

## ТУРИЗМОТ И ЕВРОПСКАТА УНИЈА

Доц. д-р Јованка Биљаноска

Доц. д-р Иванка Нестороска

Универзитет Св. Климент Охридски, Битола

Факултет за туризам и угостителство-Охрид

Република Македонија

### *Апстракт*

Туризмот има забележително влијание врз вкупните општествено-економски активности, како во националната економија, така и во меѓународни рамки. Оттука секоја земја посветува особено внијание на условите кои придонесуваат за развој на туризмот и бенефициите од него. Како интеграција на најразвиените економски европски земји, може да се пофали со своите резултати во сферата на туризмот. Во топ листата на 15 водечки земји по туристички пристигнувања и приходи од меѓународен туризам, девет се земји-членки на ЕУ.

Основна цел на овој труд е да се прикаже улогата на туризмот во економските параметри на ЕУ, како и политиката што се води во оваа сфера. При изработката на трудот се користени соодветни извори на податоци.

Туризмот претставува значајна стопанска дејност во ЕУ. Учеството на туризмот во вкупниот број на вработени во ЕУ изнесува околу 5%, учеството во вкупната надворешно-трговска размена со услуги туризмот опфаќа 30%, додека учеството на туризмот во ГДП изнесува 5%. Секако дека ваквите резултати произлегуваат и од соодветна туристичка политика на ЕУ.

**Клучни зборови:** туризам, Европска унија, меѓународен туризам, туристички приходи, туристички пристигнувања, туристичка политика.

## TOURISM AND THE EUROPEAN UNION

**Jovanka Biljanoska, PhD, Associate professor**

**Ivanka Nestoroska, PhD, Associate professor**

*University St. Kliment Ohridski, Bitola*

*Faculty of Tourism and Hospitality, Ohrid*

*Republic of Macedonia*

### *Abstract*

Tourism has important influence on socio-economic activities on national level, as well within international frames. Thus every country dedicates particular attention to conditions contributing tourism development and its benefits.

EU as an integration of most developed European countries, achieves significant results in tourism. Among top 15 tourist destinations by tourist arrivals and revenues, nine are EU member-countries.

The main purpose of this paper is to present the role of tourism in EU economic parameters, as well as politics in this sphere/field. During paper's preparation appropriate data is consulted.

Tourism is important economic activity in EU. It's participation in total employment in the EU is approximately 5%, participation in international trade on services is 30%, and the participation in GDP is 5%. Such results are consequence of appropriate tourism policy in EU.

**Key words:** tourism, EU, international tourism, incomes, arrivals, tourism policy.

### ВОВЕД

Многубројните промени кои се случуваат во сферата на економијата, политиката, техниката, технологијата, демографијата, екологијата и животната средина имаат одредено влијание и врз туризмот. Овие промени влијаат на неговиот квантитет манифестирајќи се пред сè преку обемот и динамиката на туристичките текови, но истовремено предизвикуваат и одредени квалитативни трансформации во

структурата на туристичката потрошувачка, начинот на користење на одморот, должината на престојот, видовите на активности и сл.

Масовноста, сезоналноста и хетерогеноста на туристичката побарувачка претставуваат основни обележја на туризмот во светот, но исто така и во Европа. За масовниот карактер на меѓународниот туризам во Европа ни укажуваат најновите податоци според кои од вкупно 691 милиони туристи во светот во 2003 година, 398 милиони ја посетиле Европа. Со ваквото учество Европа сè уште се наоѓа на првото место на светскиот туристички пазар, учествувајќи со 57,7%<sup>1</sup>.

Меѓу водечките земји кои ја сочинуваат групата “Светски топ 10 туристички дестинации”, во 2003 година шест европски земји, истовремено членки на ЕУ, се наоѓаат на оваа ранг листа според бројот на туристички пристигнувања, а тие се следниве: Франција, Шпанија, Италија, В.Британија, Австрија и Германија<sup>2</sup>. Според остварените приходи од меѓународен туризам, исто така во рамките на објавената листа на Светската Туристичка Организација (WTO) за 2003 година, освен наведените шест земји учествува и Грција. Учесството на голем број европски земји во апсорпцијата на туристичките текови и потрошувачката на туристите произлегува од присуството на разновидна и богата туристичка понуда на тлото на Европа но и “традицијата за туризам” која е присутна на овој континент.

Излегувајќи **1** во пресрет на хетерогената побарувачка многу европски земји постигнуваат големи успеси привлекувајќи значителен број туристи. Ваквиот успех се должи на нивната “база” на ресурси и развојот на соодветен вид туризам. Така на пример Австрија и Швајцарија својот успех во туризмот го должат на постоењето услови за развој на зимскиот туризам, додека Шпанија, Италија и Португалија развојот на туризмот го должат на постоењето услови за развој на летниот туризам<sup>3</sup>. Ваквите туристички ресурси се многу хетерогени и променливи, продуцирајќи појава и развој на различни видови туризам, меѓу кои доминираат летниот, зимскиот, културниот и конгресниот туризам. Како најдоминантен се смета летниот туризам кој е концентриран кон морето и сончевите плажи. Меѓутоа, додека во Велика Британија доминираат домашните туристи, многу поинаков е случајот со приморските земји на јужна Европа и Медитеранот кои се карактеризираат со доминација и експанзија на странските туристи. Шпанија претставува пример на земја која најмногу зависи од странските туристи, но и која е пример за најразвиена туристичка медитеранска земја. Други земји кои имаат доминантно учество на странските туристи претставуваат Грција, Португалија, Италија и Франција<sup>4</sup>.

Друг карактеристичен вид на масовен туризам претставува зимскиот туризам, чии корени лежат во деветнаесетиот век кога Алпите биле посетувани за летна рекреација од европската елита. Со развојот на меѓународната железничка мрежа и појавата на Куковата агенција која придонесла кон пораст на туризмот, вклучувајќи сè поголем број учесници од средната класа во некои ексклузивни центри како на пр. Монте, алпскиот туризам почна да добива големи размери со ориентација и концентрација во зимскиот период.

Културниот туризам се заснова на различни атрактивности како на пр. археолошки локалитети, историски споменици, позната архитектура, музеи, галерии и др. Со оглед на богатата историја и мноштвото земји, Европа изобилува со такви атрактивности, привлекувајќи голема маса домашни и странски посетители.

<sup>1</sup> WTO, Newsroom, Facts & Figures, february ,2005

<sup>2</sup> WTO, Tourism Highlights, 2004

<sup>3</sup> A.M. Williams & G. Shaw, *Tourism and Economic Development*, Belhaven Press, Sec. Ed., 1993, стр. 18

<sup>4</sup> Исто, стр.19

Патувањата за посета на семинари, конференции и конгреси сѝ повеќе растат со што имаат голем удел во зголемувањето на бројот на посетителите, во урбаните центри на Европа, како што се Париз, Лондон, Берлин, Брисел, Женева и др. Интересот за развивање на овој вид туризам е зголемен со оглед на платежната способност и можностите за поголема потрошувачка на овие туристи.

Врз основа на постоењето на одредени природни туристички мотиви присутни во некои земји/региони што придонесуваат во развојот на одредени видови туризам, во Европа постојат три групи на региони:

1. Во првата група спаѓаат мал број на земји кои имаат две туристички сезони: зимска/скијачка и летна/пешачка меѓу кои посебно би ги издвоиле земјите во регионот на Западна Европа.
2. Втората група ја сочинуваат земјите на Јужна Европа и Медитеранот кои се карактеризираат со класична летна туристичка сезона.
3. Третата група ја сочинуваат земјите од Северна Европа со класична зимска туристичка сезона, посебно нордиските.

Анализата на досегашниот развој, состојбите и тенденциите на туризмот во Европа покажува дека е присутна нивна меѓусебна поврзаност од повеќе причини, но од кои сметаме дека три од нив се најзначајни:

1) За прв пат туризмот се појавил во Европа, поконкретно во Велика Британија, кој се издиференцирал и се развивал како посебна активност.

2) Во светскиот туризам Европа доминира со околу 60%, односно две од секои три патувања во светот се одвиваат во Европа. Од почетокот на развојот на современиот туризам (крајот на 1950-тите години) Европа е константно светска водечка туристичка дестинација прифаќајќи околу две третини од меѓународниот туристички промет и остварувајќи скоро половина од приходите од светскиот туризам.

3) Третата причина поради која туризмот има големо значење за Европа е поврзана со воспоставувањето на заедничкиот европски пазар. Со Единствениот Европски Акт донесен во 1992 година и создавањето на ЕУ се нагласува интеграцијата и во сферата на туризмот во Европа и се поставени рамки кои се однесуваат на обезбедување слобода на движење и заштита на туристите, слобода на движење на работната сила и взаемно признавање на квалификациите. Големото учество на Европа во меѓународниот туризам се должи, исто така, на присуството на голем број земји и блиското растојание помеѓу нив како резултат на што присутни се голем број интра-регионални и истовремено интра-европски патувања. Истражувањата покажуваат дека 75% од Европјаните кои патуваат посетуваат друга европска земја не напуштајќи го континентот<sup>5</sup>.

#### ТУРИСТИЧКОТО СТОПАНСТВО ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА

Туризмот како стопанска дејност има одредено влијание во општеството предизвикувајќи разновидни социјални, културни и економски промени. Ваквите промени се манифестираат во помали или поголеми размери опфаќајќи повеќе области како што се: регионалниот развој, вработувањето, образованието, животната

---

<sup>5</sup> *European Communities*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg, 2003, str.5

околина, потрошувачката, сигурноста, нови технологии, сообраќај, финансии, даноци, култура и др.

Посебно важно е економското значење на туризмот за идниот развој и вработувањето во ЕУ. Имено, според истражувањата на WTTC и TTSA<sup>6</sup> во 2004 година во туристичката и патничката индустрија на ЕУ имало 21,5 милиони вработени што преставува 10% од светската вработеност во туристичката и патничката индустрија. Во структурата на вкупната вработеност во ЕУ 12,9% се во туристичката и патничката индустрија, што е повеќе од светскиот просек на вработување во овој сектор кој изнесува 8,1%. Но, иако ЕУ во споредба со другите развиени светски туристички региони има поголем просек на вработеност во овој сектор (Северна Америка 11,7%, Југоисточна Азија 8,1%) просечната стапка на пораст на вработеноста во последните 10 години е помала од светската (1,9%) а посебно од Северна Америка (2,2%) и Југоисточна Азија (3,2%). Стапувањето на Југоисточна Азија на светскиот туристички пазар како т.н. нов туристички регион отвора големи можности за нови вработувања и инвестирања во овој сектор, но исто така овозможува и негово зголемено учество во апсорпцијата на меѓународните туристички патувања.

Создавањето, подобрувањето и зголемувањето на вработеноста во туризмот претставува приоритетно прашање во работата на Одделот за туризам при ЕУ, посебно имајќи во предвид дека од вкупно вработените во туристичката и патничката индустрија во ЕУ, 8 милиони се вработени директно во туристичкиот сектор. Вака големото учество на вработени во овој сектор укажува на значајната улога што ја има туризмот во вработувањето на населението. Но освен директни вработувања, туризмот има значајна улога во отварање на можности за нови вработувања во другите сектори поврзани со туризмот, што е посебно важно за помалку развиените и периферни региони на ЕУ. Истите истражувања покажуваат дека во следните 10 години бројот на вработени во туристичката и патничката индустрија ќе се зголеми за 2 милиони.

Учеството на Европа со околу 60% во меѓународниот туризам, но и учеството на седум земји членки на ЕУ меѓу првите 10 светски туристички дестинации според број на посетители и остварени приходи укажува на значајниот удел на туризмот во европскиот GDP. Според извештајот на WTTC и TTSA<sup>7</sup>, во 2004 година секторот на туристичката и патничката индустрија на ЕУ учествувал со 11,5% во GDP, додека учеството на ЕУ во светскиот GDP изнесувало 33,7%. Вака големото учество на ЕУ во светскиот GDP ја потврдува неговата улога на меѓународниот туристички пазар како водечки светски туристички регион не само според посетеноста но и учеството во светската економија.

Добиените податоци од спроведеното истражување на WTTC и TTSA покажуваат дека и според опстварените приходи врз основа на вкупната побарувачка од патувањата и туризмот ЕУ ја држи лидерската позиција со учество 198 милијарди УСД во 2004 година што претставува 36% од остварените приходи во светот. Меѓутоа, треба да се има во предвид дека оваа категорија “вкупна побарувачка од патувања и туризам” претставува дисагрегат на побарувачката која според WTTC и TTSA се состои од два основни агрегати кои во себе содржат дисагрегати. Првиот агрегат на побарувачката е дефиниран како *Потрошувачка од патување и туризам* претставувајќи ја вредноста на производите и услугите што ги конзумираат

---

<sup>6</sup> World Travel & Tourism Council, *Travel&Tourism Forging Ahead*, The 2004 Travel&Tourism Economic Research, London, 2005, str.13

<sup>7</sup> World Travel & Tourism Council, *ibid*, str.14

посетителите.овој вид потрошувачка ги вклучува во себе следниве категории: *индивидуално патување и туризам* (повеќе познато како конзумна потрошувачка однесувајќи се на услугите за сместување, превоз, оброци, забава и сл.), *бизнис патувања, јавна потрошувачка* (од страна на агенции, институции или сектори кои на посетителите им обезбедуваат разновидни културни (музеи, галерии), рекреативни (национални паркови), и слични услуги и *туристички извоз* кој во себе ја вклучува потрошувачката на странските посетители на производи и услуги.

Вториот агрегат *Побарувачка од патување и туризам* се заснова на првиот агрегат *Потрошувачка од патување и туризам* вклучувајќи ги производите и услугите за патување и туризам заедно со основните компоненти на побарувачката. Основните елементи на побарувачката за патување и туризам се следниве: *јавна потрошувачка* од агенции, институции и сектори на ниво на зедница како што се туристичка промоција, санитарни услуги и слично, *капитални инвестирана* во приватниот и јавниот сектор обезбедувајќи објекти, опрема и инфраструктура за туристите и *извоз* кој вклучува потрошни добра “извезени” во странство наменети за туристите како на пример облека, гориво, храна и сл.

Но, иако Европа претставува значаен туристички регион и ја држи лидерската позиција од аспект на посетеноста, приходите од туризам и потрошувачката, во сферата на капиталните инвестиции во ЕУ евидентирано е 9,5% учество на капиталните инвестирања во туристичката и патничката индустрија, заостанувајќи зад Северна Америка (10,4%) и Југоисточна Азија(10,4%). Анализата за изминатите 10 години покажува дека во овој период просечниот пораст на овие инвестирања во ЕУ (3,2%) заостанува зад светскиот (4,2%), Северна Америка (4,6%) и Југоисточна Азија (6,5%). За ваквата состојба би ги навеле следниве две причини: 1. присуство на добра материјална база во сферата на туризмот и патувањата, и 2. интернационализација на капиталот при што сè повеќе во преструктурира и насочува кон овие два региони а посебно Југоисточна Азија.

#### ТУРИСТИЧКА ПОЛИТИКА НА ЕУ

Развојот на туризмот има значаен придонес врз процесот на прогресивна консолидација на ЕУ, особено ако се има во вид неговото влијание кон поврзување на народите со различни култури, јазици, традиции и слично. Сепак во средината на минатиот век, туристичката политика забележително заостанувала зад другите политики и тоа како на ниво на земји-членки, така и на регионално ниво. Поради тоа во раните 1980-ти години, Европската комисија во соработка со другите тела, го започнала процесот на институционализација на туризмот. Имено, во 1986 е формиран Советодавен комитет за туризам (Tourism Advisory Committee), чија основна задача била да ја олесни размената на информации и да поттикне консултации и соработка во сферата на туризмот. Денес, Комитетот е составен од преставници на 18 земји-членки на европската заедница и се состанува неколку пати годишно. Основна задача на ова тело денес, е да обезбеди информации за мерките што на национално ниво се преземаат во сферата на туризмот.

Напорите на Европската заедница во сферата на туризмот резултирале во декларирање на 1990 год. како *Европска година на туризмот* (1990 The European Year of Tourism), додека во 1992 бил донесен тригодишен *Акционен план за помош на туризмот* (Action Plan to Assist Tourism). Основна цел на овие активности била да се истакне позитивната улога на туризмот врз развојот на национално и регионално ниво, како и да се развие кохерентна туристичка политика.

Во институционалната структура на ЕУ формирано е Одделение за туризам при Генералниот директорат за претприемништво. Одделението за туризам има значајна координативна улога во Европската комисија при донесување и спроведување на програми и мерки на туристичката политика, особено бво насока на остварување на туристичките цели. Притоа посебно треба да се нагласи дека Одделението за туризам посветува особено внимание на само на програмите и мерките што директно влијаат врз туризмот, туку и на програмите и мерките што се индиректно поврзани со туризмот.

За прв пат, преку мерки во сферата на туризмот (measures in the sphere of tourism) е во рамки на Договорот од Мастрихт при што е утврдена туристичката политика на ЕУ (чл. 3(1) од Договорот од Мастрихт). Со овој Договор не се предвидени конкретни мерки на туристичката политика, општо и за поедини земји-членки, туку секоја одлука на Министерскиот Совет во сферата на туризмот треба да се донесе едногласно.

Во 1995 година е донесна *Зелената книга за улогата на заедницата во сферата на туризмот* (1995 Green Paper on the Role of the Union in the Field of Tourism), што претставувала основа за *Првата повеќегодишна програма за помош на европскиот туризам Филоксенија 1997-2000 година* (First Multiannual Programme to Assist European Tourism Philoxenia 1997-2000).

Во рамките на горенаведените активности посебен акцент се става на улогата на туризмот врз зголемувањето на степенот на вработеност. За таа цел во 1999 година е усвоено посебно Комунике според кое се формирани 4 работни групи со следните задачи и тоа:

- Работна група А: да ја олесни размената и десиминацијата на информациите, особено преку новите технологии;
- Работна група В: да усоврши обуката заради подобрување на квалификациите на вработените во туристичката индустрија;
- Работна група С: да го усоврши квалитетот на туристичкиот производ, и
- Работна група D: да ја промовира заштитата на животната средина и одржливиот развој во туризмот.

Во 2001 година е формирана посебна работна група Е чија задача била да управува со влијанието на новите технологии во туристичкиот сектор.

Резултатите на работните групи претставувале основа за ново Комунике под наслов *Да работиме заедно за иднината на европскиот туризам* (Working together for the future of the European tourism). Европската комисија истакнувајќи ја улогата на туризмот за остварување на одржлив развој, особено преку заштита на животната средина и културните ресурси, своите понатамошни активности ги зајакнала преку вклучување на туризмот во *Агендата 21*. Притоа било предложено да се зајакне соработката со сите тела во ЕУ поврзани со туризмот, како и со стопанствениците во туристичката индустрија. Како форма за соработка било предложено секоја година да се одржува Форум за туризам, на кој ќе се анализираат сите аспекти на туризмот и ќе се предлагаат мерки и активности.

Како резултат на овие долгогодишни напори на Европската комисија, на 21.05.2002 година, Министерскиот совет за прв пат донесе резолуција посебно за туризам. Во својата резулција, Советот ја истакнува потребата за засилен мониторинг на влијанието на законодавството на ЕУ врз туристичкиот сектор, и предлага натамошна оценување на промоцијата на Европа како туристичка дестинација. Соработката со туристичката индустрија се смета за круцијална, и затоа

стопанствениците се повикуваат да ги поддржат напорите на Европската заедница за развој на туризмот.

Туристичката политика може да биде ефикасна единствено ако произлегува од дадените состојби во туризмот, како и од поставените развојни цели. Со оваа политика неоспорно може да се помогне во остварувањето на вкупните цели на ЕУ, особено ако се има во вид причините за воведување на туризмот во вкупните политики на ЕУ. Перманентната анализа на состојбите и трендовите на европскиот туризам претставува клучна основа за креирање на соодветна туристичка политика.

На последниот *Европски туристички форум*, одржан од 15-16 октомври 2004 во Будимпешта, Унгарија. (Budapest Forum Summary Report, 2004) посебно внимание се посветило на тековните состојби во туризмот и потребата од соодветна туристичка политика. Имајќи ги во вид тековните проблеми на европскиот туризам, на овој форум се формирани три работни групи, кои работеле на полето на внатрешниот пазар на услуги; вработувањето и обуката во туристичката индустрија и новите трендови во туризмот.

*Внатрешниот пазар* на услуги, а во тие рамки и туристичкиот пазар, во ЕУ се уште се предмет на различни ограничувања.<sup>8</sup> За да се постигне вистински внатрешен туристички пазар на ЕУ неминовно е да се повлечат сите ограничувања на слободно нудење и примање на туристички услуги. Секако дека либерализацијата е тесно поврзана со неопходноста за зголемување на конкурентноста преку зголемување и промовирање на високо-квалитетен туристички производ. Тесно поврзано со ова е и проблемот со класификацијата и стандардизацијата во туризмот, на пример во сферата на сместувањето. Но, атрактивноста на туристичкиот производ произлегува од неговата нестандардност, односно од неговата единственост. Затоа решавањето на проблемот не е лесно. Сепак стандардите за квалитет и здравствена исправност на стоките се мошне значајни и истите треба ригорозно да се применуваат.

Основни карактеристики на *вработеноста* во туризмот се дека има сезонски карактер, доминира ниско-квалификувана работна сила, ниски плати и намалени можности за напредување во кариерата, што резултира со високи стапки на флукуација на работната сила. Имајќи ги во вид овие карактеристики, како и тоа дека голем дел од вработените во ЕУ се во туристичкиот сектор, неминовно е во рамки на туристичката политика на национално и на регионално ниво да се преземат одредени мерки. Притоа како особено значајни се истакнуваат: *прво*, мерки за зголемување на атрактивноста на туризмот за вработување, на пример преку повисоки нивоа на професионална обука во туристичкиот сектор; *второ*, мерки за поддршка на развојот на висок квалитет во образованието и обуката во туристичкиот сектор; *трето*, мерки за развој и зајакнување на колективен и општествен дијалог помеѓу сите инволвирани страни во туристичкиот сектор и други. Посебно треба да се истакне програмата леонардо да Винчи во чии рамки беа креирани курсеви согласно потребите на туристичките работници.

Следни трендови на туризмот во ЕУ особено значајни за туристичката политика се:

- расте учеството на населението над 60 години во вкупното население, што од своја страна изнудува усогласување на туристичката понуда согласно нивните барања. Генерално, оваа популација се задржува во туристичките дестинации подолго време, а истите ги посетуваат во вон-сезонскиот период или посетуваат разни дестинации кои им нудат здравствени

---

<sup>8</sup> Willem Molle, The Economic of European Integration, theory, practice, policy, fourth edition, Ashgate Publishing Limited, England, p. 293-310, 333-364

услуги. Дел од ова население се инвалиди кои бараат посебен третман. Во овие рамки туристичката политика треба да обезбеди комплексен систем на превоз, посета на дестинации, сместување и информации за овие лица.

- Расте учеството на младите во туристичките посетители. Имено, 20% од вкупните туристички пристигнувања се лица помеѓу 15-26 години. Туристичката политика треба да вклучи мерки кои ќе ги имаат во вид потребите на младите за време на одмор: погодности при превоз, посебни услови за сместување, мулти-културни активности и сл.;
- Посебните визни режими во рамки на ЕУ секако дека се јавуваат како ограничувачки фактори за развој на туризмот. Во оваа насока туристичката политика, почитувајќи ги безбедносните правила, треба да влијае кон упростување на процедурите за добивање на визи, особено мултипле визите во рамки на ЕУ;
- Најголем дел од претпријатијата во туризмот спаќаат во групата на мали и средни претпријатија, оттука потребно е со разни мерки на економската и туристичката политика да се поткне развојот на оваа група претпријатија. Во овој контекст е и воведувањето на програмата Леонардо да Винчи, која опфаќа помош за мали и средни претпријатија преку организирање на тренинг курсеви за туризам.
- Развојот на е-бизнисот секако дека има посебно значење за туризмот како еден од најдинамичните сектори во кој се вклучени милиони луѓе секојдневно. Туристичката политика треба да обезбеди солидни и конкурентни услови за развој на е-туризмот, кој од своја страна дополнително ќе ги забрза и олесни туристичките текови.

Голям дел од мерките на туристичката политика изнесени погоре, во основа, се однесуваат на внатрешниот туристички пазар на ЕУ. Додека **меѓународниот туристички промет** на ЕУ се одвива според правилата утврдени во Општата спогодба за трговија со услуги (General Agreement on Trade in Services GATS) и Светската трговска организација (World Trade Organisation WTO). Согласно правилата на GATS, земјите-членки имаат генерална обврска да ја почитуваат клаузулата за најповластена нација (most favorite nation MFN), и специфични обврски во рамки на принципите за национален третман и пристап на пазарот. Земјите-членки во трговијата со услуги можат да користат повластици, односно исклучоци од принципот MFN. А во рамки на почитувањето на принципите на национален третман и пристап на пазарот тие имаат право на преземање на специфични обврски. Тоа значи дека тие одредуваат во кои сектори нема да ги почитуваат правилата за национален третман и пристап на пазарот.

ЕУ во рамките на WTO се јавува како една земја-членка (секако поради фактот дека е единствено царинско подрачје) и има преземено специфични обврски во секторот туризам, како што се: преферирање на домашни субјекти при отворање на нови барови, ресторани и слично; барање за доказ за државјанство при добивање на дозволи за туристички агенции и за туристички водичи, и др. Денес, во рамките на Доха развојната агенда, ЕУ во сферата на туристичкиот сектор бара намалување на ограничувањата и зголемување на можностите за пристап на пазарот. Целта на ЕУ во оваа рунда преговори е да го подобри пристапот на пазарите за своите туристички субјекти во трети земји, и тоа како за туристичките агенции и тур-оператори, така и за хотелите и рестораните.



## ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Туризмот претставува значајна дејност во стопанската структура на ЕУ. Во 2004 година, патувањата и туризмот создаваат 11% од ГДП на ЕУ, додека вработените во овие индустрии учествуваат со 12,9% во севкупната вработеност во ЕУ. Меѓу водечките земји кои ја сочинуваат групата “Светски топ 10 туристички дестинации”, во 2003 година шест европски земји, истовремено членки на ЕУ, се наоѓаат на оваа ранг листа според бројот на туристички пристигнувања, а според остварените приходи од меѓународен туризам, исто така во рамките на објавената листа на Светската туристичка организација (WTO), учествуваат седум земји-членки на ЕУ.

Од 1980-тите години, Европската заедница води особена грижа за импликацијата на вкупната политика врз туризмот, како и за соодветно применување на мерките на туристичката политика во насока на остварување на развојните економски цели.

Како членка во Светската трговска организација, ЕУ води релативно либерализирана туристичка политика. Во рамките на Доха развојната агенда, ЕУ предлага либерализација на туристичкиот пазар, со цел на своите субјекти да им се олесни настапот на меѓународните пазари.

### **Користена литература:**

1. Нестороска, И., *"Современи тенденции на туризмот во светот,* докторска дисертација (ракопис), ФТУ, Охрид, 2003
2. Sorensen, H., *International Travel and Tourism,* Delmar Publishers, 2002
3. A.M. Williams & G. Shaw, *Tourism and Economic Development,* Belhaven Press, Sec. Ed., 1993
4. Willem Molle, *The Economic of European Integration, theory, practice, policy,* fourth edition, Ashgate Publishing Limited, England
5. WTO, Newsroom, Facts& Figures, 2005
6. WTO, Tourism Highlights, 2004
7. WTTC, *Travel & Tourism Forging Ahead,* The 2004 Travel & Tourism Economic Research, 2005
4. [www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
5. [www.wto.org](http://www.wto.org)
6. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)