

АКТИВНОСТИ И ЕФЕКТИ ВО РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ ВО ЕУ МОЖНИ ИСКУСТВА ЗА ТУРИСТИЧКАТА ПОЛИТИКА ВО Р. МАКЕДОНИЈА

Ристе Темјановски¹, Никола Ангеловски²

ACTIVITY AND EFFECTS IN TOURIST DEVELOPMENT IN EU POSSIBILITY EXPERIENCES FOR TOURISTIC POLICY IN R. OF MACEDONIA

Riste Temjanovski¹, Nikola Angelovski²

Абстракт

Туризмот е активност кој на различни начини влијае на социјалниот, културниот и економскиот живот во нашето општество. Тој се поврзува со широк ранг на дејности, како што се вработувањето, регионалниот развој, образованието, животната средина, физичкиот и ментален развој на човекот, новите технолошки достигнувања, културата и сл. Затоа туризмот претставува дејност кој е во интеракција со други активности како што се транспортот, животната средина, регионалното планирање, енергијата, трговијата и бизнисот, информатичката технологија. Туризмот е важна стопанска гранка во ЕУ, со речиси 6% од вработеноста и опфаќајќи најмалку 5.5% од ГДП во Унијата. Европската Унија се вбројува во водечките позиции на светскиот туризам, како главвно одредиште и главна дестинација на меѓународните туристички текови.

Abstract

Tourism is an activity which affects our society in many different ways and has a profound impact on our social, cultural and economic life. It relates to a wide range of areas, such as employment, regional development, education, environment, men's physical and mental states, new technology, culture etc. Therefore, tourism in EU is activity which is strongly interacts with other activity such as transport, environment, regional planning, energy, trade and business, information technology etc. Tourism is an important economy activity in EU, with almost 6% of total employment and accounting for at least 5.5% of GDP. The European Union still maintains its leading position in world tourism as a main source and a main destination of international tourist flows.

¹ Ристе Темјановски, д-р по Економски науки, ПМФ, Институт за географија, Архимедова 5, Скопје
Riste Temjanovski, Ph.D. Economical Sciences riste@iunona.pmf.ukim.edu.mk
Faculty of Natural Sciences and Mathematics, Arhimedova 5, 1000 Skopje, R. Macedonia

² Никола Ангеловски, м-р по географски науки - туризам, менаџер во ТА "АМСМ", Скопје, Р. Македонија
Nikola Angelovski, M.Sc geographical sciences – tourism, Manger in TA "AMSM" – Skopje, R. of Macedonia

Современи тенденции во развојот на меѓународниот туризмот во ЕУ

Денеска кога светот го достигнал зенитот на своето нехармонизирано ширење, каде половина од вкупната популација е сконцентрирана во градовите, јасно е дека концептот на туризмот и неговиот одржлив развој, не би можел да биде реализиран доколку не се анализираат причината и условите поради кои тој се појавил и развил. А таквиот пристап не доведува до „епицентарот“, околу кој се врти целата таа појава. Таа средишна точка на туризмот е човекот. На ваков начин би ја објасниле потребата на туризмот како една од најмасовните појави во современото општество. Впрочем, и самиот поим туризам, неговото термилошко значење од интернационален аспект, изразува патување, односно го означува перманентното движење на туристичката популација. Во современи услови, туризмот го поистоветуваат во своевидна „индустрија на патувања“, при што „на земјината топка ништо повеќе не е толку далеку, за да стане достапно за туристите“,³

Но концептот на туристичката политика во себе ги опфаќа не само патувањето, престојот и рекреирањето во животната средина, туку и потребата за зачувување од последиците и „негативните екстерналии“, на градовите, како своевидна синтеза на општествените и економските турбуленции на развојот.

Туризмот е активност кој на различни начини влијае на социјалниот, културниот и економскиот живот во нашето општество. Тој се поврзува со широк ранг на дејности, како што се вработувањето, регионалниот развој, образованието, животната средина, физичкиот и ментален развој на човекот, новите технолошки достигнувања, културата и сл. Затоа туризмот претставува дејност кој е во интеракција со други активности како што се транспортот, животната средина, регионалното планирање, енергијата, трговијата и бизнисот, информатичката технологија.

Доминантно место во вкупниот туристички промет во светски размери и понатаму зазема Европа. Водечките туристички земји како на рецептивниот, така и на емитивниот туризам во Европа се: Франција, Шпанија, Италија, Велика Британија, Германија, Швајцарија, Холандија, Белгија, Унгарија итн. Овие држави припаѓаат во групата на најразвиените земји од Европа и имаат најголемо влијание врз вкупните туристички движења и остварените резултати, како во Европа така и светските размери.

Статистичките податоци укажуваат дека во 2001 година во Европа биле регистрирани 399.7 милиони туристи, односно за 0.7% помалку во однос на 2000 година, кога бројот на регистрирани туристи на овој континент изнесувал 402.5 милиони⁴. Учеството на бројот на туристи во Европа во однос на светскиот туристички пазар изнесувал 57.7% (2001 год.) за што економските експертите не случајно го применуваат терминот „туристичка индустрија“.

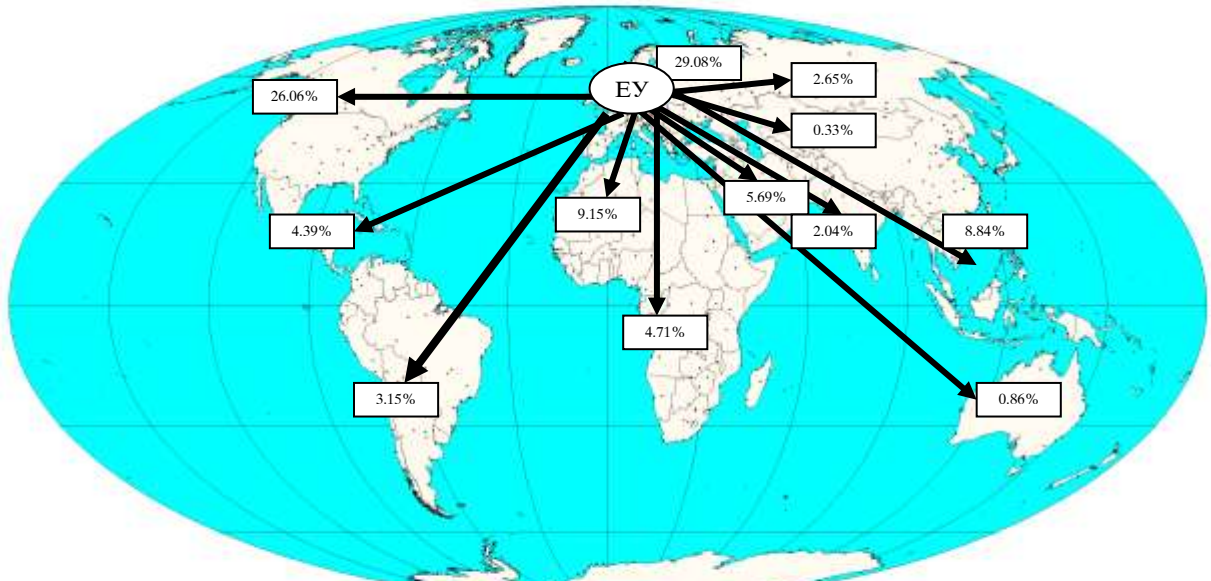
Во 2000-та год. само пет земји од ЕУ биле сконцентрирани меѓу 10-те водечки светски дестинации во светот. Во 1999 ЕУ опфаќале 43% од сите пристигања во светскиот туризам. Какви се проценките и очекуваниот туристички промет кој би требало да се развива во следниот период, ќе ги изнесеме податоците за бројот на странски туристи во некои европски земји. Имено, во 2001 година бројот на странски туристи во Франција изнесувал 76.5 милиони, во Шпанија 49.5, во Италија 39.1, во

³ Симонческа Л.: Влијанието на сообраќајот врз развојот на туристичкиот промет на Република Македонија. Охрид, 1999. стр.333.

⁴ Забележан е општо опаѓање на бројот на туристи во светски размери како резултат на експанзијата со меѓународниот туризам и случувањето во САД на 11.09.2000 год.

Германија 17.8 што укажува на значењето на туристичкото стопанство врз стопанските активности во овие земји⁵.

ВОЗДУШЕН ПАТНИЧКИ СООБРАЌАЈ НА ЗЕМЈИТЕ ОД ЕУ ВО 2000 ГОД. : УЧЕСТВО ВО % ПО РЕГИОНИ



СЕВЕРНА АМЕРИКА - 26.06%; СРЕДНА И ЈУЖНА АМЕРИКА - 4.39; ЈУЖНА АМЕРИКА - 3.15; ЗЕМЈИ НАДВОР ОД ЕУ - 29.08%; ПОРАН. РЕП. ОД СССР - 2.65; АЗИСКИ РЕП. ОД СССР - 0.33%; БЛИСКИ И СРЕДЕН ИСТОК - 5.69%; СЕВЕРНА АФРИКА - 9.15%; ОСТАТОК ОД АФРИКА - 4.71%; ИНДИСКИ СУБКОНТИНЕНТ - 2.04%; ДАЛЕЧЕН ИСТОК - 8.84%; АВСТРАЛИЈА И АНТАРКТИК - 0.86%.

Туризмот има посебно значење во идниот економски развој и вработувањето во економски развиените земји, а особено во земјите од ЕУ. Се проценува дека туризмот директно вработува 9 милиони лица од ЕУ, опфаќа 6% од вкупниот број на вработени, учествува со најмалку 5.5% од БДП и 30% од вкупната надворешна трговија и услуги⁶.

За последните две декади, меѓународниот туризам во Европа се зголемил просечно за 3.8%. Светската туристичка организација проценува годишен пораст од 3.1% за периодот 1995-2020, што е за 1% повеќе од предвидениот економски пораст. Одредени анализи укажуваат дека вработеноста во туризмот би се зголемил за 2 милиони до крајот на оваа декада, што би претставувало 9% од бројот на вработените во ЕУ, за споредба со 6% колку што изнесува денес⁷.

Со вакво големо учество туристичкиот сектор има голема улога во креирањето на пазарот на работна сила и претставува значаен импут во развојните економии на земјите од ЕУ. Меѓутоа, вистинските ефекти од туризмот на запосленоста на населението треба да се разгледуваат многу пошироко, како создавање на индиректни ефекти. А тоа се оние економски ефекти остварени во стопански гранки кои немаат допирни точки со

⁵ Tourism by World Region. World Tourism Organization (WTO). Web www.world-tourism.org

⁶ Tourism, the EU and Culture

http://www.euclid.info/int/information/briefings_pdf/tourism-eu-culture.pdf

⁷ Tourism, the EU and Culture. *European and international information, news & analysis*. No.5.5 – July 2001.

туристичкото стопанство, како на пример (индустријата, земјоделството, градежништвото и др.)⁸

Од тие причини туризмот заедно со транспортот, како негов составен дел се два важни сектори кои учествуваат во идниот економски развоен модел на ЕУ. Особен интерес прашањето на туризмот добил со договорот од Мастрихт, иако Европската комисија, препознавајќи го значењето и улогата на туризмот во европската економија, му посветил внимание уште во раните 1980-те години, кога прашањето на туризмот го поставил во Советот, Европскиот парламент, Економскиот и социјален комитет и Комитетот на регионите. Значаен чекор бил постигнат со воспоставувањето на Туристички советодавен комитет во 1986, со улога за олеснувањето на информации, консултации и соработка во туристичката политика (Одлука на Советот бр. 86/664/ЕЕС воспоставена за консултација и соработка во полето на туризмот, 22.12.1986, ОЈ No L 684, 31.12.1986, р.53), како и во 1992 Акциониот план за помош во туризмот (Одлука на Советот 92/421/ЕЕС од 31.07.1992).

Во тој призвук се продолжило и во 1995 год. Со т.н. Зелена книга и улогата на Унијата во полето на туризмот, со цел да се стимулира значењето на оваа стопанска гранка се предложи на Советот Одлука за прва повеќегодишна програма за помош на туризмот („Philoxenia,, 1997-2000).

Особено мора да се апострофира местото и улогата на туризмот во подобрувањето на вработеноста во Унијата. Со цел да се даде практична ориентација за резултатите била одржана Конференција за туризмот и вработеноста, во Луксембург на 4-5.12.1997. Од оваа конференција произлегол финалниот извештај: „Вработеноста и туризмот: водич за акција,,⁹, што претставува значаен официален документ за придонесот на туризмот кон порастот и стабилноста во европската економија, особено во поглед на вработеноста.

Следејќи ги ваквите активности биле одржани уште неколку експертски средби кои ја разработувале улогата на туризмот во поглед на вработеноста на УЕ. Во 1998 год. бил одржан прв ваков состанок, а завршната средба била на 18.09.1998. На средбата учествувале највисоки претставници на земјите членки на Унијата од доменот на туризмот, под покровителство на Др. Ралф Корстен (Ralf Corsten), претседател на Бордот на директори на „Меѓународната туристичка унија,,. Завршниот извештај бил презентиран на 22.10.1998 под наслов: „Европскиот туризам: нови партнерства за вработување,,.

Подоцна вниманието за оваа проблематика било насочено и зајакнато со конкретна операционализација на активностите во туристичката политика во ЕУ. Биле формирани четири работни групи ангажирани на конкретни задачи:

- *Група А:* одредени активности со цел олеснување и размена на информации; особено на новите технологии;
- *Група Б:* подобрување на обуката со цел постигнување на нови вештини во туристичката индустрија;
- *Група Ц:* подобрување на квалитетот на туристичките производи;
- *Група Д:* промовирање на заштитата на животната средина и одржливиот развој на туризмот.

Овие работни групи своите активности ги започнале во февруари 2000 год. Дополнително била предложена и дополнителна специјална работна група (Работна

⁸ Како пример често пати се споменува Швајцарија каде бројот на запослените во хотелите е далеку поголем во јули, одколку во ноември на почетокот на зимската туристичка сезона. (Unković S. :*Ekonomika turizma*. Beograd: "Savremena administracija". 1980. str.22)

⁹ "Employment and Tourism: Guidelines for Action" Final report. Brussels, 1997.

Група Е) чија задача била да управува и да ги насочува новите технологии во туристичкиот сектор, а со работа започнала во 2001 год. Извештаите кои ги изработуваат овие работни групи претставуваат значаен придонес за Комисијата за комуникации како концепт за „Заедничко работење за иднината на европскиот туризам,,.

Благодарение на ваквиот концепт и организираност на работата Комисијата за комуникации издвоила пет клучни компоненти суштествени за развој на туристичката индустрија. Тоа се:

- информацијата;
- обуката;
- квалитетот;
- одржливиот развој и
- новите технологии.

Основни препораки за значењето и развојот на туризмот во ЕУ во следниот период ќе бидат:

- Промовирање дијалог со сите инволвирани страни во туристичката индустрија, притоа одржувајќи Годишен туристички форум за прашања во доменот на туристичката политика;
- Обезбедување поддршка на финансиските и нефинансиските инструменти од ЕУ, за поддршка на туристичката индустрија, во соработка на националните и регионалните власти;
- Промовирање одржлив развој со понатамошен елаборат и примена на „Агендата 21,,¹⁰
- Дефинирање соодветни методи и алатки, неопходни за мониторингот и квалитетот на туристичките услуги.

Во светлото за подобра перспектива на туристичката индустрија во ЕУ, посебно внимание се посветува на одредени инфраструктурни погодности кои директно имаат влијание врз туристичкиот развој. Тука се пред се:

- *изграбавта и модернизацијата на трансевропската транзитивна мрежа; и*
- *програмата Галилео.*

Политика на Трансевропска транспортна мрежа во својата програма предвидувала оптимализација на интеррегионалните транспортни услуги на европско ниво низ мултимоделен пристап, интероперативност помеѓу земјите членки и користење на интелегентните транспортни системи во секој транспортен модел. Транспортната политика главно се фокусира на консолидирање на транспортните мрежи во земјите членки, подобрување на услугите, елиминирање на тесните грла, креирање на европски брзи железници, креирањето на нови линии кои ќе го унапредат економскиот развој во периферните области со недоволна инфраструктурна екипираност. ГЕТМ исто така ја фокусира својата политика и на поврзувањето на ЕУ со соседите, посебно пристапот кон Медитеранските земји, земјите од Југоисточна Европа и Западен Балкан.

Програмата Галилео се очекува до 2008 година да ѝ обезбеди на ЕУ целосна покриеност со сателитска радионавигација. Преку овој систем ќе се овозможи добивање на точни, навремени и безбедни информации посебно значајни за развојот на транспортната политика. Така, на пример, преку Галилео програмата ќе се овозможи

¹⁰ Советот на Европската Унија прифати резолуција во мај 2002, со цел да ја подобри координацијата на сите активности и политики кои влијаат врз развојот на туристичката индустрија. Агендата 21 претставува програма која опфаќа интегрирани активности за развој на туристичкиот развој низ институтците на ЕУ, интегрирана стратегија за одржлив развој на туризмот.

планирање на маршрутите за превоз на добра со железницата. Ќе се овозможи со највисока точност позиционирање на пловните објекти, посебно на оние кои пренесуваат опасни материи, ќе се следи со голема прецизност нивната пловидба, со што ќе се овозможи крајбрежните власти да превземат мерки при евентуални хаварии. Не само што ќе внесе „револуција,, во транспортот, програмата Галилео ќе отвори нови пазари, посебно значајни за туризмот, како што мобилната телефонија радикално го смени секојдневието на луѓето.¹¹

Состојбите во Р. Македонија во поглед на промовирањето на туризмот

Со почитување на определени специфичности, во идниот развој на туризмот во Р. Македонија ќе мора да се води сметка за ваквиот однос. Од ова произлегува дека Македонија при прогнозирањето на идната стратегија и концепција за развој на туризмот и планираните (очекувани) резултати, почитувајќи ги просторните, економските и општествените можности, треба да води сметка за досегашните (постојни) параметри во вкупните светски, а пред се европски туристички текови и движења.

Контактоста на геополитичката положба на Република Македонија е изразена и преку отвореноста на сите нејзини надворешни граници бидејќи денес постојат добро соседски односи со сите соседни земји. Тоа е позитивен елемент за уште поуспешен развој на туризмот и можност за уште понагласен развој на меѓуграничниот туризам.

Но не се доволни само „приказните,, за убавините на Македонија и нејзините амбиентални вредности. Неопходно е да се подобри нашата конкурентност, да се привлечат странски инвестиции и да се подигната стандардите, со што конкурентноста да се утврди како приоритет на националната економија. За таа цел кластерот за туризам може да одигра значајна улога во промовирањето на туристичките вредности на нашата земја, но и во изнаоѓањето на адекватни содржини и методи за привлекување на странската клиентела во Македонија. Кластерот за туризам е структуриран во четири работни групи. Тие се фокусираат врз непосредно дејствување за создавање на нови искуства и за привлекување на добротоечките целни клиенти. Основната задача на Првата работна група, за тур-оператори и промоција е да го промовира она што Македонија има да го понуди. Втората Работна група создава доживувања во алтернативен и културен туризам, идентификување и отстранување на пречките за реализација на тие опции и соработка со засегнатите субјекти со цел заштита на археолошките богатства, подобрување на состојбите во националните паркови, културни, верски и историски објекти. Главна задача на Третата работна група се активностите околу подобрување на услугата на клиентите. Особено ги утврдува специфичните потреби од обука, ги анализира постојните ресурси за обука на кус рок, кои му се достапни на кластерот. Додека четвртата група целосно се посветува на зачувување на природните убавини на Македонија, низ дејствување со партнери, какви што се Министерството за животна средина и просторно планирање, одредени невладини организации во сферата на животната средина, и други донатори и јавни и приватни претпријатија. Една од активностите е подигнување на свеста на јавноста по пат на национална кампања за намалување на отпадоците. Групата соработува со Националниот совет за претприемништво и конкурентност на предлози за посилни законски прописи и нивно строго почитување на локално и национално ниво.

¹¹ EC: White paper: *European transport policy for 2010: time to decide*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001. pp. 94-95.

Од тие причини туристичката пропаганда кон странските земји треба да се стави во прв план, со активно и професионално учество на сите туристички саеми и манифестации.

Тргувајќи, пред сè од економското, а респектирајќи го истовремено и општественото значење на туризмот, треба да се нагласи и да се активира во поголема мера туристичката политика на нашата земја. Водечката улога на државата во стимулирањето на туризмот, посебно на странскиот туризам, произлегува од специфичностите на туристичките дејности, односно на нејзино директно влијание на економската положба на сите дејности кои учествуваат во туризмот, а посебно на туристичкиот маркетинг, даночните олеснувања на хотелиерството и угостителството како основни форми на туристичкото стопанство. Државата може да ги координира активностите на различни дејности кои учествуваат во креирањето на туристичките услуги, од аспект на водење на единствена туристичка политика, со посебен акцент на оние туристички региони, зони и локалитети кои имаат значајна улога во туристичкиот промет на земјата.

Литература:

1. Ангеловски Н.: Туристичка валоризација на националниот парк „Пелистер,, Скопје: ПМФ; Институт за географија, 2001. (магистерска работа во ракопис).
2. Државен завод за статистика. Статистички годишник на Република Македонија: 2002. Скопје: Државен завод за статистика, 2003. стр. 630.
3. ЕС: White paper: *European transport policy for 2010: time to decide*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2001. pp. 94-95.
4. Employment and Tourism: Guidelines for Action. Final report. Brussels, 1997.
5. Симонческа Л.: Влијанието на сообраќајот врз развојот на туристичкиот промет на Република Македонија. Охрид, 1999. стр.333.
6. Stojmilov A., Zikov M., Temjanovski R.: „Tourismus und Tourismuspotential Macedoniens,, Sudosteuropa Studie 66 (2000): „Tourismus und Touristisches Potential in Sudosteuropa. Munchen,, p.157.
7. Tourism, the EU and Culture
8. http://www.euclid.info/int/information/briefings_pdf/tourism-eu-culture.pdf
9. Темјановски Ристе: Студија за развој на туризмот во град Скопје. Скопје: Влада на Република Македонија: Агенција на Република Македонија за приватизација, 2002.
10. Темјановски Р.: Транспортниот систем на Република Македонија и европските стопански текови. Скопје: Економски факултет, 2005. (докторска дисертација во ракопис).
11. Tourism, the EU and Culture. *European and international information, news & analysis*. No.5.5 – july 2001.
12. Unković S. :*Ekonomika turizma*. Beograd: "Savremena administracija". 1980. str.22