживеа пораст од 4% во 2021 година споредено со 2020 година (415 милиони наспроти 400 милиони). Ова се бројките им претходат на оние од 2020 година, најлошата во историјата на туризмот, кога во однос на 2019 година имаше пад од 73% кај меѓународните пристигнувања.

Сите овие случувања ги променија и навиките на туристите. Во изминатите две години процедурата за патување во странство беше премногу сложена. Многу граѓани не беа во можност да патуваат зашто државите прво не дозволуваа влез, а потоа беа неопходни вакцините и негативните Ковид-тестови.

Неможноста за патување надвор од границите беше шанса македонските туристи повеќе да ја истражуваат Македонија. Сите ние откривме и посетивме места што не сме ги знаеле. На социјалните мрежи дури се формираше и група „Патувања низ Македонија“, каде што се споделуваа фотографии од убавините на нашата земја. За кратко време се зголеми интересот за посета на домашни туристички атракции.

Сепак, во периодов, како во Македонија, така и во другите земји, сведоци сме на спласнување на пандемијата и масовно укинување на мерките поврзани со неа. Домашниот туристички сектор во ова гледа шанса за спас, а бизнисите можност повторно

да заживеат по тешкиот пад што го доживеаја за време на пандемијата предизвикана од Ковид-19.

По тешките две години поради пандемијата, не може да се имаат предвидувања и очекувања во однос на кој било аранжман, дали се работи за летен или зимски, или за викенд-патувања. Порано знаевме точно што да очекуваме и можевме да планираме и со месеци однапред, но сега ситуацијата е сосема различна. Агенциите веќе почнаа со продажба на летните аранжмани, но понудата е далеку поскупо од порано. Интересот кај луѓето постои и желбата за патување е голема, но – сепак – резервациите за летниот период се доста намалени. Најмногу се бара Грција, тука е и Турција, а првото прашање е секогаш под кои услови ќе се патува и што ќе се случи ако се затворат границите или ако излезе некој позитивен. Навистина е тешко да се работи во овие услови, кои и за нас се сè уште непознати. Сепак, се надеваме дека оваа година ќе биде многу подобра од изминатите, ни одговорија од една скопска туристичка агенција.

Каква туристичка сезона очекуваат годинава туристичките агенции со оглед на тоа што се олабавија рестриктивните мерки за патување, разговаравме со претседателот на Туристичко-угостителската комора при Сојузот на

стопански комори, Аркан Керим. Согласно анализите на сите членки од Комората, Керим вели дека, општо земено, операторите очекуваат успешна сезона и стабилизација по 15 мај.

Очекуваме успешна сезона, пред сè за туристичките работници. Иако е почетокот на сезоната непредвидлив, очекуваме стабилизирање по 15 мај, потенцира Керим.

Во однос на тоа каде ќе одмараат нашите граѓани и за каде има најголем интерес, одговорот од агенциите е сличен – изборот на граѓаните се најекономичните дестинации

Македонските граѓани, како и секогаш, ги избираат најекономичните дестинации – Грција, Турција, Албанија, Египет, па потоа сите други, во зависност од семејниот буџет, вели Керим.

Во однос на туристичката понуда, од година во година се креираат и нови дестинации за одмор, што оди во чекор со воведувањето нови авиолинии. Но, за жал, поради порастот на цените на глобално ниво, растат и цените на ангажманите, што ќе резултира со негативен ефект врз масовната продажба.

Се креираат нови дестинации, но цените, за жал, растат согласно на глобалниот тренд на покачување на цените на енергенсите. Цените се покачени и очекувам ново зголемување во најскоро време, што, повторно за жал, ќе има негативен ефект врз помасовна продажба на аранжмани, вели Керим.

Ако направиме споредба, пак, со соседните земји, цените таму на аранжманите се поевтини заради поголемиот пазар.

Србија на пример, е 5 пати побројна држава од Македонија. Така, ние кога правиме план за 10.000 патници, тие прават план за 50.000 патници, па нормално е да имаат подобри услови на аранжманите, коментира Керим.

Посебен тренд кој се развива во изминатите неколку години е опцијата „First Minute“. Речиси сите туристички агенции нудат опција за рани резервации. Граѓаните неколку месеци

порано си плаќаат со одреден попуст за летување, на пример, во јуни.

Ова е атрактивно за нашите граѓани и е добра алатка на туристичките агенции што се користи сè помасовно, вели Керим.

Но, за разлика од „First Minute“, во нашите понуди не е развиена опцијата „Last minute“, односно патување или летување во последен момент. Одговорот од луѓето во овој сектор е дека нема потреба за ваква опција, особено со оглед на тоа што е развиена продажбата на туристички аранжмани преку првата опција.

Бидејќи продажбата по принципот „First minute“ е одлична, нема потреба од опцијата „Last Minute“. Постои и онлајн платформа во која на едно место можат да се разгледаат и да се споредат понудите за патување на сите туристички агенции од земјава, но и таа платформа не е репер бидејќи агенциите ги менуваат цените секојдневно, дециден е Керим.

Според првиот човек на Туристичко-гостителската комора при Сојузот на стопански комори, Аркан Керим, ова лето Бодрум и Чешме се дефинитивно хит-дестинации за одмор во Турција.

Еве во кои држави ќе одморите летово без сертификати и ПЦР-тестови:

Македонските граѓани летово ќе можат да одморат во сите соседни држави каде традиционално ги минуваат летните одмори, без притоа да прикажуваат какви било сертификати за примена вакцина против Ковид-19, негативен ПЦР- или антиген-тест.

Рестрикциите што важеа за Албанија и Грција од пред извесен период се сосема укинати за македонските граѓани, па така од 1 мај, движењето на стоки и услуги во овие две земји е сосема слободно.

Досега, само Србија и Бугарија не бараа сертификат за влез на нашите граѓани во тие држави.

Македонија во државите од таканаречена зелена Ковид зона ја сметаат и повеќето земји-членки на Европската Унија. Германија

на 27 февруари ја стави Македонија на листата нискоризични Ковид држави. Оттогаш за влез во земјата не е потребно електронско пријавување, но условот за задолжителна целосна вакцинација се уште е во сила.

Од 1 февруари важењето на вакциналниот сертификат во Европската Унија се намали од 12 на 9 месеци од втората доза примена вакцина.

За влез во Италија на секој странски државјанин му е потребен ПЛФ- формулар (Passenger locator form) и сертификат или за целосна вакцинација или за прележан Ковид, или негативен ПЦР- или антиген-тест.

Државјаните на Македонија од 1 април 2022 година може да влезат во Франција ако се вакцинирани, и тоа 28 дена по една доза Johnson&Johnson и 7 дена од втора доза Фајзер, Модерна или Астра Зенека. Бустер-доза е неопходна по истекот на девет месеци од последна примена доза од горенаведените вакцини.

Невакцинираните лица ќе треба да приложат негативен ПЦР-тест не постар од 72 часа или антиген-тест со важност од 48 часа.

Сертификатот за прележаност важи 6 месеци од датумот на позитивниот тест.

Меѓу земјите во кои важи условот за целосна имунизација се и Холандија и Шпанија.

Внимавајте при изборот на туристичката агенција

Во изминатите години имаше неколку случаи со туристички агенции што се отвораа и затвораа преку ноќ, нудеа аранжмани, граѓаните плаќаа, а потоа беа измамани или оставени на „милост и немилост“ во странска држава. Овие негативни појави, за жал, сè уште постојат, вели Керим, и ќе постојат затоа што нема законска заштита од ваквите субјекти.

Како да одбереме туристичка агенција за патување

Во Министерството за економија постои Регистар на туристички агенции, а според последните податоци на вебстраната на



Аркан Керим
Претседател на Туристичко-угостителската комора при Сојузот на стопански комори

министерството има 749 регистрирани агенции.

Според законските одредби, туристичките агенции треба да поседуваат лиценци за вршење туристичка дејност, да се придржуваат кон правата и обврските и кон договорите со клиентите, а должни се и да имаат туристички придружник при организирање туристичка група.

Во таа насока и Државниот пазарен инспекторат ги повикува сите корисници на туристички услуги во Македонија при при секое туристичко патување да внимаваат на следново:

- при потпишување на договорите со туристичката агенција да проверат дали агенцијата поседува лиценца за вршење туристичка дејност,
- да добијат туристички ваучер за патувањето,
- да добијат туристички водич на патувањето за аранжмани надвор од државата, и
- внимателно да го прочитаат договорот.

Ако не се задоволни од добиената услуга, корисниците на туристичките пакети можат своите оплаки да ги поднесат во писмена или во електронска форма до Државниот пазарен инспекторат.

„РАБОТЕТЕ ЗА СЕБЕ И ЗА ВАШИТЕ ДЕЦА“

**„РАБОТЕТЕ ЗА СЕБЕ И ЗА ВАШИТЕ ДЕЦА,
ЗАЈАКНЕТЕ ЈА ПОЗИЦИЈАТА КОН
СОСЕДИТЕ И ИМАЈТЕ НА УМ ДЕКА Е
ПОМАЛКУ ВАЖНО КОГА ЌЕ ЗАПОЧНЕТЕ
ПРЕГОВОРИ, ТУКУ КОГА ЌЕ ГИ ЗАВРШИТЕ“
- порака од словенечкиот амбасадор Предан**

„За три децении нашите две земји изградија примерни политички односи и многубројни партнерства на економски, културен, образовен, одбранбен и полициски план. Ја зајакнавме соработката меѓу општините и ги зближивме младите генерации што не го имаат искусено соживотот во поранешната заедничка држава“, вели во интервјуто за Магазинот за туризам и менаџмент амбасадорот на Република Словенија во Македонија, Н.Е. Милан Предан. Во врска со евроинтеграциите на земјава, тој не е оптимист дека до јуни ќе се најде решение за спорот со Бугарија.



Н.Е. Милан Предан,
Амбасадор на Словенија во Македонија

Македонија и Словенија ги поврзуваат децениско пријателство и соработка. Нашата земја во Словенија гледа искрен поддржувач на евроинтеграциите, но и партнер во НАТО-алијансата. Јасна и силна е вашата поддршка за почеток на преговорите, но и за силен, стабилен и европски Балкан. И покрај големите заложби за време на словенечкото претседателство со Унијата, земјав не доби зелено светло за старт на пристапните преговори. Можеме ли да се надеваме дека наскоро ќе се деблокира овој процес?

Би сакал да бидам оптимист, но јас сум реалист и во моментот не гледам голема можност тоа да се случи за време на француското претседателство односно до крајот на јуни. Сигналите од Софија не се ветувачки, а без билатерален договор меѓу Северна Македонија и Бугарија што барем минимално би ги задоволил интересите на двете страни, тешко ќе се постигне пробив на ниво на ЕУ за свикнување на првата меѓувладина конференција. За време на нашето претседавање, вложивме многу напор

не само во изнаоѓањето компромис прифатлив за двете земји, туку и во тоа проширувањето на ЕУ со Западен Балкан да се задржи на европската агенда, што и ни успеа со Самитот ЕУ-Западен Балкан во Брдо кај Крањ лани во октомври.

Не сакам да повторувам колку е важно поради украинската криза да се придвижи процесот на проширување, како и дека Северна Македонија и Албанија заслужуваат да ги започнат пристапните преговори. Верувам дека сите сте уморни од овие изјави. Така, во моментот, мислам дека единствената разумна порака е: продолжете со реформите, работете за себе и за вашите деца, подобрете ја вашата земја и зајакнете ја позицијата кон соседите, и имајте на ум дека е помалку важно кога ќе ги започнете преговорите, туку кога ќе ги завршите. Словенија преговараше нешто повеќе од четири години. Земјата спроведе многу неопходни реформи пред да ги започне преговорите, па можеше релативно брзо да ги заврши. Меѓутоа, во исто време, мора да бидеме искрени и да признаеме дека атмосферата во ЕУ во тоа време беше многу



Н.Е. Милан Предан,
Амбасадор на Словенија во Македонија

поповолна отколку денес за прием на нови членки.

Нашите две земји имаат одлични билатерални односи воспоставени уште во далечната 1992 година. На 17 март се навршија 30 години од потпишаниот билатерален договор. Како се задоволни властите во Словенија од оваа заедничка, тридецениска соработка?

За словенечкиот амбасадор во Скопје најлесен е одговорот на прашањето кое е најголемото отворено прашање меѓу двете земји. Нема! За три децении практично немаше никакви проблеми меѓу двете земји, за тоа време изградивме примерни политички односи, многубројни партнерства на економски, културен, образовен, одбранбен и полициски план, ја зајакнавме соработката меѓу општините и ги зближивме младите генерации што го немаат искусено соживот во поранешната заедничка држава.

Оние што се сеќаваат на распадот на Југославија, ја ценат принципиелноста на тогашната гарнитура македонски политичари на чело со Киро Глигоров, чија поддршка за напорите на Словенија за демократска трансформација на заедничката држава, а подоцна и за мирно одвојување беше непроценлива. За Словенија многу значеше тоа што во овие напори имаше толку мудри и

претпазливи сојузници, кои разбраа дека тоа не е национален егоизам, туку желба да се спаси оваа земја од неволјите на неконтролираното распаѓање, што за жал се случи подоцна. Тогаш се создаде меѓусебна доверба, која продолжи да трае и во следните три децении по воспоставувањето дипломатски односи во март 1992 година.

Поддршката на Словенија за членство на Северна Македонија во НАТО и за почеток на пристапните преговори на земјата со ЕУ, никогаш не била скриена во џеб, туку искрена и со чесна намера. Словенија го докажа тоа во различни периоди и околности и на многу начини. Исто така, факт е дека словенечките компании со развојната помош станаа важен инвеститор што обезбедува неколку илјади работни места во помалку развиените делови на земјата, во голема мера фокусирани на еколошки проекти на локално ниво.

Мостот меѓу двете земји се многубројните граѓани на Северна Македонија што создадоа во последните три децении втор дом во Словенија, а многу од нив и успешни кариери на повеќе полиња. Тоа важи и за словенечката заедница овде, која е помала од македонската заедница во Словенија, но која со своите три друштва е посветена на промовирање на словенечкиот јазик и култура, ширење на добриот збор за Словенија и градење соживот со мнозинската нација.

Словенија е 15-от трговски партнер на нашата земја, со раст на трговската размена од 12,4% и раст на извозот од нашата земја со стапка од над 20% во 2021 година во споредба со годината претходно. Во нашата земја се реализирани и неколку значајни инвестиции во производствени капацитети, а Словенија е една од земјите од Балканот што даваат најголема поддршка за реализација на проекти на локално ниво. Има ли простор уште повеќе да се продлабочи оваа економска соработка и што треба да сторат властите во земјава за да привлечат поголем број инвеститори од Република Словенија?

Во 2021 година, економската трговска размена меѓу двете земји достигна рекордно ниво – вкупно 375 милиони евра, што е за над 50 милиони повеќе отколку во преткризната 2019 година. Мојата тивка цел од почетокот на 2020 година до крајот на мојот мандат, трговската размена да достигне половина милијарди евра, навистина ќе биде тешко остварлива. Во тоа време немаше криза со короната и никој не можеше ниту да ја претпостави украинската криза. Сепак, ваква трговска размена би била изводлива за две до три години.

Охрабрувачки е тоа што словенечките производствени компании што се веќе тука, планираат нови инвестиции и – како што споменав – инвестираат низ целата земја: ТАБ МАК во Пробиштип, ЛТХ Леарница во Охрид, Рото во Ваница, Пуклавец во Неготино. Тука се и другите: НЛБ е најуспешната банка во групацијата во регионот, управителите на пензиски фондови во сопственост на словенечкиот капитал – КБ Прво, Сава и Триглав – имаат речиси монопол во оваа област, тука се и Искрател, Перутнина птуј, Крка-фарма ДООЕЛ, Интереуропа, Салус, Искра, Подгорка, Горене. Сите овие компании долго и добро функционираат на македонскиот пазар.

За словенечките инвеститори, вашата земја, иако сè уште не е членка на ЕУ, отсекогаш била интересна поради нејзината географска

близина, доброто познавање на пазарот и на јазикот, традиционално добрите политички односи, воспоставените деловни контакти од времето на заедничката држава и формирањето на некои словенечки брендови. Затоа, во иднина сигурно ќе има уште повеќе словенечки инвестиции, особено ако напредува владеењето на правото како предуслов за сигурност на инвестициите.

Најголемиот проблем со кој се справуваат нашите и другите компании е немањето добар технички кадар. Не само што многу добри кадри заминуваат во странство, туку речиси сите би сакале да работат во Скопје или што е можно поблиску до главниот град. Значи, проблемот е (не)мобилноста на кадрите, што исто така е резултат на лошите транспортни врски помеѓу центарот и периферијата. Добрата инфраструктура е од суштинско значење ако сака една земја да има повеќе странски инвестиции.

Неодамна, се актуелизираше потребата за воведување редовна авионска линија помеѓу двете земји, која ќе го олесни транспортот и ќе го зајакне туризмот. Се зборува за воведување авиолинија помеѓу Скопје и Марибор иако ова е засега само идеја. Колку директното поврзување помеѓу двете земји ќе ја олесни соработката, но и ќе го зајакне туризмот?

За жал, со банкрутот на словенечката авиокомпанија Адриа ервејс, двете земји го загубија директниот лет меѓу Љубљана и Скопје, што секако е голем хендикеп. Нашите бизнисмени денес, од едната до другата држава најчесто патуваат со автомобили, за среќа по добар автопат, а со авиони преку Загреб или дури и преку Виена. Точно е дека во Словенија треба да се разговара со еден од нискобуџетните превозници за повторно воспоставување директна врска со Скопје, но за ова засега немаме конкретни информации. И нашата амбасада при секоја посета на нашите политички претставници го покренува ова прашање истакнувајќи ја важноста на оваа поврзаност на двете земји за економијата и за



Имајте сончева, зелена и природно разновидна земја, што, за жал, на многу места е задушена во отпад. Тоа го расипува имиџот на земја, која несомнено би можела, поради своите природни ресурси, како Словенија, да биде промовирана како зелена дестинација. За туристичка промоција треба уште повеќе да ја искористите вашата гастрономија бидејќи имајте многу одлични ресторани со врвна понуда на храна и вино. Факт е дека многу Словенци шокму заради што многу сакаат да доаѓаат овде.

туризмот. За тоа се разговараше и во средината на април на основачкото собрание на словенечко-македонскиот бизнис клуб, чии активности заживеаја по неколкугодишно затишје. Верувам дека и притисокот од нивна страна ќе вроди со плод.

Македонските државјани, со договор потпишан во февруари 2016 година, добија право на бесплатно образование во Република Словенија. Ова им ги отвори портите на голем број ученици од Македонија своето образование да го продолжат на словенечките универзитети и да добијат квалитетно, европско образование.

Вистина е, Словенија пред години одлучи да обезбеди бесплатни додипломски и постдипломски студии на младите од земјите на поранешна Југославија и за тоа одвојува голем дел од својата билатерална развојна помош. Во тековната академска година 1.400 млади македонски државјани студираат на словенечките универзитети и по бројност се меѓу првите странски студенти во Словенија. Тие се ценети поради својата трудољубивост, амбициозност, брзото учење на јазикот и флексибилноста. Покрај тоа, повеќето избираат студии од области што се сметаат за дефицитарни во Словенија, па затоа многумина брзо наоѓаат вработување во самата земја или одат на работа во други земји на ЕУ. За нашата земја тие претставуваат

важна придобивка за пазарот на трудот, но во исто време посакуваме што поголем број од нив да се вратат дома по дипломирањето и тука да го искористат своето знаење.

Идеалното решение би било да се вработат во словенечки компании во Северна Македонија, што ќе биде од корист и за двете земји. Веќе имаме неколку вакви случаи, се надеваме дека ќе има уште во иднина.

Македонија изобилува со природни убавини и привлекува многу туристи, особено од овие наши балкански краишта. Дали туристичката соработка помеѓу нашите земји е доволна и што, според вас, треба да се подобри или да се потенцира за да се привлечат повеќе странски гости, а земјава да се најде на мапата на атрактивни туристички дестинации?

На ова прашање веќе делумно одговорив: добра транспортна инфраструктура и што повеќе директни летови од европските метрополи до Скопје и до Охрид. На ова би додал и инвестирање во туристички капацитети и грижа за животната средина. Туристите стануваат сè попребирливи и не бараат само најлесно достапни дестинации, добро сместување по поволни цени и квалитетна кулинарска понуда, туку и убава и пред сè чиста природа. Имате сончева, зелена и природно разновидна земја, што, за жал, на многу места е задушена во отпад. Тоа го расипува имиџот на земја, која несомнено би



можела, поради своите природни ресурси, како Словенија, да биде промовирана како зелена дестинација.

За туристичка промоција, треба уште повеќе да ја искористите вашата гастрономија, бидејќи имате многу одлични ресторани со врвна понуда на храна и вино. Факт е дека многу Словенци токму заради тоа многу сакаат да доаѓаат овде. Во Словенија, во последните години инвестиравме многу за да ги сместиме нашите ресторани на светската гастрономска мапа и веќе имаме седум ресторани со Мишелин ѕвездички, што ни ги донесе најпребирливите и најприфатливите гости.

Година и половина ја извршувате функцијата амбасадор на Република Словенија во Македонија. Се адаптиравте ли лесно на нашето секојдневие, имајќи предвид дека како народи сме со сличен животен стил?

Јас и мојата сопруга, новинарка, овде се чувствуваме одлично, веќе имаме многу пријатели Македонци и на секој чекор ја чувствуваме наклонетоста на луѓето, кои од поодамна не нè гледаат нас, Словенците, како странци, туку како „наши“. Ова важи и за Македонците што живеат во Словенија. Иако сме на илјада километри од дома, тука не се чувствуваме како во странство, земјата ни е блиска, долго време живеевме заедно, а како новинар во 70-тите и 80-тите години многу

патував низ Македонија и многу добро ја запознав. Како мариборчани, Водно многу нè потсетува на нашето Похорје, ни се допаѓа што има многу паркови и зеленило во градот, затоа не дозволувајте да се гради со станбени блокови и деловни згради.

Покрај секојдневните работни обврски во Амбасадата, успеавте ли за овој период да посетите дел од природните убавини на земјава и ќе издвоите ли некое место што Ви оставило посебен впечаток?

Сум бил практично секаде, деловно или приватно, на некои места и повеќе пати, бидејќи јас и мојата сопруга свесно решивме да го искористиме престојот овде за да ја запознаеме добро земјата. Единственото поголемо место што сè уште не сме го посетиле е Преспанското Езеро, кое го видовме само од далеку на патот од Битола кон Охрид. Тоа сè уште нè чека, можеби уште овој месец. Насекаде среќаваме отворени и гостопримливи луѓе, особено кога ќе слушнат дека сме Словенци. Речиси секој има некого во Словенија или служел во ЈНА таму. Тешко би издвоил место што ми оставило посебен впечаток. Ќе го спомнам само Кратово, каде што јас и мојата сопруга бевме изненадени од кулите многу слични на оние во познатиот тоскански Сан Џимињано, но истовремено и растажени зашто се распаѓаат, а би можеле да се претворат во прекрасна туристичка атракција.

ВО СОФИЈА СЕ ГРАДИ НАЈВИСОК ОБЛАКОДЕР НА БАЛКАНОТ, СРБИТЕ ГО ИМААТ БЕЛГРАД НА ВОДА, СОСЕДНИТЕ ГРАДОВИ СЕ РАЗВИВААТ СО ЗАБРЗАНО ТЕМПО

ЗАОСТАНУВА ЛИ СКОПЈЕ?

Распослан покрај реката Сава, „Белград на вода“ е еден од најскапите проекти на Балканот во последните 30 години. Чини над три милијарди евра и веќе станува најпрестижна туристичка и бизнис-дестинација.

Тоа е вистински џетсет град во град со седум илјади станови и локали во кои може да се сместат 14.000 жители. Комплексот има одлична поврзаност со сите делови од Белград: има лесен пристап до Савскиот мост и до мостот Газела, како и до автопатот Е-75 и аеродромот „Никола Тесла“.

Делот каде што е сега „Белград на вода“ се викаше „Савамала“ и беше еден од најзапуштените делови во градот. Беше

вистинско мочуриште што белграѓани го заобиколуваа. Кога почна да се гради овој комплекс во 2014 година финансиран од Владата на Србија на чело со сегашниот претседател Александар Вучиќ, никој не веруваше дека ќе изгледа како денеска.

По неколку години, во изградбата и во финансирањето се вклучи и водечката компанија за приватни инвестиции и развој на инвестиции од Абу Даби „Игл хилс“ („Eagle Hills“).

Но, за седум години, покрај станбените згради, комплексот доби и парк, шеталиште, трговски центар, а централна атракција е Белградската кула, ново обележје на градот.



Станбени објекти во „Белград на вода“
Извор: belgradewaterfront.com

ЦЕНИ НА НЕДВИЖНОСТИ

Да се поседува стан во „Белград на вода“ стана прашање на престиж. Недвижностите во овој комплекс се движат од 3.000 евра по метар квадратен и достигнуваат милионски суми. Најевтиниот стан кој е продаден чинел 156.000 евра за педесетина квадрати. Најскапиот, пак, достигнал 1,38 милиони евра, според податоците на Српскиот републички завод. Жители на овој комплекс станаа најголемите спортски, политички и музички ѕвезди, кои не жалат пари од својот апартман да го гледаат устието на Сава и Дунав.

Во текот на годината се планира вселување во уште три станбени згради – „BW Arcadia“, „BW Aurora“ и „BW Metropolitan“, со што бројот на

населени станови ќе достигне 1.700. Меѓу најпознатите станбени згради во урбаната средина е „BW Vista“. Оваа зграда има 23 ката и 288 стана. Апартаментите се еднособни, двособни, трисобни и четирисобни и се дизајнирани да ги задоволат највисоките стандарди на функционалност. Покрај модерен минималистички дизајн, тие се опремени и со висококвалитетни природни материјали.

Покрај станбените згради, „Белград на вода“ има и модерни деловни објекти, за да може секој ден да започне со кафе во канцеларија со неверојатен поглед или со појадок.



Белградската кула во „Белград на вода“

Извор: spearswms.com

БЕЛГРАДСКА КУЛА СТАНУВА НОВО ОБЕЛЕЖЈЕ НА ГРАДОТ

Работите на Белградската кула сè уште траат, а целата изградба треба да биде завршена до крајот на 2022 година. Оваа зграда ќе има 42 ката, и ќе биде висока 168 метри. Кога ќе се изгради и ќе блесне во полн сјај, ќе биде највисоката зграда во Србија. Поради својата големина и местоположба, оваа зграда се очекува да биде нов симбол на главниот град на државата.

Кулата се наоѓа на насипот покрај реката Сава и ќе има директен пристап до крајбрежното шеталиште. На првите девет ката ќе има 190 хотелски соби, додека од 14. до 39. кат ќе бидат сместени 220 луксузни апартмана. Придобивките за гостите на хотелот и за станарите ќе бидат пристап до базен, теретана, како и простор за релаксација и видиковец на врвот на кулата.

НАЈГОЛЕМИОТ ТРГОВСКИ ЦЕНТАР ВО РЕГИОНОТ – ГАЛЕРИЈА БЕЛГРАД

Трговски центар „Галерија Белград“ беше официјално отворен на 30 октомври 2020 година. Тој е најголемиот трговски центар во регионот, кој привлече многу граѓани и туристи. Трговскиот центар се наоѓа на брегот на реката Сава, а покрај локацијата, посетителите ги привлекуваат големината на објектот и капацитетите што ги нуди.

Трговскиот центар е изграден по светски стандарди на вкупна површина од 300.000

квадратни метри. Има и најголем зелен покрив во регионот и дури 3.600 паркинг места. Заинтересираните клиенти можат на едно место да ги најдат најпознатите светски и домашни брендови.

Трговскиот центар е вистински мал рај за најмладите, па тие може да уживаат во најголемиот парк со трамбулина во овој дел од Европа.

ДА НЕ ГИ ЗАБОРАВИМЕ ШЕТАЛИШТЕТО И ПАРКОТ

Изградбата на шеталиштето „Сава“ траеше од 2015 до 2016 година и претставува впечатлив елемент на „Белград на вода“. Шеталиштето на десниот брег на Сава е едно од најубавите места што ги има Белград. Лесната прошетка покрај реката овозможува неверојатно чувство, а целото задоволство доаѓа со зајдисонцето на таа локација.

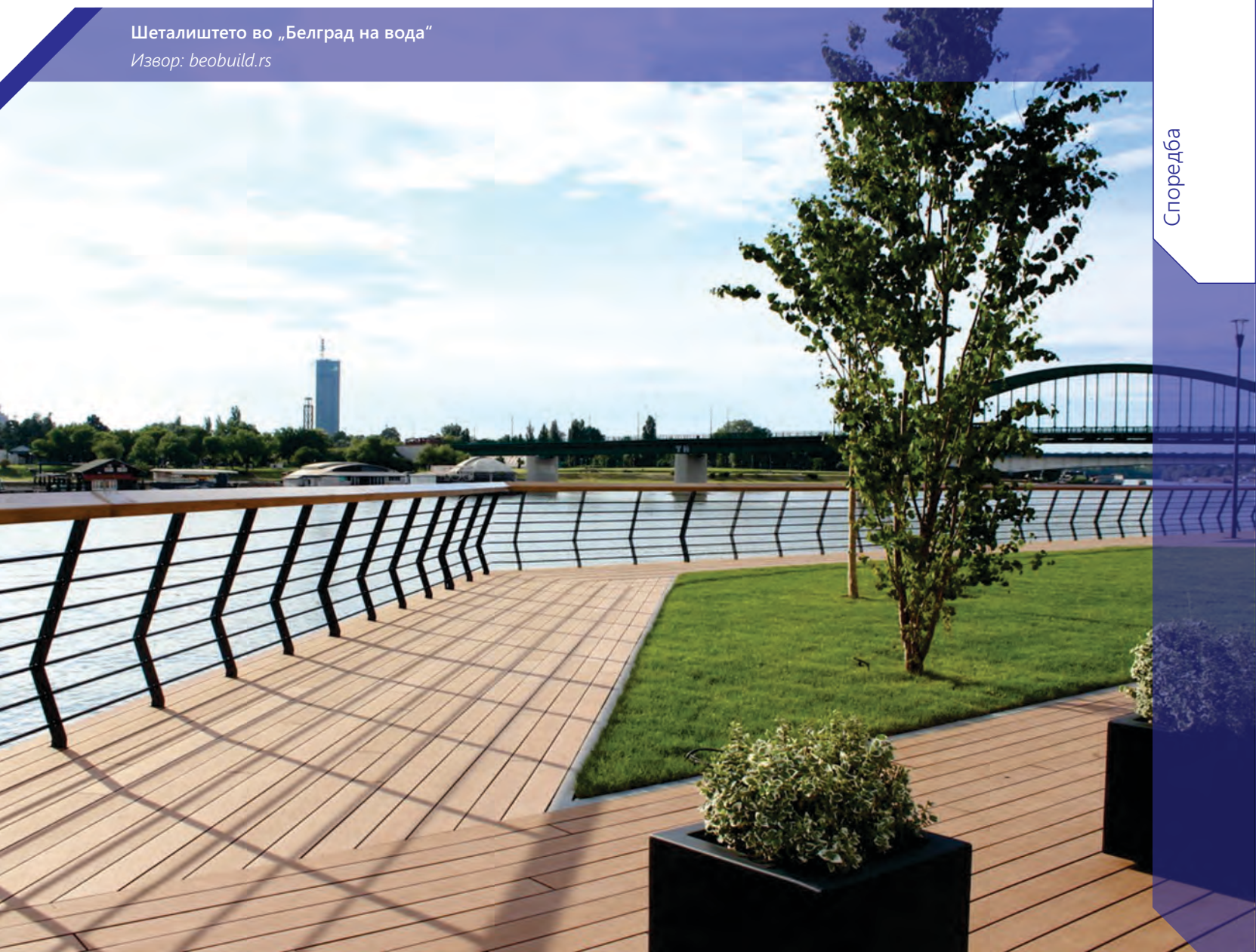
Покрај онаа за пешачење, изградена е и велосипедска патека по највисоки стандарди. На овој начин, луѓето од сите возрасти можат да возат велосипеди, ролери или едноставно слободно да шетаат. Она што го прави шеталиштето уште поатрактивно е кејот.

Особено на кејот Сава, на големите скали, често се собираат млади. Комплетно доживување покрај реката овозможуваат и пејачите, кои често организираат концерти на тоа место.

Освен шеталиште, „Белград на вода“ има и парк. Покрај зелените површини, паркот содржи и разни реквизити за играње, како и терен за кошарка. Низ паркот има поставено разни фотографии што изгледаат како ограда или сид бидејќи се со голема должина. Зеленило и водата во комплексот придонесуваат за уште поголем квалитет на престојот во него.

Шеталиштето во „Белград на вода“

Извор: beobuild.rs





„Скај форт“, Софија
Извор: ofisi.cbre.bg

ГРАНДИОЗЕН ПРОЕКТ И ВО СОФИЈА

Не е на вода, меѓутоа по Белград, и Софија се развива со забрзано темпо. „Скај форт“ ќе биде идниот највисок облакодер на Балканот.

„Скај форт“ ќе биде една од трите згради изградени во првата фаза од големиот комплекс „Софија капитал сити“. Архитектонскиот проект е на бугарското студио „А и А архитекти“, кое соработуваше со светски познатото дизајнерско биро „Аткинс“

во идејното проектирање на деловниот центар „Капитал форт“, денеска највисоката зграда во Бугарија и дел од проектираниот комплекс.

Идејата за „Скај форт“ беше навестена од архитектот Ангел Захаријев, основач и менаџер на „А и А архитекти“ и главен дизајнер на „Скај



„Скај форт“, Софија

Извор: ofisi.cbre.bg

форт“ и „Софија капитал сити“, за бугарското списание „Архитектура“ во 2016 година.

„Ќе ја следиме низата слоеви, прво дефинирајќи ја надворешната геометрија, а потоа преку современи софтверски можности и параметарски дизајн ќе ја разложиме оваа форма на поединечни елементи и типови што може да се реплицираат и да се произведуваат во индустриски услови“, рече тој, за бугарското списание „Архитектура“

„Со реализацијата на ‚Капитал форт‘ и последователниот пазарен успех на проектот се покажаа дека веќе постојат технолошки потенцијал и пазарни услови за нов бран проекти со високи згради во Софија“, вели Ангел Захаријев.

Зградата „Скај форт“ ќе биде клучниот елемент на „Софија капитал сити“, мултифункционален

комплекс со високи згради слични на познатите примери на европските градови. Сместена на најфреквентната сообраќајница во бугарскиот главен град, Цариградско шосе и близу метро станица Цариградско шосе, локацијата е најдобрата можна за ваков тип проекти и е значајна од урбанистички аспект. Ова е лицето на главниот град за оние што доаѓаат од Јужна Бугарија и Азија, како и за оние што слетуваат на аеродромот во Софија. На оваа локација е сосема логично, од една страна, да се градат проекти со големо влијание врз имиџот на град, а од друга, да се издигаат високотниции што служат како визуелно обележје, вели архитектот Захаријев.

Доминантен елемент на комплексот ќе биде највисоката зграда „Скај форт“. Со оглед на нејзиното влијанието врз целата композиција, нејзината локација и ориентација се

внимателно избрани.

Визуелната слика на зградите од комплексот е изградена со средствата на архитектонски јазикот: динамични форми, рационализирани површини, сложени елементи, контраст на стакло и метал. Инспирирани се од технолошкиот напредок и модерната дигитална ера, како и влијанието што го имаат врз архитектурата, уметноста и дизајнот. Се проучуваат и тенденциите во дизајнот на модерниот производ и нивната поврзаност со архитектонската слика со оглед на јасното позиционирање на архитектурата во времето.

Новиот „Скај форт“ има силна монолитна вертикална структура, за разлика од комбинацијата на поединечните карактеристични елементи што ја создаваат сликата на првата зграда од комплексот, „Капитал форт“. Зградата излегува од земјата како едно тело, развивајќи се непречено во висина и завршувајќи со рационализирана аеродинамична форма. Заоблените аголни делови се трансформираат во меѓусебно поврзани сводови на врвот на зградата.

Зградата „Скај форт“ има вкупно 49 надземни и 3 подземни нивоа, меѓу кои високо приземје со влезни простори, 36 канцелариски ката, 3 двојни технички нивоа, ресторан на врвот на зградата на две нивоа, платформа за набљудување и надворешна тераса за набљудување. Во средината на зградата се наоѓа масивно јадро, кое се стеснува во нејзините високи делови. Надворешната страна на зградата е максимално ослободена од структурни елементи за да се обезбеди целосна флексибилност на канцелариските простори. Приземјето е оставено отворено најмногу што се може и е постојано проветрено. Влезот е покриен со големи конзолни натстрешници, а над централното лоби ќе има големо застаклување на покривот што ќе открива импресивен поглед кон високите делови на зградата. Се очекува да биде завршена до крајот на 2022 година.

Овде прикажавме само дел од начините на кои се развиваат градовите од регионот и нивните вложувања на тој план. Така, кога зборуваме за Белград, па и за Софија, и можноста да се патуваме таму, со право

„Скај форт“, Софија
Извор: group.schindler.com



заклучуваме дека во овие градови има што да се види.

Ако направиме споредба со нашиот главен град, прашањето е едно – каде е градот на мапата на метрополите во регионот и дали воопшто го заслужува епитетот метропола?

Во изминативе години во главниот град нема некои позначајни вложувања во областа на модерната архитектура, и воопшто вложувања во вакви или приближно слични проекти. Скопје заостанува во развојот години наназад. Иако е главен град и најголем во цела земја, местата за посета и рекреација се многу ограничени. Ако посакате да се опуштите, на ум ви доаѓаат само Матка, Градскиот парк, Водно, трговски центри без светски познати брендови. Но затоа, пак, Србија, Бугарија, како и соседна Грција се често на листата за посети

на нашите граѓаните.

Проектите како во Белград и Софија можат да бидат предизвик за македонските власти, како за локалните, така и централата, во иднина да реализира вакви или слични проекти за кои секако ќе бидат потребни визија, волја, работа и пари.

На еден или друг начин, за главниот град треба да го спомнеме проектот „Скопје 2014“, кој се реализираше со изградба на споменици, згради, мостови и со промена на фасади во строгиот центар на Скопје. Сепак, во македонската јавност постојат екстремно различни и противставени ставови околу корисноста и реалната потреба од реализирање еден ваков скап проект.

„Скај форт“, Софија
Извор: skyscrapercity.com





Промоција на додипломци и последипломци на Универзитетот за туризам и менаџмент



Superbrands



UNIVERSITY OF TOURISM AND MANAGEMENT SKOPJE

16
years

DEDICATED TO
KNOWLEDGE

• SINCE 2006 •



AN INSIGHT INTO SOME OF THE STRONGEST BRANDS IN THE ADRIATIC