

РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
УНИВЕРЗИТЕТ СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ - БИТОЛА
ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - ПРИЛЕП

МЕЃУНАРОДЕН СИМПОЗИУМ
АЛТЕРНАТИВИТЕ НА РАЗВОЈОТ:
ЕКОНОМСКИ И СОЦИЈАЛНИ АСПЕКТИ
НА ПРОМЕНИТЕ ВО ЗЕМЈИТЕ ОД
ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА

ПРИЛЕП, 16-18.12.1998 год.

Биљана Гркова

ПРИДОНЕСОТ НА ТУРИЗМОТ ВО ЕКОНОМСКИОТ РАСТ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Туризмот, како феномен на современото пулсирање, со своите акцелераторски влијанија, претставува стопанска дејност со многу значајни ефекти. Токму таа негова способност сè повеќе придонесува тој секоташ да биде во прв план на сеопштните настојувања за развој и ренерација на стопанските текови. Оттука и опфатите и зафатите на сите земји кои имаат туристички компаративни предности, да го развиваат туризмот, развивајќи го притоа целото стопанство.

Имајќи го предвид значењето што го има туризмот за економскиот раст на Република Македонија, произлегува овој труд составен од три меѓусебно поврзани целини во кои акцент се става на економското значење на туризмот, туристичките потенцијали со кои располага Република Македонија и е дадена проекција на идниот развој на туризмот во Република Македонија со цел да се види неговиот придонес во целокупната економија.

Економскиото значење на туризмот

На туризмот сè повеќе се гледа како на можност за остварување што поголеми економски учиноци кои би се почувствуваале во сите стопански и стопански дејности што учествуваат во задоволувањето на потребите на посетителите. Токму затоа и во туристичката научна мисла сè поголемо внимание се поветува на економската страна и значење на туризмот, како феномен кој навлегува во сите сфери на човековото дејствување.

Можат да се набројат многубројни директни и индиректни економски ефекти што ги предизвикува туризмот во конкретно подрачје. Токму тој, со својот економски учинок влијае на општествениот производ и националниот доход на конкретната земја, и покрај ставот дека туризмот, во основа не може да се смета за крестор на испите. Во таа насока следат и влијанијата што ги предизвикува туристичкиот феномен врз платниот биланс на земјата, развојот на сите национални

чувствуваат од туризмот. Во основата на економското значење на туризмот лежи туристичката потрошувачка која стимулативно влијае и го иницира целокупниот развој. Многубројните стопански ефекти со право му даваат атрибут на туризмот како стопанска категорија.

Имајќи ги предвид сите претходно наведени главни економски функции на туризмот, сосема е разбирливо зошто голем број земји се определиле токму тој да биде секторот што ќе ги носи стратегиските определби за економскиот развој. Сосема е очекувано најпознатите туристички земји да се вбројуваат во редот на економски наразвиените, додека оние со пониско ниво на економска развиеност да го користат туризмот, низ неговите најразвиени лични облици, како средство за одржување на платно-билансната рамнотежа.

Токму туризмот им овозможува на неразвиените и на земјите во развој рамноправно да се вклучат во меѓународните економски односи со развие-ните, што не е случај со другите дејности. Затоа, сите земји, независно од степе-нет на нивната економска развиеност, настојуваат да ги искористат своите туристички потенцијали за да привлечат што поголем број посетители. Низ активна туристичка политика тие се обидуваат да ја стимулираат потрош-вачката на странските посетители во нивната земја што, патем речено, го предизвикува мултипликативниот ефект на туризмот врз стопанството.

Туристичките потенцијали на Република Македонија - основа за економска валоризација

Република Македонија, како земја зафатена со процесите на реструктурирање, доквалоризација и приватизација, мора да го фокусира своето внимание на туризмот, како сектор што многу ветува и од кога што можат да се очекуваат големи резултати. Таа распологата со респектирачки туристички потенцијали, кои заслужуваат подобра валоризација.

Меѓу земјите членки на Централноевропската иницијатива, Република Македонија се истакнува со завидни атрактивности од природно и антропогенно потекло што привлекуваат голем број посетители. Истражу-вањата направени со цел за прибирање основни показатели за туристичкиот развој на земјите - членки на ЦЕИ, покажуваат дека Република Македонија има високо оценет имиџ. Природните убавини и разноликоста на просторот: историјата, културата и уметноста и незагадената околина, се трите основни адути што ѝ се препишуваат од страна на меѓународните експерти.¹ Само за споредба би кажал дека таква дадената оценка е многу блиска до оценката за Полска и Унгарија, а би потсетиле дека Унгарија котира на високото осмо, а во 1996 година. Полска дури го зазема петнаесеттото место на листата на најголеми светски заработувачи врз основа на меѓународен туризам во 1996

години.² Со добро осмислена туристичка политика Република Македонија би требало, кога веќе има високо оценет меѓународен туристички имиџ, да го искористи максимално својот туристички потенцијал.

Во однос на главните облици туризам, што посетителите ги практикувале при својот престој во Република Македонија, најголем дел, почтно 68% е застапен одморот. Знач. посетителите кои се љубители на одмор, тоа најдобро можат да го направат во нашата земја. И, повторно пример за споредба со Унгарија, како земја која е најблиску до Република Македонија во тој поглед, каде што тој процент по таа основа изнесува 65%.³ Република Македонија има одличен пластичен пример од блиска земја од која што може многу да научи. Потребна е само добро подготвена туристичка стратегија, но и целосно реформирање на туристичката делатива.

Како други облици туризам што многу ветуваат, се градскиот, културниот и деловниот туризам, според кои Република Македонија ѝ се доближува на Хрватска, според истражувањата спроведени во 1996 година.⁴

Произлегува дека РМ има развиена туристичка база и огромни компаративни предности кои мора да бидат вклучени во националната стратегија на економскиот растек. Оттука и напорите што се прават за надминување на сите проблеми и тешкотии со кои се соочува нашата земја во однос на туризмот.

Радикалните промени што се почувствуваа во сите пори на живеењето, неминовно наметнаа промени и во туристичката инфраструктура. Новите услови, како што се трансформацијата на економијата, грижата за зачувување на природата, унапредувањето на технологијата и сл., на туризмот му даваат ново обележје. Нурно е реформите да се почувствуваат и во туристичкиот сектор на Република Македонија.

Традиционалните и недоволно диверзифицирана структура на туристичкиот производ, застапувањето зад технолошкиот напредок во туристичкиот сектор, во смисла на недоволна динамика на модернизацијата на физичкиот и човечкиот капитал ангажиран во туризмот, се само дел од проблемите кои се присутни во нашиот туризам. Туристичката понуда недоволно е присутна на меѓународниот туристички пазар што резултира со крајно неповолна состојба на странскиот туристички промет. Квалитетот на сместувачките капацитети задоволува, но нивната структура и квалитет мора да претрпат реформи. Анимацијата, збогатувањето на содржината на туристичкиот престој, која директно го определува квалитетот на туристичката понуда, мора да биде приоритет на сите туристички работници. Производството на еко храна и нејзината понуда на туристичкиот пазар, може да има свој придонес за развој на високодоходовен туризам. Македонското тури-

стичко стопанство мора сериозно да работи за враќање на довербата на одделни туроператори, особено од Западна Европа, кои беа присутни на нашиот туристички пазар и кои добро ги познаваат домашните туристички потенцијали. Потенцијалните посетители треба да се бараат најпрво во блиските, соседни земји, но и секаде каде така креираниот туристички производ може да ја очекува својата валоризација.

Проекција на развојот на туризмот во Република Македонија

Со цел да ги прикажеме можностите за развој на туризмот во идниот период, во продолжение на трудот ги прикажуваме резултатите од спроведената динамичка анализа на развојот на туризмот. Притоа, се користени податоци за движењето на реалниот општествен производ создаден во туризмот и угостителството во еден долг период (од 1952 до 1989 година) кој дава можност да се конструира долгорочниот тренд во движењето на оваа стопанска дејност. Податоците се однесуваат на општествениот производ по постојани цени од 1972 година, онака како што се преземени од Статистичкиот годишник на Македонија.

Врз основа на податоците за движењето на реалниот општествен производ во туризмот и угостителството, е конструиран линеарен тренд со регресиона равенка $Y = 59.18 + 8.66X$. Добиените резултати се прикажани во анексот (графиконот 1). Долгорочниот тренд во развојот на туризмот во Македонија, понатаму е искористен како основа за проекција на можностите за развој на туризмот во релативно долг период до 2010 година. Со цел да се даде поширок опсег на предвидувањето, се извршени четири алтернативни проекции (види анекс - графикон 2).

Најпрвин, извршена проекција на развојот на туризмот според линијата на долгорочниот тренд. Со оглед на тоа што во движењето на општествениот производ во туризмот се забележува драстично опаѓање за време на транзиционот период, не беше можно да се предвидува по линијата на трендот, бидејќи на тој начин би се добиле нереално големи резултати. Затоа, линијата на долгорочниот тренд е пресадена на реалните податоци од 1995 година и, врз таа основа, е извршена проекција на идните движења. Прифактори ја претпоставката дека кризниот период завршил и по 1995 година продолжува долгорочниот, нормален развој, проекцијата покажува дека во 2010 година општествениот производ во туризмот би бил за 70% поголем во споредба со нивото од 1995 година.

Втората проекција тргнува од претпоставката дека по завршувањето на кризниот период, туризмот продолжува да се развива по долгорочната, просечна стапка на растек од 2.4% годишно. Притоа, општествениот производ во туризмот во 2010 година би бил поголем само за 43% во споредба со

за стопански развој. Така, доколку реалниот ОП во туризмот расте по стапка од 4% годишно, тогаш во 2010 година ќе достигне ниво поголемо за 80% во споредба со состојбата во 1995 година, што е во согласност со движењата според долгорочниот тренд.

Најпосле, е дадена и проекција што се заснова врз оптимистичкото сценарио од Националната стратегија според кое порастот на реалниот ОП изнесува 6% годишно. Во тој случај, на крајот од 2010 година реалниот ОП во туризмот би бил поголем дури за 140% во споредба со оној од 1995 година, што би претставувало исклучително динамичен развој на туризмот во наредниот период.

Споредувајќи ги резултатите од сите четри проекции, можеме да заклучиме дека се најверојатни проекциите на долгорочниот тренд и песимистичкото сценарио. Додека проекциите според просечната стапка на растек и оптимистичкото сценарио даваат премногу ниски, односно прецизни резултати.

Идни стратешки насоки во развојот на туризмот во Република Македонија

Идниот развој на туризмот во Република Македонија нужно претпоставува иновирање на мношбробните елементи што заеднички го креираат туристичкиот потенцијал. Како нужни идни стратешки насоки во кои мора да се движи туризмот на РМ доколку се сака тој да стане важен носител на економскиот раст, ги предлагаме:

- јасно и прецизно дефинирање на приоритетите и динамиката на идниот туристички развој;
- реструктурирање и иновирање на туристичкиот производ што претпоставува таргетирање на приоритетни специфични сегменти од туристичкиот пазар и нивно брзо модернизирање и активирање:
 - инвестирање во автентичноста на туристичкиот пакет на РМ;
 - покачување на еколошката свест и еко-грижата на совет кај сите чинители кои директно или индиректно се вклучени во туризмот;
 - комплетирање на мрежата на туристички посредници кои би биле главните носители на туризмот;
 - осмислување на современа туристичка легислатива во духот на модерното светско право и грижа за нејзино доследно спроведување, а во таа насока и санкционирање на сите субјекти кои нема да ја почитуваат;
 - навремено обезбедување неопходни инвестиции;
 - осмислена туристичка пропаганда и доследно презентирање на меѓународните туристички бери.

Користена литература:

- ◆ Cetinski, V. i S. Weber, "Strateški marketing zemaĵa S.E.I.-Temeljni okviri Hotelska kuća '96, Oraĵia, 1996
- ◆ Cetinski, V. i S. Weber, "Marketing turizma zemaĵa S.E.I.-Mogućnos supadnje na rodniĵu zdavstvenog turizma", Tourism and Hospitality Management Vol. No.2, Wien/Oraĵia, 1996
- ◆ Ракичевиќ, Г. и И. Василевска, "Некои карактеристики на меѓународниот туристички пазар", Зборник на трудови, кн.16, ФТУ, Охрид 1998
- ◆ Статистички годишник на Македонија, 1993
- ◆ Стратегија за економскиот развој на Република Македонија - развој и модернизација, МАНУ, Скопје, 1997
- ◆ Stephen F. McCool, "Linking Tourism, the Environment and Concepts Sustainability: Setting the Stage", paper from the special session of the annual meeting the National Recreation and Park Association in Minneapolis, October 12-14, 1994