

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

**УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО - ОХРИД**



ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Кандидат:

М-р Теута Керими Садиду

Индекс број: 33

Ментор:

Проф. д-р Снежана Дичевска

Охрид, 2021 година

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

АПСТАРКТ

Во докторската дисертација презентирани се економско-финансиски ефекти од развојот на туризмот во југозападниот регион на Република Северна Македонија. Со постојаниот придонес кон зголемување на глобалниот извоз, туризмот се покажа како значаен извор за генерирање на приходи и создавање на работни места во многу национални економии.

За да се разјасни сето тоа, потребно ни беше користење на различна литература за оваа проблематика и опсервација на терен. За реализација на овој труд треба да се спроведат истражувања во југозападниот плански дел во Северна Македонија за да се утврди влијанието на економско-финансиските ефекти врз туризмот, како и на туристичките бизниси врз економијата на земјата.

Одржливиот развој на туризмот е заедничка одговорност на значителен број учесници, вклучувајќи и институции на државата (централни и локални), туристички претприемачи, граѓански организации, образовни институции, медиуми и граѓани.

Меѓународните институции што ги канализираат средствата за развој на туризмот во Македонија играат важна улога во остварувањето на оваа цел.

Знаеме дека нашата земја има туристички потенцијал и тоа за повеќе видови на туристички бизнис и токму затоа во оваа докторска дисертација ќе бидат истражувани сите економски ефекти од развојот на туристичкиот бизнис и неговото влијаније врз економијата на нашата земја.

Како еден сектор од економијата, улогата и важноста на туризмот е широко прифатена, бидејќи придонесува за раст на бруто-националниот производ, за подобрување на платниот биланс, за создавање на нови работни места, за раст на инвестициите и за промовирање на локалниот, регионалниот и националниот развој.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Contents

АБСТРАКТ	1
I ТЕОРЕТСКО – МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП ВО ИСТРАЖУВАЊЕТО	6
1.1 предмет, цели и задачи на истражувањето.....	6
1.2 Методи на истражување.....	7
1.3 Методолошки принципи на проучување.....	8
1.4 Хипотези на истражувањето.....	9
1.5 Очекувани резултати.....	10
1.6 Основни – теоретски и оперативни претпоставки.....	11
II. ТУРИСТИЧКО- ГЕОГРАФСКА ПОЛОЖБА НА ЈУГОЗАПАДНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	17
2.1 Карактеристики на туристичко-географската положба како фактор во развој на туризмот.....	18
2.2 Географската положба како просторна туристичка вредност.....	20
2.3 Оценка на потенцијалот за развој на туризмот.....	23
2.3.1 Општа инфраструктура и пристап.....	23
2.3.2 Национален парк Галичица.....	25
2.4 Природни туристички атрактивно - мотивски ресурси.....	26
2.4.1 Геоморфолошки туристички вредности.....	27
2.4.2 Климатските фактори.....	27
2.4.3 Туристичките производи.....	28
2.5 Хидрографски и хидролошки туристички вредности на југозападниот плански регион.....	31
2.5.1. Езерата како туристичка вредност.....	31
2.5.2. Вештачки езера.....	33
2.5.3. Реките и изворите како туристичка вредност.....	36
2.6 Термоминералните води како туристичка вредност.....	39
2.6.1. Бања Косоврасти.....	40
2.6.2. Бања Бањиште.....	41
2.7 Видови и поделба на културните вредности и туризам.....	44
2.8 Културно - историски атрактивно - мотивски фактори.....	45

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.8.1	Културно - историски споменици	46	
2.8.2	Споменици на културата на исламската вероисповест.....	49	
2.9	Традиционални стопански активности	49	
2.10.	Традиционални занаетчиски дејности	50	
2.11	Исхрана	52	
2.12.	Манифестациски атрактивно - мотивски вредности	52	
III РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА И НЕГОВОТО ВЛИЈАНИЕ НА ЕКОНОМИЈАТА			53
3.1.	Економското влијаније на туризмот	54	
3.2	Анализа на туристичката потрошувачка и туристичкиот производ	61	
3.3	Влијанието на туризмот врз макроекономските индикатори	62	
3.4	Анализа на економските ефекти од развојот на туризмот на југозападниот регион	75	
3.4.1	Функции на економската пропаганда	79	
3.4.2	Сегментација на туристичкиот пазар	82	
3.4.3	Онлајн промоции	88	
3.4.4	Личната продажба во туризмот	89	
IV ЕКОНОМСКАТА БЕЗБЕДНОСТ ВО ФУНКЦИЈА НА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ			89
4.1	Поим на економска безбедност	90	
4.2	Безбедносни предуслови за развој на туризмот	94	
4.2.1.	Медиумска слика за туристичка дестинација	95	
4.2.2.	Зголемување на бројот на туристи	96	
4.3	Безбедносни проблеми во туристичките подрачја од имотек карактер	97	
4.4	Влијание врз туристичката индустрија	97	
4.5	Безбедносни проблеми со елементи на нарушувања на јавниот ред и мир	100	
4.6	„Сивата економија“ како безбедносен и економски проблем во туристичките подрачја	103	
4.7	Анкетно истражување на граѓаните во туристичките подрачја за безбедносните проблеми за време на туристичка сезона	106	
V. ВАЖНОСТА НА ПРИВАТНИТЕ И ЈАВНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН НА РСМ ВО ТУРИСТИЧКИОТ СЕКТОР			116
5.1	Позитивните и негативните влијанија на странските директни инвестиции за економијата на земјата	122	
5.2	Анализа на финансирањето како основна област на државна интервенција во развојот на туризмот.....	129	

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

5.2.1	Културно наследство	132
5.2.2	Насоки за развој	135
5.3	Развојот на модерниот туризам прави разлика помеѓу туристички дестинации и туристички атракции.....	136
VI.	ВЛИЈАНИЕТО НА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ ВРЗ ПЛАТНИОТ БИЛАНС И ПРИХОДИТЕ НА ДРЖАВАТА	137
6.1	Туризмот како посебна форма на извоз.....	140
6.2	Сезонски карактеристики на туризам	147
6.3	Анализа на приходите на државата од туризмот	158
6.4	Негативните ефекти на туризмот	168
6.5	Анализа на даноците во туристичките бизниси.....	171
VII.	МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО	173
7.1	Методологија на истражувањето.....	173
7.2	Резултати на истражувањето	179
VIII.	ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ЈУГОЗАПАДНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН НА ДРЖАВАТА.	193
8.1	Согледување на досегашните проблеми во развој на туризмот	195
8.2	Согледување на можностите за иден развој на туризмот	197
	ЗАКЛУЧОЦИ	198
	СПИСОК НА СЛИКИ.....	199
	СПИСОК НА ТАБЕЛИ.....	200
	СПИСОК НА ГРАФИКОНИ И КАРТИ	202
	ЛИТЕРАТУРА	208
	ЗАКОНИ, СТРАТЕГИИ, СТУДИИ	215
	ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ.....	214
	БИОГРАФИЈА	Error! Bookmark not defined.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

ТЕОРЕТСКО – МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП ВО ИСТРАЖУВАЊЕТО

1.1 Предмет, цели и задачи на истражувањето

За секое научно истражување можеме да кажеме дека целите му се обврска и од тука произлегуваат хипотезите кои ќе бидат изнесени во текот на истражувањето.

Главни цели на ова истражување се:

- ✓ Максимизирање на квалитетот на користа од конзумирањето на туристичкиот производ која ја добиваат туристите во земјата домаќин.
- ✓ Максимизирање на профитабилноста на бизнисите, особено на туристичките бизниси кои ги нудат своите стоки и услуги за задоволување на потребите и желбите на туристите.
- ✓ Максимизирање на примарните и секундарните ефекти на трошоците кои туристите ги остваруваат во заедницата.

Горе наведените цели на туристичката економија често се поврзани една со друга. Максимизирањето на користа придонесува кон задоволни туристи и ги наведува туристите да дојдат повторно во земјата домаќин, да трошат пари и да ги направат сите во туристичката индустрија и во туристичката област што ја посетуваат, да се чувствуваат задоволни од економска ледна точка.

Во некои случаи, овие цели можат да бидат некомпатибилни, така на пример, долгорочната цел за максимизирање на профитот може да предизвика огромно проширување на туристичките и другите инвестиции во туристичката дестинација и да доведе до нивна прекумерна употреба и како последица на тоа туристите ќе имаат намалена корист.

Докторскиот труд како основна работна хипотеза ги определува економските ефекти од развојот на туризмот во југозападниот плански регион на Република Северна Македонија како што се постоечките природни туристички потенцијали кои ги има оваа држава, а се многу малку познати или посетени од туристите. Овие потенцијали треба да се искористат и да се создадат услови за развој на неколку видови туризам .Освен главната хипотеза и

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

помошните хипотези, потенцирани се и стратешките цели и мерки кои треба да се преземат од страна на институциите за доброто на туристите и за самата држава.

Врз основа на моменталната состојба на развојот на туризмот во нашата држава ја формулиравме главната хипотеза, но исто така и помошните хипотези од кои очекуваме да видиме каков ќе биде исходот и дали тоа ќе биде можно да се постигне.

1.2 Методи на истражување

При спроведувањето на ова истражување, се јави потребата од соодветни методи на анализа и теоретски пристапи кои придонесуваат за емпириски третман и толкување на проблемот на економското влијание на туризмот. Во студијата, беше избрана теоријата на општи системи (General Systems Theory) со воведување на туризмот. Оваа методологија беше неопходна заради мултидимензионалната природа на туризмот и тешкотиите што постојат во оценување на економското влијание на туризмот врз развојот на земјата, за да се утврдат структурата и правилата за функционирање на туристичкиот систем, како и за теоретско толкување на приходите и расходите од Моделот на туристичкото влијание (МНТ), кој како систем ги проучува и ги квантифицира економските влијанија на туризмот. Системот „туризам“ се состои од потсистеми „туристички објект“ и „туристички субјект“.

Системот „туризам“ има врска со други системи од кои позначајни се: економското опкружување, социјалната средина, еколошката средина, технолошката средина и политичката средина.

Покрај литературата што се користеше при реализацијата на оваа дисертација, беше потребно и теренско истражување. Вклучени се неколку од најважните истражувачки методи, како што се: анализа, статистички, графички и компаративни методи. Како литература користена е литература од областа на туризмот и економијата. Што се однесува на теренските истражувања, користени се различни прашалници и анкети кои ни помагаат да извлечеме заклучоци што ќе бидат многу корисни за оваа дисертација и од кои ќе добиеме информации кои се однесуваат на развојот на туристичкиот бизнис. Од нив ќе

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

направиме графичка споредба и графичко претставување, каде што со графички метод може полесно да се видат резултатите неопходни за економско-финансиски ефект од развојот на туризмот во југозападниот плански регион на Република Северна Македонија, бидејќи ова е главното прашање на ова истражување.

Обработената литература и емпириската анализа се важни за да се согледа влијанието на туризмот врз макроекономските индикатори во Република Северна Македонија.

1.3 Методолошки принципи на проучување

Основни принципи на овој труд се:

- Објективност
- Доверливост
- Прецизност
- Систематизираност
- Целосност

Податоците кои се земени во овој труд се објективни, непристрасни, неутрални и реално ја отсликуваат појавата.

Податоците и материјалите што се користат во овој труд се веродостојни и реални со оглед на тоа дека се работи за објективен труд.

Што се однесува до собирањето и презентацијата на податоците, и составувањето анкети и прашалници, како и презентацијата на овие собрани податоци, можам да кажам дека тие беа презентирани со голема прецизност и посебно внимание за да се постигнат најверодостојни резултати.

Систематизацијата на трудот, но исто така и на користените податоци и материјалите е според методологијата и може да се каже дека го прави овој труд уште подостапен и појасен.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Како целина, овој труд може да се користи во иднина и се надевам дека ќе донесе придобивки во областа на туризмот, но и во економијата.

При изработката на овој труд, научните методи се разгрануваат на:

- Научни методи во поширока логичка смисла и
- Научни методи во потесна техничка смисла.

Може да се каже дека во овој труд, како што напоменав, се користат повеќе методи, но најочигледен е методот на анализа, како и статистичкиот и графичкиот метод.

1.4 Хипотези на истражувањето

Главна хипотеза:

„Проценката на влијанието на туризмот идентификува кои економски сектори ќе имаат корист од туризмот и ќе ги проценат промените кои резултираат во приходи и вработеноста во регионот.“

Помошни хипотези:

- За развој на туризмот во нашата земја треба да се инвестира во неколку атрактивни туристички места кои ги поседува Република Северна Македонија.
- Република Северна Македонија треба да создаде поволни услови и за привлекување странски инвестиции во областа на туризмот.
- Треба да се овозможи и еден покомплетен и софистициран информациски систем за туризмот во нашата земја.
- Туристичките понуди треба да бидат со највисок квалитет за да бидат силен конкурент на туристичкиот пазар
- Преку туризмот, да се овозможи создавање на нови работни места за да се ублажи сегашната невработеност со која се соочува населението на оваа земја.
- Туризмот да стане значаен извор на приходи за земјата и да влијае врз зголемувањето на бруто-домашниот производ.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Зачувување на природно и културното-историското наследство.
- Да овозможи услови за да можат туристите лесно и брзо да стигнат до посакуваната дестинација
- Создавање на поволни услови за сместување на туристите, како и подобрување на квалитетот на услугите во туристичкиот сектор во југозападниот плански регион во нашата држава.
- Да се развие одржлива туристичка понуда во Македонија потпирајќи се на природните богатства, климата, културата на југозападниот плански дел како и различните човечки ресурси кои ги поседува нашата земја.

1.5 Очекувани резултати

Темата на докторската дисертација што е предмет на обработка е актуелна и атрактивна за Република Северна Македонија. Целта на истражувањето на оваа тема произлегува од тоа што туризмот стана мотор за економски раст на нашата земја. Тој исто така е еден од клучните фактори кои влијаат врз многу макроекономски индикатори како што се приходите, вработувањето, инвестициите, платниот биланс, државните приходи и така натаму.

Она што сум се обидела да го проучам и анализирам е влијанието на туризмот врз економијата на земјата домаќин. Целите кои се додадени подолу во трудот ги исполнува истражувачката работа. Со ова истражување можеме да констатираме дека има теоретско и емпириско значење за туристичкото истражување. Неговото значење станува сè поголемо со спроведувањето на туристичката рамка во Македонија и дефинирањето на научната туристичка политика заснована на квантитативна проценка на влијанијата на економијата на туризмот. Исто така, може да се констатира дека растот на квалитетот и развојот на туризмот ќе ги подобрат условите и околностите од економски аспект, ќе ги подобрат условите и околностите на земјата што може да се забележи во подобрувањето на сите сектори во нашето поднебје. Ова исто така ќе ги стимулира идните истражувања во оваа област, со цел да се подобрат условите и околностите и развојот на туристичката индустрија

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

во земјата, вклучувајќи ги и различните видови туризам што ги поседува Република Северна Македонија.

1.6 Основни теоретски и оперативни претпоставки

Во развојот на туризмот во југозападниот плански регион, но и воопшто во целата земја, посебна улога има државата која може да има позитивно влијание. Развојот на туризмот, исто така, овозможува економски раст и пополнување на државниот буџет, којшто може да се искористи во различни сектори, како и за подобрување на условите за живот и подигнување на животниот стандард. За да имаме економски раст во туристичкиот сектор, сепак мора да се обезбедат неопходните услови, како и посебни услови за привлекување домашни и странски туристи кои што своите пари ќе ги трошат во нашата земја со тоа што ќе добијат квалитетни услуги.

За да привлечеме туристи и посетители во југозападниот плански регион на земјата, мора да имаме атрактивни туристички производи и разни услуги во однос на најпопуларните туристички центри како и погодна инфраструктура за да можат туристите што е можно полесно да стигнат до посакуваната дестинацијата и да ги задоволат сопствените потреби. Југозападниот плански регион на Северна Македонија како атрактивна туристичка дестинација за домашни и странски посетители, поддржувајќи го развојот на одржлив туризам, наложува давателите на туристички услуги да ги исполнуваат барањата на туристите, во здрава и безбедна средина.

Државата исто така треба да ги предводи туристичките агенции, бидејќи тие можат да имаат многу значајно влијание врз развојот на туризмот и економскиот раст со нивните понуди што ги прават тие понуди да бидат што попривлечни.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Според член 12 од Законот за туристичката дејност¹, туристичките агенции во нашата земја ги вршат следниве услуги:²

- 1) организирање, продажба и реализирање на туристички пакет-аранжмани;
- 2) продажба и посредување на продажба на угостителските и други туристички услуги;
- 3) посредување и давање на услуги на патувања и престој и други услуги врзани со нив;
- 4) организирање продажба на билети и спроведување на излетнички програми;
- 5) прифаќање и превоз на патници;
- 6) продажба и посредување во продажба на билети или резервација на места за сите видови превозни средства;
- 7) резервирање на сместување и други услуги во угостителските објекти;
- 8) застапување на домашни и странски туристички агенции;
- 9) давање на туристички информации и туристички промотивни материјали за свои аранжмани, туристички и други настани;
- 10) посредување во добивање на визи потребни за аранжмани во странство, како и потребни дозволи за лов, риболов, нуркање и други дозволи потребни за организирање и спроведување на различни видови туризам;
- 11) организирање и посредување во продажба на услуги на стационараниот, селски, бањски, здравствен, конгресен, спортски, ловен и други видови туризам;
- 12) организирање на служба на туристички придружници, како и прифаќање на гостите при доаѓање и заминување од местото во туристичката дестинација, како и придружување на малолетни лица во рамките на туристичките аранжмани;

¹ Службен весник на Република Македонија бр. 62/04, 89/08, 12/09, 17/2011, 47/2011 и 53/2011.

² <http://www.economy.gov.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

13) организирање на давањето на услуги од страна на туристичките водичи и

14) осигурување на патниците и предметите во случај на репатријација, несреќа и болест.

Со обезбедување на најсигурни и што е можно поопширни информации за нашата земја преку различни форми, туристите ќе бидат поодлучни да го поминат својот одмор и да ги потрошат своите финансиски средства во нашата земја, а со ова ќе се постигнат придобивки и економски раст на земјата.

Постојат 12 главни типови на туризам кои генерираат значителна побарувачка низ светот – постојат и неколку специфични типови на туризам

За да се развие одреден тип на туризам, дестинацијата треба да исполни специфични предуслови и тоа кај:³

Летен туризам

- пристап до море;
- одржувани и пристапни плажи;
- поволни климатски услови.

Градски туризам

- голем број на знамености и настани;
- привлечен и одржуван градски центар;
- привлечни можности за пазарење.

Културен туризам

- важни историски и културни места;
- културни настани;
- музеи од областа на културата.
-

Крстарење

- пристап до море или пловни реки;
- соодветно пристаниште или пристанишна платформа;
- интересни знаменитости блиску до пристаниште.

Бизнис /конференциски туризам

- голем број на национални и меѓународни компании;
- неколку специфични конгреси,

Спа туризам

- постоење на термални или минерални води;
- медицински третман и понуда на бањи;
- различни можности за спорт и активности.

³ <http://www.economy.gov.mk/> Национална стратегија за туризам Република Северна Македонија финалната верзија на KOHL & PARTNER, стр. 83.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

конференции или саеми;

- значителен број на бизнис /конференциски објекти.

Планински/ зимски туризам

- атрактивни планински венци;
- лесна достапност во текот на годината;
- поволна клима.

Езерски туризам

- чиста вода, по квалитет како питка вода;
- поволна клима;
- достапност до езерски брег и јавни плажи;
- соодветни објекти за сместување и туристички атракци.

Авантуристички туризам

- неколку извонредни авантуристички тури;
- постоење на специални/мистични места;
- необични локации.

Еко туризам

- природен и недопрен пејзаж;
- недопрена флора и фауна;
- традиционална култура и животен стил;
- органска храна.

Ацилак

- религиозни места и објекти;
- мистични и духовни места;
- важни историски настани.

Посета на семејство и пријатели

- нема специфични предуслови

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика бр.1 Летен туризам Слика бр. 2 Градски туризам ⁴ Слика бр. 3 Културен туризам⁵



Слика бр. 4 Авантуристички туризам ⁶



Слика бр. 5 Еко туризам ⁷



Слика бр. 6 Ацилак ⁸



Слика бр. 7 Бизнес / МIСЕ туризам⁹



⁴ <https://skopje.gov.mk/media/1299/turizam-so-akcionenplan-2014-2018.pdf>

⁵ <https://mk.woman-b.com/rizne/j160429-kulturnyy-turizm-samy-znamenitye-ruiny.html>

⁶ <https://kurir.mk/tema/avanturistichki-turizam/>

⁷ <https://radioholdej.com.mk/?p=4015>

⁸ <https://www.aa.com.tr/mk/>

⁹ <https://businessvisit.com.ua/korporativnoe-obslyuzhivanie/mice-turizm-dlya-korporativnyh-klientov/>

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика бр. 8 Спа туризам¹⁰



Слика бр. 9 Планински / зимски туризам¹¹



Слика бр. 10 Крстарења¹²



Слика бр.11 Посета на семејство / пријатели¹³



Слика бр.12 Езерски туризам¹⁴



¹⁰ <https://www.novamakedonija.com.mk/makedonija/republika/>

¹¹ <https://nrmavrovo.mk/blog/winter-tourism>

¹² <https://bizniskatalog.mk/vesti/svet/krstarenje-na-najgolemiot-rechen-brod>

¹³ <http://humanost.org.mk/>

¹⁴ <https://skopjeinfo.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

II. ТУРИСТИЧКО - ГЕОГРАФСКА ПОЛОЖБА НА ЈУГОЗАПАДНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА.

Конституцијата на туристичката географија е во тесна врска со развојот на туризмот во географската средина. Промените во туризмот и географската средина претставуваат научен интерес на туристичката географија. Нивото на развој на ваквите проучувања води кон создавање основа за нејзина диференцијација и втемелување на нови научни дисциплини.¹⁵

Туристичката географија својот научен интерес го насочува кон масовноста на учесниците во туристичката активност. Туризмот како стопанска дејност и како економска категорија посочува дека предмет на туристичката географија е разместеноста и економската валоризација на туристичките ресурси и многу други фактори на економскиот развој на туризмот. Туризмот се изразува како збир на појави и односи кои произлегуваат од патувањето и престојот на посетителите во некое место, ако тој престој не претставува простор на постојано населување и ако со тој престој не е сврзана некава економска активност, односно, ако со таа активност се задоволуваат определени рекреативни и културни потреби и се врши потрошувачка во таа функција, ќе се констатира дека овој проблем не е едноставен. Очигледно е дека туризмот и географската средина се наоѓаат во една забележителна поврзаност.¹⁶

¹⁵ Мариноски Н., *Туристичка географија*, Охрид, 2012, стр. 14. (1)

¹⁶ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 17. (1)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.1 Карактеристики на туристичко- географската положба како фактор во развој на туризмот

Туристичко - географската положба на Република Северна Македонија претставува значајна компонента на туристичкиот развој.¹⁷ Таа се јавува како туристичка вредност и исто така делува и на другите компоненти на туристичкиот развој. Туристичко - географската положба има значајно влијание врз степенот на вклученост на туристичките мотиви во туристичката понуда, инвестиционата оправданост и економичност во работењето на сместувачките капацитети, активирањето на туристички недоволно развиените регионални целини и други елементи на туристичкиот развој.

Содржини и цели:

Во рамките на туристичко - географската положба на Република Северна Македонија, интересот ќе се задржи на следниве карактеристики:¹⁸

- Територија;
- Граници и гранични премини;
- Јужноевропска туристичко - географска положба;
- Балканска туристичко - географска положба;
- Туристичко - географска положба спрема главните туристички правци;
- Туристичко - географска положба спрема туристичките емитивни простори;
- Туристичко - географска положба спрема главните конкурентни туристички региони и земји;
- Туристичко - географска положба спрема соседните држави и нивните туристички вредности; и
- Функционални белези на туристичко-географската положба.

¹⁷ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 263. (1)

¹⁸ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 264. (1)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Како научна дисциплина туристичката географија бележи перманентен развој - од дисциплина која ги опишува просторните вредности, преку интерпретацијата на туристичките движења како посебни миграции, па досега до формирање на научен интерес за сеопфатност на односите меѓу туризмот и географската средина.

Врз основа на ваквиот развој во современите услови може да се зборува и за поделба на туристичката географија.

Туристичката географија се дели на:

- Општа,
- Регионална,
- Применета.

Општата туристичка географија се занимава со теориско - методолошките прашања и со географските основи на на глобалната разместеност на туризмот и неговите одлуки во просторот, како и со практичните развојни проблеми. Туристичката географија се карактеризира со забележителна фундаменталност во своето проучување.

Регионалната туристичка географија ги толкува законитостите кои произлегуваат од односите на туризмот и географската средина во одделни делови на просторот, има дестинациски приод во третирање на туризмот. Таа го проучува туризмот во одредени регионални рамки, од локалните, место, регион, државна територија, континент и Земјата како целина.

Применетата туристичка географија претставува научна дисциплина која овозможува сознанијата до кои доаѓа да се применат на конкретни содржински елементи во географската средина. Кога се предвидува лоцирање на плажни простори, трим патеки, забавни паркови и слично, неопходни се туристичко-географски сознанија.¹⁹

¹⁹ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 35. (1)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.2 Географската положба како просторна туристичка вредност

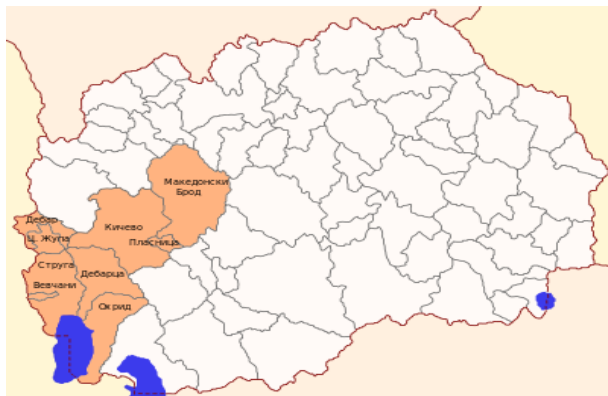
Географските параметри можат да се користат во определувањето на односите меѓу елементите со туристичко значење.

Географската положба содржи:

- Математички параметри;
- Физичко - географски;
- Просторно - географски;
- Функционални параметри.

Просторна положба

Територијата на Југозападниот плански регион опфаќа површина од 3.340 км² и во него влегуват следниве општини:²⁰ Вевчани, Дебар, Дебрца, Охрид, Кичево, Македонски Брод, Пласница, Струга и Центар Жупа. Во општините на овој регион има вкупно 286 населени места.



Карта бр. 1 Југозападен плански регион во Република Северна Македонија

²⁰ Студија за туристичките потенцијали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 16.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Југозападниот плански регион има меѓуграничен карактер бидејќи на запад се граничи со Албанија. Границата во овој дел започнува од највисокиот врв на Крчин. Од Крчин границата се спушта на запад кон селото Спас во Дебарската Котлина и излегува на реката Црн Дрим. Границата го следи текот на оваа река до браната на вештачкото езеро Шпиље. Одовде таа се издига на планината Јабланица и се протега по највисоките планински врвови. Спуштајќи се кон Охридското Езеро води преку превалецот Ќафасан и на брегот излегува јужно од село Радожда. Границата минува преку Охридското Езеро до јужниот брег во близина на манастирот Св. Наум. Оваа граница се поротега низ планински, речен, езерски и котлински простор. Најголем дел од неа води низ планинскиот простор. Таа се протега на планинските вериги, така што во тие делови таа е тешко проодна. Ваквото протегање на границата има забележително туристичко значење, бидејќи хетерогената структура на граничниот појас овозможува меѓугранична соработка по различни основи. На границата со Албанија се отворени и функционираат четири гранични примини и тоа:²¹

- Блато;
- Ќафасан;
- Свети Наум и
- Цепиште - Требиште.

Граничните премини кон Албанија го контролираат само патниот сообраќај.

Југозападниот плански регион го поседува и охридскиот аеродром „Св. Апостол Павле“. Преку него се одвива воздушниот сообраќај во домашни и во меѓународни рамки.

Аеродром „Св. Апостол Павле“ е лоциран во атарите на селата Подмоље и Оровник, на околу 10 км.²² оддалеченост од Охрид и од Струга. Во близина на овој аеродром се наоѓаат и градовите Дебар, Кичево, Ресен и Битола, што значи дека југозападниот плански дел на Република Северна Македонија гравитира кон ова воздушно пристаниште. Неговата вредност е потенцирана и со фактот што во овој дел на земјата се лоцирани и најзначајните туристички знаменитости, така што овој аеродром е и во директна функција на развојот на

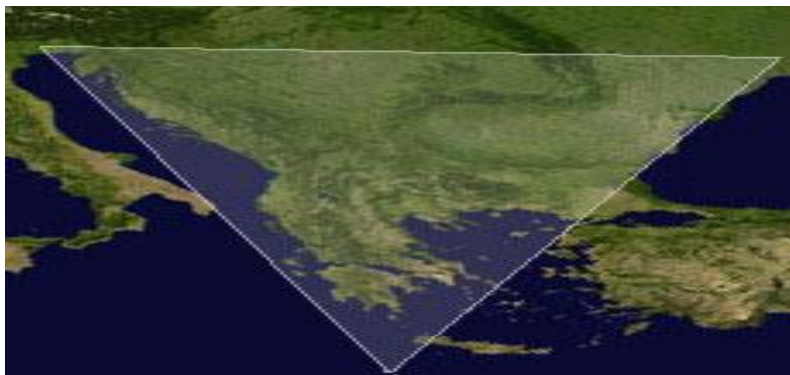
²¹ Студија за туристичките потенциали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр.17.

²² Студија за туристичките потенциали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 18.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

туризмот. Вкупниот промет на аеродромот Охрид, се проценува со учество од 5.5 % во вкупниот воздушен промет на патниците во Републиката.

Балканска туристичко - географска положба – Балканскиот полуостров го носи своето име според Балканските планини кои се протегаат низ центарот на Бугарија до источна Србија и имаат заедничка површина од 550.000 км² и население од околу 55 милиони жители. Овој полуостров лежи во јужна Европа со триаголен облик, кој продира во Средоземното Море, помеѓу Јадранското Море и Јонското Море на запад, Мраморното Море и Егејското Море на исток. Северната граница на овој полуостров се протега до Трст, Љубљана, реките Сава и Дунав во должина од 1200 км. Балканскиот полуостров ги поврзува Централна Европа и Јужна Европа и нуди медитерански услови. Исто така, овој полуостров се смета за мост помеѓу Европа и Азија преку важни копнени патишта и низ речни долини: Вардар, Нишава, Морава, Марица, Шкумбин итн. Постојат два планински системи Планините Родопи и Карпатите. Овој полуостров има и рамнини од кои најголеми се рамнините што лежат помеѓу Балканските планини и Дунав во Бугарија, рамнините на Солун, Тракија, Добруја итн. Климата на Балканскиот полуостров е под влијание на географската ширина и водните маси, затоа имаме умерено - континентална клима, континентална клима и планинска клима.



Карта бр. 2 Карта на Балкански полуостров²³

²³ Извор https://www.shtreber.com/balkansko-poluostvo#2935_0

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.3 Оценка на потенцијалот за развој на туризмот

2.3.1 Општа инфраструктура и пристап

Лесниот пристап до туристичка дестинација се смета за еден од најважните фактори за овој сектор на туризам. Посетителите од соседните држави доаѓаат во Северна Македонија преку лесно достапните патни врски за еден ден. Патната инфраструктура значително се подобри и на граничните места и кон туристички дестинации и центри што можат да се посетуваат.

Бројни проекти се развиваат за понатамошно подобрување на врските со патниот сообраќај.

Повеќето туристи кои доаѓаат преку воздух за време на нивните одмори, генерално бараат поквалитетни услуги и погодности и можност убаво да го поминат слободното време.

Република Северна Македонија треба да ги привлече патувањата „charter“ планирани и со ниски цени бидејќи се многу важни како за организираните туристички групи, така и за индивидуалните туристи.

Во овој контекст Северна Македонија треба да воспостави директни летови со големи појдовни места на поголемите пазари за да биде поефикасна и поконкурента на глобалниот пазар. Република Северна Македонија исто така преку привлечни производи надвор од летната сезона треба да ги апсорбира летовите со долготрајни престои. Но, ова бара постоење на хотели кои ги исполнуваат меѓународните стандарди што ќе ги обезбедуваат атрактивни услуги придружувани од ефективен маркетинг.

Република Северна Македонија е земја со голем потенцијал на природни, историски и културни богатства. Македонија има голем број атракции како што се национални паркови, природни паркови, заштитени зони итн.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во Република Северна Македонија, постојат три национални паркови.²⁴

- **Национален парк Галичица**
- **Национален парк Маврово**
- **Национален парк Пелистер**

Во југозападниот плански регион се наоѓа само Националниот парк Галичица.

2.3.2 Национален парк Галичица

Националниот парк Галичица се наоѓа во југозападниот плански дел на земјата и ги дели Охридското и Преспанското Езеро. Зафаќа поголем дел од планината Галичица (22.750 хектари) и е прогласен како национален парк во 1958 година заради особените природни убавини и карактеристичниот растителен и животински свет на шумите и шумските предели. Се одликува по положбата што ја зазема меѓу двете езера, потоа, по разгранетата орографија и интересните геоморфолошки облици (длабоки долови, разни видови на карстни форми и леднички релјефни форми). Националниот парк Галичица особено се истакнува по големото флористичко богатство. Тука допираат ареалите на голем број видови растенија, претставници на различни флорни елементи, од коишто некои овде ја достигнуваат северната, односно јужната граница на своето распространување, или пак источната или западната граница. Наоѓалиштата за некои од растителните видови на Галичица се единствени за територијата на Република Северна Македонија. На територијата на паркот се застапени 37 растителни заедници, од кои 20 се шумски. Националниот парк Галичица претставува класично наоѓалиште за 20 видови виши

²⁴ <https://mk.wikipedia.org/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

растенија (Cormophytae) од коишто 12 видови се познати само за планината Галичица и за крајбрежјето на Охридското и Преспанското Езеро и претставуваат локални ендеми.

Важни вредности на овој национален парк се и флората и фауната. Постојат разни флористички типови. Тие се наоѓат на стрмни и вертикални карпи, каменити области и талуси. Исто така предизвикува појава на разни цветни форми кои се многу ретки или се својствени само за овој простор. Флората е претставена од над 600 флористички видови, од кои над 170 се од дрвна вегетација.

Слика бр. 13 Национален парк Галичица²⁵



2.4 Природни туристички атрактивно - мотивски ресурси

Природните туристички атрактивно - мотивски ресурси во југозападниот плански регион се мошне застапени. Ова богатство на природни туристички вредности претставува значаен показател на туристичките можности во оваа географска средина.

Од страна на туристите не е важно и атрактивно само природното богатство, туку и произведеното богатство кое е претставено со културно - историските споменици и

²⁵ Извор: https://macedonia-timeless.com/eng/things_to_do/activities/national-parks/galichica/

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

институции и со културното наследство на земјата. Може да се каже дека со целиот овој потенцијал нашата држава се претставува и привлекува туристи, домашни и странски, кои се многу важни за економијата на државата. Овие атрактивности можат да бидат со природно и антропогено потекло. Бидејќи нашата држава ги има овие фактори, може да кажеме дека има голем потенцијал за привлекување туристи и посетители. Според направените анализи констатираме дека Република Северна Македонија има огромен потенцијал кој многу малку го искористи. Според ова, треба многу повеќе да се работи на овој аспект.

За туристичкиот развој на Југозападниот плански регион посебно место заземаат следниве природни атрактивно - мотивски фактори:²⁶

- Геоморфолошките;
- Климатските;
- Хидрографските и хидролошки и
- Биогеографските.

2.4.1 Геоморфолошки туристички вредности

Југозападниот плански регион се карактеризира со изразито богатство на геоморфолошки туристички вредности. Под влијание на ендегените и егзогените сили, во југозападниот плански регион се создадени мошне интересни релјефни форми, кои ги привлекуваат туристите. Од површинските релјефни облици, посебно место во туризмот во регионот заземаат следните:²⁷

²⁶ Студија за туристичките потенциали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 23.

²⁷ Студија за туристичките потенциали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 24.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Планините;
- Превалците;
- Клисурите и кањоните;
- Поствулканските форми.

Од подземните релјефни облици, како туристичка вредност, особено внимание заслужуваат пештерите.

2.4.2 Климатските фактори

Климатските фактори се оние фактори што имаат важна улога и влијание на живите суштества. Овие фактори се комплексни фактори влијаат на промена на соларната клима.

Климатските фактори се карактеризираат со климатските елементи кои ја опкружуваат климата во југозападниот плански регион и исто така претставуваат значајна туристичка вредност.

Туристички елементи кои во просторот на југозападниот плански регион се јавуваат како туристичка вредност се:²⁸

1. Температурата на воздухот,
2. Врнежите,
3. Траењето на сончевиот сјај,
4. Облачноста,
5. Влажноста на воздухот и
6. Ветровите.

2.4.3 Туристичките производи

Република Северна Македонија веќе го привлече вниманието на меѓународните тур - оператори, како дестинација која нуди богато природно, културно и традиционално искуство. Иницијативите за туризам имаат за цел да ги задоволат барањата на домашните и странските туристи, преку солидни услуги при културни посети, активности во слободно време и сместување, а со тоа се овозможуваат нови работни места, се генерира национален приход и социјален развој.

²⁸ Студија за туристичките потенциали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 29.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Најновите и најатрактивни туристички производи вклучуваат маркетинг на дестинации преку интернет и промоција на југозападниот плански регион на земјата на социјалните медиуми. Со тоа, на туристите и посетителите им се обезбедуваат соодветни информации во соодветно време за туристичките места и богатите природни ресурси и активности за местото за кое се заинтересирани и сакаат да го посетат.

Крајната цел е привлекување повеќе туристи, пролонгирање на нивниот престој, како и зголемување на приходите за деловните субјекти и локалните заедници, со цел зголемување на вработеноста, особено кај младите. Поттикнување на работата на тур - операторите и бизнисите што имаат поврзаност со туристичкиот сектор, е исто така уште еден туристички производ што е важен за туристичката понуда на земјата.

Како туристички концепт се користи *save* концептот.

Што значи *save* туризмот? *Save* туризам значи:

- *S - Scientific – научно,*
- *A - Academic – академско,*
- *V - Volunteer – волонтерско,*
- *E - Educational – образовно.*

SAVE – е концепт што го основа Светската туристичка организација и е создаден од повеќе организации, вклучувајќи ги Националната асоцијација за географски рамки, Counerpart International (меѓународна доброволна организација), Универзитет Џорџ Вашингтон и Институтот за туризам во Хондурас. Концептот се развива и се шири во многу земји на сите континенти.

SAVE би можел да биде клучен сегмент на пазарот за дестинациите во развој затоа што туристите:

- Даваат позитивен придонес кон дестинацијата;
- Не ви треба совршено развиена инфраструктура;
- Плаќаат за нивните доживувања;
- Како целина тие остануваат подолго (честопати надвор од сезоната);
- Доколку патуваат за студиски / работни цели, бараат дополнителни активности;

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Обезбедуваат добра реклама, а не неформална усна.

ОБРАБОТКА НА SAVE ПРОИЗВОДИТЕ ВО 4 ЧЕКОРИ:

1. Прелиминарна идентификација на потенцијалните атракции и проценка на туристичките ресурси, потребите и нивото на подготвеност.
2. Обука, градење на капацитети и специјализирана обука насочена кон конкретни учесници и локалните заедници.
3. Идентификација на соодветни посредници и организации за студиски патувања и активности за проценка и
4. Создавање на save процент, за координирање на save операциите за избраните патувања.

Туристичките производи можат да се поделат на главни производи и производи кои влијаат врз растот на економијата. Главните производи со една форма овозможуваат преку туристичкиот сектор да има раст на економијата во нашата држава.

Главните производи во оваа категорија можат да се класифицираат како:

1. **Езерски туризам** - езерскиот туризам во Република Северна Македонија е за многу години наназад главниот туристички производ. Погolem број на туристите на езерските дестинации се од Македонија Албанија, Булгарија, Србија и во последно време и од централната Европа. Овој вид на туризам во Македонија има сезонски карактер, почнувајќи од месеците јуни - јули со максимален број на посетителите во август. Голем дел од сместувачките структури се зависни од овој вид туризам, а најмногу сместувачките структури во езерската област се соочуваат со сезонски потешкотии во работењето.
2. **Културен туризам** - исто така и културата е една од атрактивните нешта што влијаат на привлекување на туристите во нашата држава. археологијата, наследството, културата е идентификувана како главна точка на Република

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Северна Македонија кои се многу интересни за странските туристи. Главните дестинации што ги посетуваат туристите се:²⁹

- Артефакти,
 - Стари градби,
 - Стари урбани јадра,
- Информации поврзани со наведената класификација можеме да добиеме од:
- Стручната и научната литература, книги и списанија;
 - Од 100 музеи и библиотеки;
 - Од архиви на документи, фотографии и цртежи;
 - Контакти со стручни лица и слично.

Динамичната интеграција помеѓу туризмот и културното наследство, вклучува доминација на туризмот како значаен феномен со политички, економски, социјални, културни, образовни, био - физички, еколошки и естетски димензии.

ИКОНОМОС и Светската Туристичка Организација, ги делат посетителите на културните вредности во следните категории:³⁰

- Стручен посетител;
- Вообичаен посетител;
- Студенти;
- Случаен посетител.

²⁹ <http://eprints.ugd.edu.mk/9247/1/Kulturno%20nasledstvo%2C%20Skripra.pdf>, стр. 99.

³⁰ <http://eprints.ugd.edu.mk/9247/1/Kulturno%20nasledstvo%2C%20Skripra.pdf> стр.102

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.5 Хидрографски и хидролошки туристички вредности на југозападниот плански регион

Во југозападниот плански регион се јавуваат следниве хидрографски форми:

- Езерата;
- Реките;
- Термоминералните води.

2.5.1 Езерата како туристичка вредност

Република Северна Македонија поседува езерски потенциали и тоа природните езера од тектонските и глацијален карактер и вештачки езера.

Најпосетеното езеро со поголем туристички потенцијал е Охридското Езеро кое се наоѓа во југозападниот плански дел на земјата. Ова езеро исполнува дел од Охридско - Струшката Котлина, околу која се протегаат планинските вериги на Мокра, Јабланица, Караорман, Илинската Планина, Петрино и Галичица. Лоцирано е на надморска висина од 695 метри.

Вкупната површина на Охридското Езеро изнесува 348,8 км², од кои 229,9 км² ѝ припаѓаат на Република Северна Македонија, а 118,9 км² на Република Албанија. Се работи за голем простор кој претставува извонредна погодност за туристички развој. Плажите се песокливи, што овозможува извонредни услови за капачки активности, активности на сончање, спорт, рекреација и др. Охридското Езеро е најдлабокото тектонско езеро на Балканскиот Полуостров. Овој податок во туризмот се користи како куриозитетно својство на Охридското Езеро, како туристичка мотивска атрактивност и како таква треба да се нагласува во туристичката понуда. Температурата на водата на Охридското Езеро претставува една од најзначајните хидролошки туристички вредности.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Глацијалните Езера претставуваат реткост во географската средина, бидејќи нивната генеза е сврзана со специфични морфолошки и климатогени услови.³¹

На планината Јабланица се наоѓаат следните глацијални езера: Подгоречко, Вевчанско, Горно и Долно Лабунишко Езеро. Овие езера во туристичка смисла се доста привлечни.

2.5.2 Вештачки езера

Во Југозападниот плански регион најпознати вештачки езера се следниве: Дебарско, Глобочица, Слатинско и Козјак.

Дебарското Езеро, или Шпиље, претставува акумулација која ги опфаќа водите од сливот на реката Црн Дрим и долниот тек на реката Радика. Вкупната површина на езерото изнесува 13.2 км² и поседува брег кој може да се користи за капење и за сончање. Богатството со риби овозможува одвивање и на риболовните активности.

Ова езеро секоја година го посетуваат значителен број на локални и странски туристи кои покрај плажата, користат и разни туристички и угостителски услуги. Во близина на езерото, туристите можат да посетат кафулиња и ресторани кои им овозможуваат да се релаксираат, а исто така во близина се наоѓа и хотел со висок квалитет на услуга и многу поволни услови. Тимот на спасувачи се грижи за безбедноста на летувачите на ова езеро.

³¹ Студија за туристичките потенцијали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 38.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Слика бр. 14 Дебарско езеро³²



Езерото Глобочица претставува хидроенергетска акумулација на реката Црн Дрим. Ова езеро скоро се надоврзува на Дебарското Езеро. Покрај условите за пријатна прошетка по брегот на ова Езеро, како и капалишните можности и услови за сончање, можат да се одвиваат и активности на едрење и други спортови на вода. Исто така поседува и многу риби и дава можност на риболов, што е многу атрактивно за туристите.

Слика бр. 15 Вештачко езеро Глобочица³³



³² Извор : <https://fol.mk/>

³³ Извор:<http://www.zoover.com/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Слатинското Езеро се наоѓа на 35 км северно од Охрид, во подрачјето на Дебрца, во близина на селото Слатино. Климатските услови овозможуваат капацитетни активности.

Козјак се смета за едно од најголемите езера во Европа, долго 32 километри, и длабоко околу 135 метри со надморска височина околу 470 метри и е богато со рибен фонд. Туристичката вредност на езерото е во контекст на рекреативните и риболовните можности кои ги пружа.

Слика бр. 16 Слатинското Езеро³⁴



³⁴ Извор: <https://sdk.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.5.3 Реките и изворите како туристичка вредност

Реките, исто како езерата на Југозападниот плански регион, се многу атрактивни за туристите, ги привлекуваат бидејќи се многу рекреативни. Овозможуваат риболов, пловидбени и различни активности на капење и сончање.

Реката Треска - е многу атрактивна река која извира во селото Извор во близина на Кичево. Изворите на реката Треска се 500 метри далеку од магистралата Кичево - Охрид, што е многу атрактивно и за туристите е интересно бидејќи овозможува убаво чувство, со еден збор е многу привлечно рекреативно место.

Слика бр. 17 Реката Треска - Кичево³⁵



³⁵ Извор: <https://kicevo.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Реката Црн Дрим - има површина од 2590 километри и ја опфаќа и сливната површина на Охридското Езеро. Според големината, тоа е вториот слив во Република Северна Македонија.³⁶

Со извонредна убавина се одликува излевањето на Црн Дрим од Охридското Езеро. Над овој излез изграден е дрвен мост кој се користи за премин преку местото каде низ водената бучава се формира канализираниот дел на оваа река. Оваа река претставува природен украс на градот Струга. Црн Дрим на овој потег може да се користи за пловидбени спортско - рекреативни активности, а се користи исто така и за риболовни активности.

Слика бр. 18 Реката Црн Дрим³⁷



³⁶ Студија за туристичките потенцијали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 40.

³⁷ Извор: www.ohridnews.com/

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Реката Радика - има големо туристичко значење. Таа е планинска брза река . Радика само со еден мал дел му припаѓа на Југозападниот регион и го преполнува со вода Дебарското Езеро.

Слика бр. 19 Реката Радика³⁸

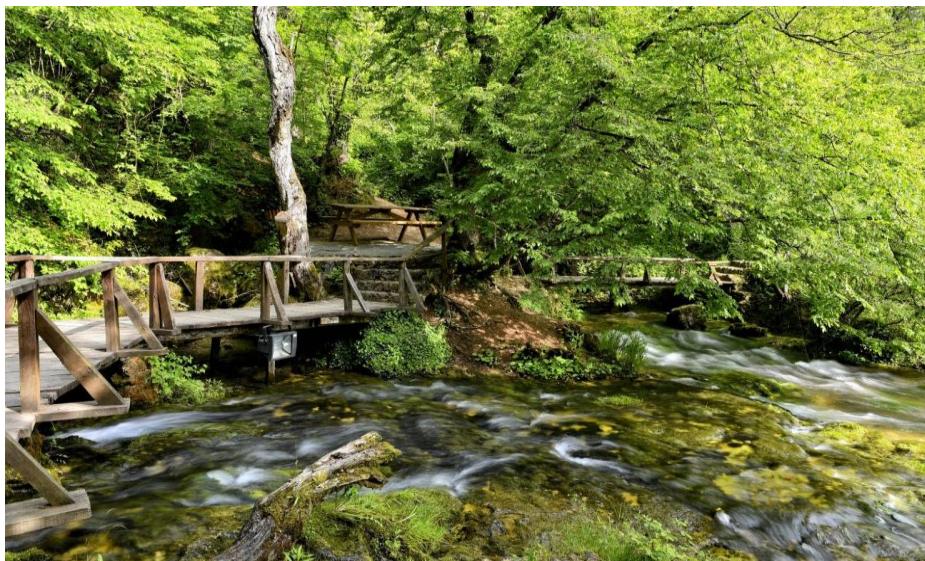


Вевчанските Извори претставуваат дел од групата на спомениците на природата во Република Северна Македонија, и се лоцирани во пештерски простор. Се наоѓа во подножјето на планината Јабланица, на надморска висина од 950 метри, исто така ова е мошне погоден простор за излети и прошетки со нагласена рекреативна активност.

³⁸ Извор <http://www.ribar.com.mk/>

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика бр. 20 Вевчанските Извори³⁹



Извориштето кај Свети Наум го сочинуваат повеќе извори. Водите на околу 45 извори од овој простор го исполнуваат малото езерце. Многу е привлечно бидејќи се јавуваат и два мали острови, кои покрај убавината создаваат многу интересен декор. Изворишниот простор кај манастирот Свети Наум претставува еден од најатрактивните туристички локалитети во овој дел од Државата. Атрактивноста не е содржана само во количеството на водата и начинот на влегување во езерото, туку и поради фактот што 56 % од водата од овие извори потекнува од Преспанското Езеро. Овој феномен ретко може да се сретне во друга географска средина. Туристот е во состојба да биде на местото каде што се „соединуваат“ водите на две релативно големи тектонски езера.

Билјанините Извори - се наоѓат во близина на градот Охрид, веднаш под патот кој води за Свети Наум.⁴⁰ Иако голем дел од водата која извира е каптиран, сепак овде се јавува

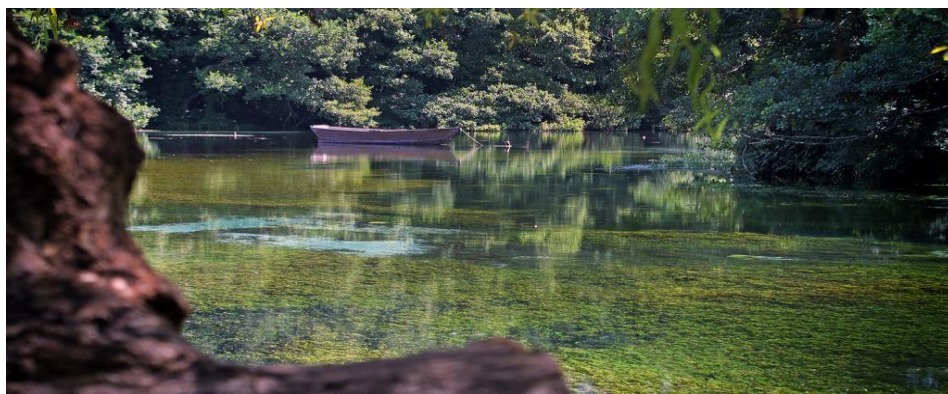
³⁹ Извор: <https://vevchani-info.mk/mk/>

⁴⁰ Студија за туристичките потенциали на југозападниот плански регион, Охрид, ноември 2013, стр. 42.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

одредено количество кое се користи за да се разубави просторот. Оваа вода се влева во Охридското Езеро, но во изворишниот тек таа е канализирана, а околниот простор е уреден за одмор и прошетки.

Слика бр. 21 Билјанините извори⁴¹



Изворот Студеничица - е еден од најважните извори во регионот бидејќи каптираната вода овозможува снабдување не само на Кичево и неговата околина, туку и на Прилеп. Покрај неговата атрактивност, тој има и економско -развојно значење за регионот.

Изворот има многу чиста и добра вода што за пиење, и токму затоа го посетуваат многу туристи од целата земја.

2.6 Термоминералните води како туристичка вредност

Југозападниот плански регион на нашата држава е многу богат со термоминерални води како што се бањските локалитети.

Бањата Бањиште и бањата Косоврасти привлекуват многу домашни, а исто така и странски посетители.

⁴¹ <https://www.flickr.com/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.6.1. Бања Косоврасти

Бањата Косоврасти претставува една од најатрактивните бањи во нашата држава. Ова се должи на својства на водата, околниот простор во која се наоѓа и собраќајната поврзаност на бањскиот простор. Бањата Косоврасти се наоѓа на излезот на реката Радика, таа е лоцирана непосредно до регионалниот пат Скопје – Дебар - Охрид. Нејзината положба во охридскиот туристички регион овозможува комбинација на активности со користење на поширокиот географски простор.

Температурата на водата изнесува 48 °C . А по хемискиот состав таа е сулфурно - карбонатна. Количината на водата изнесува 120л/сек. што претставува најголемо количество во Република Северна Македонија. Во оваа бања можат да се лечат ревматичните заболувања, женските болести и разни кожни заболувања. Самата локација на бањата во клисурата на реката Радика и непосредно до езерото Шпиље, ги открива можностите за користење на бањските простори, како и за прошетки во оваа географска средина. Исто така постојат и услови за изградба на спортско - рекреативен комплекс која би овозможил многу посодржајна комбинација на активностите, од спортови на вода, капење и сончање до алпинизам.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика бр. 22 Бањата Косоврасти⁴²



2.6.2. Бања Бањиште

Оваа бања е лоцирана под планината Крчин, на надморска височина од 870 метри, близу се наоѓа патот Скопје – Дебар - Охрид.

Бањата се исполнува од три извори и тоа: Нова Каптажа, Горни Базен и Долни Базен. Температурата на водата е 39.3 °C, 36°C и 38.8°C.

Водата поседува анјони на сулфат, хлорид, хидрокарбонат и хидроарсенат, катјони на калциум, магнезиум, натриум, калиум и железо, колоидни растворени оксиди на мангандиоксид и силициумдиоксид, растворени гасови на јаглерод диоксид, сулфурводород, амонијак и сулфурдиоксид, потоа елементите на литиум, цезиум, рубидиум и флуор, како и слободни гасови на сулфурводород, јаглерод диоксид, кислород и водород.

⁴² Извор: <https://travel2macedonia.com/tourist-attraction/kosovrasti-spa>

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика бр. 23 Бања Бањиште⁴³



Бањата овозможува успешно лечење на следните болести:

- Сите видови на ревматизам;
- Дегенеративен ревматизам на сите зглобови и ревматизам во 'рбетниот столб;
- Сите форми на ревматични болести
- Сите вонзглобни ревматизми;
- Слабост на мускулите по траума на зглобовите и преломи на коски;
- Кожни болести, псоријаза, габични инфекции и др;
- Долготрајни заболувања на желудникот и регулација на киселините;
- Заболувања на жолчката,
- Белодробни заболувања
- Песок и поситен камен во мочните патишта и канали;
- Лесни форми на шеќерна болест;
- И други видови заболувања.

⁴³ Извор: <http://www.odisca.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Од ова што е изнесено можеме да заклучиме дека овој регион поседува извонредни туристички хидрографски потенцијали и затоа е многу атрактивен за туристите. Со сето ова може да се констатира дека има и многу позитивен ефект за економско-финансиски аспект на нашата држава.

2.7 Видови и поделба на културните вредности и туризам

Република Северна Македонија како земја со шареноликост на културните вредности, грижливо води сметка за нивна валоризација во правец на развивање на културниот туризам. Како најзастапени видови на културни вредности и културен туризам можеме да ги издвоиме:⁴⁴ археолошкиот, манастирскиот или религиозниот туризам, потоа музејски туризам и споменичен туризам.

Археолошки туризам, посета на добро организирани и уредени археолошки локалитети: Стоби, Хераклеја, Скупи, Стибера, Виничко кале, Бургала, Исар Марвинци, Самоиловата тврдина и други.

Религиски, манастирски туризам, посета и престој во манастири: Св. Јован Бигорски, Св. Јоаким Осоговски, Св. Јован Претеча, Св. Богородица – Трескавец, Св. Богородица Пречиста - Кичевска, Св. Наум итн.

Музејски туризам, посета на разни видови музеи и спомен соби во државна и приватна сопственост (етнографски државни и приватни музеи, Природонаучен музеј, разни спомен соби и сл.). Споменичен туризам, посета на индивидуални споменици, спомен обележја (плочи, чешми и сл.).

Културното ниво претставува еден важен фактор во туризмот и има повеќедимензионално значење.⁴⁵

⁴⁴ <http://eprints.ugd.edu.mk/9247/1/Kulturno%20nasledstvo%2C%20Skripra.pdf>, стр. 107.

⁴⁵ Мариноски Н., *Основи на туристичката теорија и практика*, ФТУ – Охрид, 2015, стр. 111. (2)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

„Културното ниво е неопходно, зашто само лицата кој се сензибилни на вредностите во туризмот можат да направат квалитативно отстранување од секојдневното”.⁴⁶

Културното ниво ја опфаќа културата на самите лица вклучени во туристичката активност, културата на определена група на која туристот ѝ припаѓа и културата на општеството или цивилизациското ниво. Културата како фактор го вклучува и неговиот систем на вреднување врз основа на која тој ги усвојува културните продукти, валоризацијата на материјалната и духовната култура, консумирање на културата и реагирањето на културниот стимул.

Нивото на култура ја определува не само културната туристичка активност туку и други видови туризам.

2.8 Културно - историски атрактивно - мотивски фактори

Културно - историските туристички атрактивности се антропогени појави кои настанале во различни времански периоди на одреден простор, а побудуваат интерес кај туристите бидејќи потсетуваат на историските настани, личности, процеси и појави што ја обогатуваат нивната култура низ запознавање со уметничките вредности.

Во групата на културно – историските туристички мотиви главно спаѓаат следните:⁴⁷

- **Археолошките и историските локалитети;**
- **Спомениците на културата и спомен обележјата;**
- **Институциите од областа на културата какви што се музеите, галериите, архивите;**
- **Заводите за заштита на спомениците;**
- **Библиотеките;**
- **Домовите на културата;**
- **Други архитектонски целини како и литературните, ликовните и музичките уметнички творби.**

⁴⁶ Вучевиќ М., 1987.

⁴⁷ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 191. (2)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Видлив е интересот на туристите за остатоците на старите култури согледувајќи ги низ археолошкиот материјал изложен во музејските збирки или во природата.⁴⁸

2.8.1 Културно - историски споменици

Културно - историските споменици во Република Северна Македонија во најголема мерка се претставени како наследство на христијанската и исламската религија и како профани објекти, односно архитектонски градби и ансамбли.⁴⁹

- Цркви и манастири

Во периодот од IX до XI век, благодарение на Св. Климент Охридски и Св. Наум Охридски, Охрид станува културно жариште на словенската писменост. Тие ги подигнале првите словенски цркви.

Во Охрид е воозобновен најстариот словенски манастир на Балканскиот Полуостров, посветен на Св. Пантелејмон. Познат е како Климентов Манастир. Манастирската црква Св. Климент ја изградил во 893 година, во локалитетот Плаошник.

Манастирот Св. Наум е подигнат при крајот на IX век. Овој манастир се смета за еден од најзначајните манастири на Балканскиот Полуостров.⁵⁰

Мошне значајни се и други цркви и манастири кои го задржуваат вниманието на туристите.

⁴⁸ Колариќ М. и Павловиќ Д., 1975.

⁴⁹ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 415. (1)

⁵⁰ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 416. (1)

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика бр. 24 Манастирската црква Св. Климент Охридски⁵¹



Во Охрид се овие цркви и манастири: Катедралната црква Св. Софија, Св. Богородица Перивлептос (Св. Климент), Св. Јован Богослов - Канео, Св. Никола Болнички, Св. Константин и Елена, Св. Димитрија, Св. Богородица Челница, Св. Еразмо, Св. Стефан, Св. Богородица Пештанска, Св. Богородица – Заум, Св. Ѓорѓија во Речица, Св. Богородица во село Велестово, Манастир Сисвети во село Лешани, Манастирот Св. Петка во село Велгошти, Св. Никола Чудотворец, Св. Никола Геракомија, Св. Богородица Каменско, Св. Врачи Кузман и Дамјан.

Во Дебар постојат : Св. Петка, Св. Богородица, Св. Варвара и Св. Ѓорѓија Победоносец, во село Рајчица.

⁵¹ Извор: <https://ohridinfo.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во Струга и Струшко позначајни се: Манастирот Св. Богородица - Калишта, во близина на село Калишта, Пештерската црква Св. Архангел - Михаил, Св. Богородица во село Враништа, Пештерската црква Св. Спас во село Вишни, Св. Ѓорѓија.

Во Поречието и Кичевско постојат: манастирот Св. Богородица во селото Модриште, Св. Богородица се наоѓа во коритото на Голема Река, Св. Атанасие се наоѓа на десниот брег на реката Треска, во непосредна близина на село Модриште, манастирот Св. Никола Ореочки во село Ореоц, манастирот Св. Пречиста Богородица, лоцирана во близина на Село Другово, манастирот Св. Георгиј – Победоносец во атарот на селото Кнежино.

Св. Богородица Пречиста – Кичево е манастирот посветен на Св. Богородица – Пречиста или попозната како Кичевски претставува духовен центар на Кичево и регионот.⁵² Се наоѓа јужно од Кичево, во општина Другово на падините на планината Цоцан, на надморска височина од 920 метри.

До него се стигнува кога излегувате од Кичево и одите јужно, по магистралниот пат кон Битола и Охрид, на 5 километри јужно од градот. Манастирот е познат и како Крински манастир кој името го добил според селото Крино (иако писмен запис за ова село нема) кое денес не постои.

⁵² <https://kicevo.mk/sveta-bogorodica-precista/>

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика бр. 25 Св. Богородица Пречиста - Кичево⁵³



2.8.2 Споменици на културата на исламската вероисповест

Втора поголема група споменици на културата во Република Северна Македонија се верските исламски објекти. Нивната појава е сврзана со доаѓањето на турската власт на овие простори и периодот на нивното владеење. Се работи за периодот од крајот на XIII и почетокот на XIV век, до крајот на XIX и почетокот на XX век.

Во групата на најзначајните вакви споменици спаѓат следниве џамии: Султан Муратовата – Хјункар џамија, Исхак - Беговата шарена џамија, Иса - беговата џамија, Мустафа - Пашина џамија, Јахја - Пашина џамија, Хусеин Шах - Пашина џамија.

Во Охрид: Ајдар -Кади - Пашина џамија и Зејнел Абидин - Пашина џамија.

Во Кичево : Султан Пајазит џамија.

⁵³ Извор: <https://www.tripadvisor.com/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.9 Традиционални стопански активности

Во Република Северна Македонија постојат повеќе традиционални стопански активности. Тие се јавуваат во вид на земјоделски и занаетчиски дејности.⁵⁴

Жетварските активности скоро ги нема, ретки се вршидбите со коњ, косењето исто така се препушта на минатото. Сепак овие активности се мошне атрактивни за туристичката клиентела. Тие немаат само едукативен карактер туку и нагласени рекреативни атрактивни својства, бидејќи овозможуваат непосредно вклучување на туристите во овие активности. Посебно значење во оваа смисла имаат активностите на косење.

Гроздоберот, за разлика од сите други полјоделски активности, не е многу далеку од традиционалните начини на занимање со оваа дејност. Гроздоберот и подготовката на виното можат да бидат мошне интересни во туристичка смисла. За Република Северна Македонија вклопувањето на лазарството и винарството во туристичката понуда е од големо значање бидејќи таа спаѓа во редот на производителите на најквалитетното грозје во Европа и соодветно на тоа и на најдобрите вина. Туристичката вредност на грозјето треба да се карактеризира како национална, посебно нагласена гордост.

Овчарството во голем дел од нашата земја се одвива на традиционален начин. Во летниот период дел од овците се тераат до планинските пасишта, каде што престојуват додека временските услови тоа го дозволуваат. Во зимскиот период се спуштаат во котлинските предели. Македонија со овчарството нуди најквалитетно сирење во овој дел од Европа и пошироко. Според квалитетот кој го поседува треба да се одреди како посебен македонски специјалитет.

Рибарството како традиционална стопанска дејност во Република Северна Македонија се одвива на специфичен начин. Учеството на туристите во овие активности може да има туристичко-рекреативен карактер, може да овозможи восхит кој е потенциран од куриозитетните својства и да овозможи пријатни мигови за време на консумација. Познато е рекреативното рибарење “Блинкер” на Охридското Езеро. На Охридското Езеро,

⁵⁴ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 428. (1)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

како и на другите езера се користат стандардните начини на рибарење со јадица и мрежа. Мошне е интересно ловењето риби на реката Црн Дрим.

2.10 Традиционални занаетчиски дејности

Во Република Северна Македонија застапени се бројни традиционални занаетчиски активности како што се: грнчарството, плетарството, кувенциството, казанцискиот занает и други.⁵⁵

Грнчарството во нашата земја има долга традиција и раширено е на целата нејзина територија. Најразвиено е грнчарството во Ресенско, Велешко, Кичевско, Скопско и Кумановско.

Плетарството во Република Северна Македонија е раширено на поголем простор. Тоа се врзува со присуството на мочуришни и крајбрежни простори во кои успева врбата, од чии прачки најчесто се изработуваат плетарските предмети, односно мекачот и конопот. Плетарски активности се вршат во простори на крајбрежјето на Охридското Езеро.

Кувенциството овозможува изработка на накит кој има оригинални карактеристики. Најголем број на овие предмети можат да претставуваат интересни туристички сувенири. Според оригиналноста и убавината, „Охридскиот бисер“ ужива мошне висока репутација на Балканскиот Полуостров и пошироко. Во југозападниот плански регион покрај Охрид значајни центри се и Струга и Дебар.

Казанцискиот занает егзистира во некои градски средини, а позастапен е во Крушево, Битола и Охрид.

Од традиционалните занаети во Република Северна Македонија сеуште егзистираат занаетите како што се: килимарството, терзиските занаети сврзани со изработката на народни носии, опинчарскиот, самарцискиот, влачарскиот и другите занаети.

Производите на овие занаети како туристичка вредност најчесто се наоѓаат во етнографските збирки и потсетуваат за начинот на кој се изведувале и користеле.

⁵⁵ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 433. (1)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

2.11 Исхрана

Исхраната на просторот на југозападниот плански регион во Република Северна Македонија доживува еволутивни промени. Некои специјалитети својствени за македонската кујна го содржат и епитетот на регионална припадност на видот на храната, такви се на пример: „пастрмка на охридски начин“, „јагула на струшки начин“ и други.

Исто така имаме и традиционални пијалоци на пример виното и ракијата⁵⁶, како и соковите што се прават од питоми и диви плодови во градовите во нашата земја, но посебно е виното од Охридско - Струшкиот крај.

2.12 Манифестациски атрактивно - мотивски вредности

Во Република Северна Македонија се одржуваат повеќе манифестации. Тие според содржината можат да се одредат како: културно - забавни, спортски, стопански и научни.

Културните манифестации имат посебно значање како што се : „Струшки вечери на поезијата“, „Охридско лето“, „Балканскиот фестивал на народни песни и игри“, „Струшка музичка есен“, „Дез фестивал“, „Мајските оперски вечери“, „Гоцеви денови“, „Меѓународниот фестивал на филмската камера Браќа Манаки“, „Светската галерија на карикатура“, „Ревија на народни носии“, „Охридски староградски средби“ и други.

III РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА И НЕГОВОТО ВЛИЈАНИЕ НА ЕКОНОМИЈАТА

Појавата на туризмот се врзува за определени општествено - економски услови. Во почетокот во туризмот се вклучува само определена популација, но неговиот развој подразбира учество на различна популација. Ова се одредува како на популацијата која дава услуги, така и на онаа која ги користи тие услуги. На овој начин туризмот се етаблира како најголема миграција и како значајна стопанска дејност. Појавата на туризмот е условена од

⁵⁶ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 434. (1)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

бројни и хетерогени влијанија. Почетниот развој на туризмот се карактеризира со клиентела за која туризмот претставува привилегија.

Туристичките ставови во врска со појавата и развојот на туризмот ги опфаќаат следниве содржини:⁵⁷

- Теориска анализа на првото туристичко патување;
- Туризмот како привилегија;
- Туризмот како масовна појава.

Аналогни појави на туризмот

Теориската анализа на оваа појава треба да овозможи јасно да се прецизира туризмот во однос на аналогните.

Аналогните појави можат да се групират како:⁵⁸

- Патувања поради различни цели;
- Изградба на инфраструктура и супраструктура;
- Општествена регулатива;
- Издавачка дејност.

Патувањата - се јавуваат како: трговски, експедициони, патеписни, мисионерски, религиски, воени, забавни, спортски, рекреативни, и поради потреба од инспирации.

Изградба на инфраструктура и супраструктура – изградба на патната комуникација има универзален развоен карактер. Денес во туризмот овие патишта имаат двојно значаење, од една страна тие се основа за трасирање на современи комуникации, а од друга страна претставуваат атрактивна развојна основа.

Општествена регулатива⁵⁹ - мошне било развиено гостопримството, така што постоела почит кон гостинот, на пример гаранцијата на хотелиерот за сигурност на гостите и нивниот багаж, грижата за собирајот и патиштата. Во XIII век се јавуваат и првите

⁵⁷ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 66. (2)

⁵⁸ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 67. (2)

⁵⁹ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 73. (2)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

прописи кои ги регулираат отворањето и работата на угостителските објекти, како што се: плаќање на трошоците, квалитетот на јадењето и пиењето, начинот на служење гости во баждарени садови и др.

Издавачка дејност - издавање на публикации со содржини кои се блиски до туристичката и се јавуваат во различни форми. Патеписците преземаат патувања кои имаат аналогија со туристичките движења. Исто така се објавуваат итинерери кои наликуваат на програмите што ги составуваат туристичките агенции во современите услови на развој на оваа дејност. Значајно место имаат картите кои ги содржат локациите во определени патувања, што може да се спореди со туристичките карти. Во XIX век издаден е првиот туристички водич.

3.1 ЕКОНОМСКОТО ВЛИЈАНИЕ НА ТУРИЗМОТ

Феноменот туризам, кој под ова име се појавува дури во средината на XIX век, го прати севкупниот развоен пат на човекот.⁶⁰

Терминот „туризам“ најнапред се јавува во англиската анегдотска литература, за потоа да се јави во француската патописна литература, а во вистинското негово значање е употребен пред околу 150 години, за во средината на XIX век да биде во општа употреба. За поимот туризам се употребуваат повеќе изрази како што се „промет со луѓе“, „промет со странци“, „прифаќање на странци и туристи“, „активен туризам“, „рецептивен туризам“ итн. И во странската и во домашната литература не ретко се споменува и тврди дека туризмот е стар колку и историјата на човековото постоење и дека денешниот современ туризам е резултат на неговиот многувековен постапен развој, како потреба на човекот од патување, менување на средината, одмор, запознавање на луѓе и култури итн. Периодот после XIX век е период на туризам не само на богатата класа на луѓе, туку туризам на поголемиот дел на човечкиот род.

⁶⁰ Крстаноски М., *Туристичко право*, Охрид, 2005, стр. 3.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Туризмот има економски, социјални, културни, политички и еколошки влијанија во туристичките дестинации што може да биде позитивно или негативно влијаније. Економските ефекти од туризмот главно се детерминирани од следниве фактори:⁶¹

- Атрактивноста на туристичката дестинација;
- Големината и интензитетот на туристичкиот промет (физичкиот, но главно финансискиот);
- Нивото на економската развиеност на дестинацијата;
- Големината и квалитетот на материјалната база на туризмот во дестинацијата;
- Степенот на рецикулација на туристичката потрошувачка во дестинацијата и
- Степенот со кој дестинацијата се прилагодила на сезоналноста на туристичката побарувачка.

Туристичката потрошувачка претставува генератор на економските ефекти од туризмот. Нејзиното влијание зависи од бројот на домашните и странските посетители, приходите од таа основа, инвестициите и различните мултипликатори во конкретно дефинирано подрачје.⁶²

Туристичката потрошувачка може да биде потрошувачка поврзана со трошењето од страна на туристите, одделни компании и организации или со туристичките инвестиции. Потрошувачката може да биде: директна, индиректна или индуцирана, па такви можат да бидат и ефектите врз економијата.⁶³

Директните ефекти се најтранспарентни, тие се првостепени и се однесуваат на директните даватели на туристички услуги.

Индиректните ефекти се поврзани со интерсекторската размена, односно со набавките на туристичкиот сектор од другите сектори со цел да ги обезбеди своите инпути.

⁶¹ Vanhove N., *The Economics of tourism destinations*, ELSEVIER, Oxford, 2005, pg. 170.

⁶² McIntosh, R.W. , *Tourism. Principles, Practices, Philosophies*. 7th eds. John Wiley&Sons, New York, 1995, pg. 310.

⁶³ Vellas F. and Becherel, L., *International Tourism*, Macmilan Busines, London, 1995, pg. 231.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Индицираните ефекти се јавуваат преку порастот на приходите од економските активности, како и заради резултатот на иницијалните промени во финалната потрошувачка и рециркулирање на зголемениот приход во локалната и/или националната економија.

Кога станува збор за економското значаење на туризмот, се мисли главно на директните и индиректните ефекти од туристичката потрошувачка во рамките на одделни економски категории. Најчесто споменуваните економски варијабли ги вклучуваат: генерирањето на приходот, креирањето на вработувања, прилив на девизи, приходи по основи на даноци и такси, социјални придобивки, туристичкиот мултипликатор, како и многу други реални и претпоставени придобивки.

Негативните економски ефекти од туризмот, најчесто се однесуваат на ефектите врз цените, инфлацијата, опортунитетните трошоци, дезекономиите што се јавуваат како резултат на социо-културните последици и потенцијалните еколошки деградирања, сезоналноста во работењето и слично.

Општествено - економските услови се карактеризираат со динамичниот научен и технолошки развој. Периодот на индустријализација подразбира вклучување на голем број работници во производствениот процес. Се овозможува економска и социјална сигурност која иницира зголемена и различна потрошувачка. Во овој период се создаваат услови за користење на подолг фонд на слободно време, со што се воведува годишниот одмор како едно од работничките права.

Југозападниот плански регион е еден од помалку развиените региони во државата согласно придонесот во вкупниот бруто-домашен производ на национално ниво, износот на БДП по глава жител и самата одлука за класификација на планските региони според степенот на развиеност за периодот од 2013 до 2017 година. Имено, согласно податоците од Државниот завод за статистика за 2011 година, Југозападниот плански регион учествува во структурата на националниот БДП со 7,8 %, или износ од 35 942,00 милиони денари.⁶⁴

⁶⁴ <http://www.southwestregion.mk/> Програма за развој на Југозападниот плански регион 2015-2019, стр. 8.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

1. Фактори на туризмот

Факторите претставуваат влијанија кои ги определуваат квантитативните и квалитативните карактеристики на туристичкиот феномен.

Туристичките фактори претставуваат условна категорија кои овозможуваат оваа дејност да се појави и развие.

Факторите кои го условуваат туризмот треба да се проучат поради тоа што врз база на нивното теориско толкување можеме да ја осмислиме туристичката активност во целина.

Факторите на туризмот можат да се диференцираат врз база на следниве критериуми:⁶⁵

- Значањето на улогата што ја имаат;
- Делувањето во врска со средиштето на туристичката дејност;
- Зависност можноста да влијае на индивидуата;
- Просторна големина на влијанието;
- Трајноста на делување;
- Пазарните услови и
- Сфера на делување во туристичката дејност.

Факторите на туристичкиот развој се делат на :

- Фактори на побарувачката
- Посреднички фактори
- Фактори на понудата.

⁶⁵ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 103. (2)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Кај факторите на побарувачката спаѓат објективни и субјективни фактори.

Во објективните фактори спаѓат:

- Индустрijализација,
- Урбанизација,
- Приходи,
- Слободно време и тн.

Субјективни фактори се:

- Традиција,
- Културни навики
- Престиж
- Мода и тн.

Фактори на понудата се делат на:

- Атрактивни,
- Комуникативни и
- Рецептивни.

Економската развиеност како фактор, овозможува да се обезбедат соодветни комуникации и комуникациски средства. На тој начин се овозможува поврзување на туристичките места со емитивниот простор. Економскиот развој претставува фактор кој овозможува создавање на материјални претпоставки за одвивање на туристичката активност. Економскиот развој условува туристичката искористеност да биде на повисоко ниво што од својата страна придонесува за рационален туристички развој.

Финансиските средства како фактор се клучни бидејќи без нив туристите нема да можат да вршат никаква туристичка активност и се главниот фактор што овозможува развој

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

на туризмот. Овие финансиски средства се сметаат за слободни средства што можат да се користат за семејни, но и индивидуални потреби.

Фондот на овие средства зависи од:⁶⁶

- Националниот доход;
- Семејниот буџет и личните примања;
- Висината и насоченоста на потрошувачката.

Националниот доход како фактор - висината на овој доход упатува на можностите на населението на една земја да се вклучи во туристичката активност. Ако е повисок националниот доход на една земја може да се очекува дека и слободните средства, односно средствата за туристичката намена ќе бидат повисоки.

Семејниот буџет и личните примања како фактор - овие средства се важни бидејќи одлуките за преземање на туристичка активност се носат во рамките на семејството.

Висината и насоченоста на семејната и личната потрошувачка како фактор во голема мерка ја определуваат висината на финансиските средства за туристичка намена. Овој буџет има значајно место во определување на должината на туристичкото движење во просторна и временска смисла, правецот на движење и видот на туристичката активност.

Работниот потенцијал како фактор. Активноста на населението, го покажува работниот потенцијал на земјата. Неискористениот работен потенцијал, односно категоријата невработени претставува значаен извор на понуда на трудот.⁶⁷

Имајќи предвид дека повеќе од 50 % од невработеното население е на млада возраст, постои можност за квалитативно прилагодување на постоечката понуда на работна сила на актуелната побарувачка. Понудата на работниот потенцијал може да се зголеми со увоз на работната сила, со зголемување на стапката на активност или со реструктурирање на

⁶⁶ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр.144. (2)

⁶⁷ Ацковска М., *Туризмот е економскиот развој на Република Македонија*, Скопје, 2009, стр. 165.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

постојаната вработеност. Ако се разгледа сето ова од економски аспект може да се каже дека најприфатливо решение е ангажирање на слободната работна сила.⁶⁸

Работењето во туристичкиот сектор има и свои проблематики како што се: плати пониски од националниот просек, нестандартно работно време, изложеноста на надворешни ризици, кои што придонесуваат за слаба мотивација на вработениот во работниот процес.

Табела бр. 1 Бројот на угостителски објекти

	Број на угостителски објекти
Дебар	52
Дебрца	8
Кичево	148
Македонски Брод	33
Охрид	188
Струга	205
Центар Жупа	8
Вевчани	9
Пласница	5

3.2 АНАЛИЗА НА ТУРИСТИЧКАТА ПОТРОШУВАЧКА И ТУРИСТИЧКИОТ ПРОИЗВОД

⁶⁸ Ацковска М., *оп. цит.*, стр. 166.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Туризмот покажува значајни директни и индиректни влијанија врз вкупниот економско-финансискиот развој. Директно и индиректно, тој учествува со околу 10 – 12 % во вкупниот светски бруто - национален производ.⁶⁹

Туризмот претставува област на стопанисување во која се вклучени различни економски дејности и гранки. Овие дејности се насочени кон обезбедување на услуги кои ќе им овозможат на туристите да ја задоволуваат туристичката потреба. Во нив се вбројуваат:

- Туристичкото посредување,
- Туристичкото угостителство,
- Туристичкиот сообраќај,
- Туристичката трговија,
- Туристичкото занаетчиство и
- Комуналните дејности.

Туризмот врши влијание на дејности, установи и занимања кои се директно вклучени во овозможувањето на задоволување на туристичките потреби. Тоа се угостителските стопански субјекти, трговијата, банките, осигурителните институции, здравството, спортските институции, културните и забавните институции, издавачките куќи, агенциите за обезбедување и адвокатските канцеларии, националните паркови и нивните резервати, плажите за разубавување и слично.

Како економски функции на туризмот треба да се издвојат следниве⁷⁰:

- Мултипликативна;
- Индуктивна;
- Конверзивна;
- Развој на стопански недоволно развиени подрачја;
- Влијание на туризмот врз платниот биланс на земјата;
- Унапредување на меѓународната економска размена и

⁶⁹ WTTC: World Tourism Report.(www.wttc.org)

⁷⁰ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 237. (2)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Влијание на вработеноста на населението.

Туризмот во Северна Македонија во последниве години е во развој и бележи пораст од речиси 140 %. Тој ја промовира нашата земја како интересна туристичка дестинација на Балканот и со тоа се буди интересот кај многу странски туристи од многу земји во светот. Бројот на туристи во Северна Македонија се зголемува од година во година и со брзо темпо. Просечното зголемување на бројот на туристи на годишно ниво е 15 %, додека кај домашните туристи има зголемување од 10,8%, а кај странските туристи зголемувањето е 23 %. Овие податоци сугерираат дека во нашата земја е воспоставен нов пристап кон туристичките активности, чија цел е максимален придонес кон целокупниот економски развој на земјата. Ова не значи ништо повеќе од спроведување на концептот на економско планирање и профилирање на конкурентско туристичко производство.

3.3 ВЛИЈАНИЕТО НА ТУРИЗМОТ ВРЗ МАКРОЕКОНОМСКИТЕ ИНДИКАТОРИ

Туризмот има влијание во создањето на националниот производ и доход на тој начин што ги стимулира производството на добра и услуги во дејностите на туристичкиот сектор и во областите на материјалното производство од националната економија што го снабдуваат туристичкото стопанство.⁷¹

Еден од макроекономските показатели е вработувањето. Со економскиот раст на туристичкиот сектор, се отвараат нови работни места во овој сектор, а ова навистина позитивно влијае на намалувањето на невработеноста на земјата. Ова исто така можеме да претставиме преку следнава табела.

Табела бр. 2 Вработеност по дејности, по години

⁷¹ Ацковска М., *оп. цит.*, стр. 90.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Години	Вработеност на Објекти за сместување и сервисни дејности со храна	Вработеност во вкупно дејности во РСМ	% учество во вработеност на објекти за сместување и сервисни дејности со храна на вкупно
2015	21468	519031	4.14%
2016	23050	534200	4.31%
2017	23073	548681	4.20%
2018	23198	567230	4.08%
2019	28334	621821	4.55%

Според горната табела, која го претставува вработувањето по активности, по години можеме да заклучиме дека вработувањето во објекти за сместување и угостителство во Северна Македонија во 2019 година кое изнесувало 28334 било повисоко во однос на 2015 година каде се бележи помала вработеност. Од оваа табела исто така може да се забележи дека бројот на вработени во сместувачките капацитети и угостителските објекти од 2015 до 2019 година постојано се зголемува. Во однос на вкупниот број на вработени во сите активности во земјата, 2019 година е најуспешна година со 621821 вработен, а најмал број се бележи во 2015 година со 519031.

Од процентуалното учество на вработеноста во објектите за сместување и угостителство во вкупната вработеност во нашата земја имаме најголема застапеност во 2019 година додека најмала во 2015 година.

Графикон бр. 1 Вработеност на Објекти за сместување и сервисни дејности со храна

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**



Графикон бр. 2 Вработеност во вкупно дејности во РСМ



**Графикон бр. 3 % учество во вработеност на објекти за сместување и сервисни
дејности со храна на вкупно вработеност во РСМ**

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Во графиконот е прикажан трендот на учество во вработеноста каде со испрекинати линии се прикажува линеарниот тренд, додека со целосната линија реалниот процент. Оттука може да се забележи дека најголема разлика се бележи во 2019 година, додека другите вредности се многу блиску до линеарниот тренд.

Неодамна, туризмот е претставен како една од главните индустрии во економијата, вклучувајќи многу сектори како што се транспорт, угостителство, сместување и сл.

Секоја земја во светот настојува да има најразвиен туризам и да оствари што повеќе финансиски средства, полнежќи го државниот буџет, но исто така и овозможувајќи економски раст и подобрување на животниот стандард. Сите земји сакаат бројот на посетители да биде што поголем и да има поголем економски обрт.

Во Република Северна Македонија, економските параметри што влијаат врз туризмот се: бруто-домашниот производ што овозможува мерење на придонесот на туризмот во економските активности во земјата, вработување во туристичкиот сектор што влијае на намалување на невработеноста во земјата, како и приходи од туристички услуги кои влијаат на платниот биланс. Треба да се преземат сериозни мерки и разни активности

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

за промовирање на нашата земја како туристичка атракција што вреди да се посети и да се потроши слободното време како и финансиските средства.

Секоја земја има интерес да го развие туризмот во својата земја и на тој начин да влијае врз микро и макроекономскиот аспект.

Од микроекономски аспект, туризмот има големо влијание. Влијае врз подобрувањето на квалитетот на работата во индустриите преку искористување на ресурсите потребни за голема конкурентност како и врз искористувањето на економиите од обем преку поставување на најразлични олеснувања прилагодени на меѓународните стандарди за понудата и побарувачката во туризмот.

Во однос на макроекономските ефекти, туризмот се смета како алатка за подобрување на извозната побарувачка за стоки и услуги со што овозможува влез на девизи во земјата, поголеми можности за вработување, придонесува за отплата на долгови во странски земји, за зголемување на националниот доход, итн.

Туристичката индустрија се смета за економски ресурс за раст и развој, за промоција на глобалната заедница, за меѓународно разбирање и мир, за подобрување на животниот стандард, за стимулирање на локалната трговија и индустрија, за зајакнување и зачувувањето на наследството и традицијата.⁶⁰

Туризмот во економијата е голем помагател во економскиот развој, во државното, регионалното и општествено планирање и е неопходно да се спроведе посебна стратегија што ќе влијае на креирање на општа економска политика.

Во 2008 година, Македонија ја усвои „Националната стратегија за туризам Развој 2009 - 2013“, која беше подготвена со главна визија: до 2013 година Македонија да стане позната дестинација за патувања и туризам во Европа заснована врз културно и природно наследство.⁷² Таквиот концепт ја наметнува потребата да се претстави нова економска политика, каде туризмот нема да се третира како автономен сектор, туку како составен дел на економијата како целина. Речиси е невозможно да се отстрани терминот „паразит“ што се применува за туризмот во Северна Македонија, сè додека целокупната

⁷² Влада на Република Македонија, *Национална стратегија за развој на туризмот 2009 - 2013*, Скопје, 2009 година, стр. 3.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

економска структура не стане соодветна на потребите и барањата на меѓународниот туристички пазар.

Предвидувањата во врска со туризмот во Северна Македонија се многубројни. До 2021 година се очекува директениот придонес на туризмот во Бруто-домашниот производ (БДП) да достигне 1,6 %, носејќи приходи од 170 милиони евра според постојаните цени од 2011 година. Со тоа вкупниот придонес на туризмот во БДП ќе се зголеми на 6,0 %, а извозот на посетителите се очекува да генерира приход од 76 милиони евра (5,1 % од вкупниот извоз). Инвестициите во туризмот се предвидува да достигнат ниво од 76 милиони евра, што претставува 2,8 % од вкупните инвестиции.⁶¹

Анализата на економското влијание вклучува проток на расходи генерирани од туристички активности во даден регион со цел да се идентификуваат промените во продажбата, даночните приходи и приходите од работа. Применети се различни методи од кои позначајни се: проучување на трошоците на посетителите, анализа на секундарни податоци, модели на економска основа, модели на приход - расход и трошоци. За економскиот развој може да се каже дека е една од процедурите на човечкиот развој и овој развој го менува начинот и квалитетот на животот во земјата, што значи дека со економскиот развој, квалитетот на животот се зголемува и ова се зема како главна цел на овој развој и се мери преку различни индикатори:

- Индикатори за компатибилност на вредноста - динамика и брзина на растот на вкупниот БДП, производство, стапка на раст на БДП, стапка на заштеда и индекс на инвестиции итн.
- Природни индикатори - нивото на промена на инфраструктурата, нивото на помош при изградба на станови, училишта, нивото на биолошка исхрана на населението итн.
- Социјални индикатори - исхрана, здравје, ниво на образование, социјално осигурување, услови за работа, домување, вработување итн.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Табела бр. 3 Објекти за сместување и сервисни дејности со храна

	2015	2016	2017	2018	2019
	15001-16000	15001-16000	15001-16000	15001-16000	15001-16000
Објекти за сместување и сервисни дејности со храна	10	18	78	60	75

Табела бр. 4 Компоненти на БДП по сектори и оддели на НКД Рев.2, по години⁷³

	Тековни цени (во милиони денари)		
	2015	2016	2017
	Бруто вредност	Бруто вредност	Бруто вредност
Туристички агенции, организатори на патувања (гуроператори) и останати резервациски услуги како и дејностите поврзани со нив	4 044	3 834	4 45
Објекти за сместување и сервисни дејности со храна	17 451	20 336	22 039
- Воден транспорт	135	164	182
Рибарство и аквакултура	322	282	320
Објекти за сместување	4 893	6 191	7 338
Спортски, забавни и рекреативни дејности	1 662	1 932	2 689

⁷³ <http://makstat.stat.gov.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во оваа табела многу јасно може да се види дека во БДП на Северна Македонија од сите дејности најголема сума придонесува секторот Објекти за сместување и угостителство, додека помала вредност може да се забележи за водениот транспорт. Според годините може да се забележи дека од 2015 до 2017 година имаме зголемување во сите дејности. Според годините, сето ова може да се види и од овие графикони:

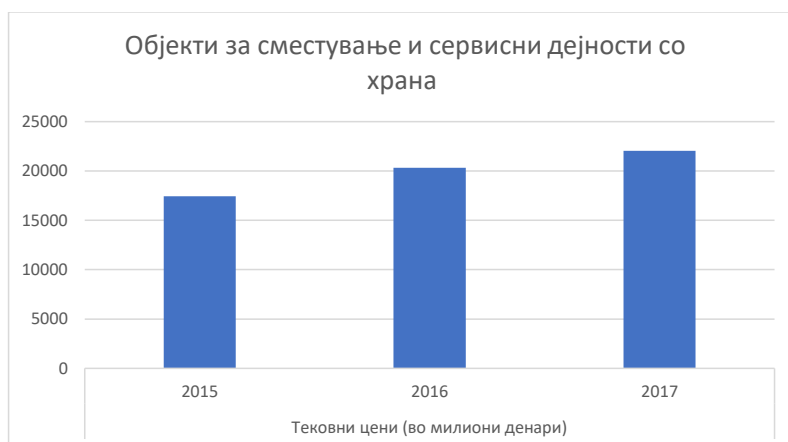
Графикон бр. 4 БДП на туристичките агенции, организатори на патувања и останати резервациски услуги



Од овој графикон каде што се претставува БДП на туристичките агенции, организатори на патувања и останати резервациски услуги како и дејностите поврзани со нив за три години и тоа 2017, 2016, и 2015, може да се види дека БДП во 2015 е поголема од другите две години и тоа има голем раст од 2017. Сето ова може да се опише и спротивно, дека 2017 не е многу успешна и има паѓање на БДП во споредба на претходните години 2016 и 2015 година.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Графикон бр. 5 БДП од објекти за сместување и сервисни дејности со храна



Во овој втор графикон е претставен БДП од објекти за сместување и сервисни дејности со исхрана. Според графиконот може да се види дека во 2017 имаме раст на БДП за разлика од претходните години како што се 2016 и 2015.

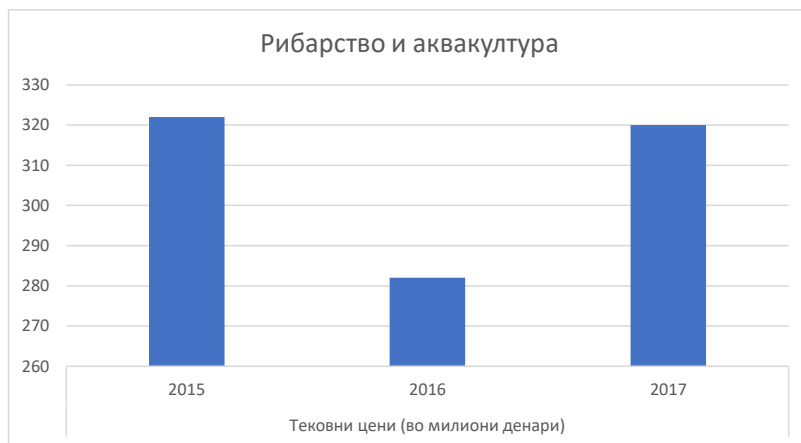
Графикон бр. 6 БДП од воден транспорт



ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

За третиот графикон може да се каже дека исто така имаме раст на БДП во 2017 година, иако растот не е многу поголем за разлика од претходните години.

Графикон бр.7 БДП од Рибарство и аквакултура



БДП од рибарството и аквакултурата е поголем во 2015 година. Во овој графикон е интересно дека во 2016 година има драстично паѓање на БДП што се обновил во 2017 година.

Графикон бр. 8 БДП од објекти за сместување

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



За БДП од објектите за сместување од графикот што е направен за 2015, 2016, 2017 година може да се виде дека имаме постепен раст за да дојде до 7338 (цифра во милион денари).

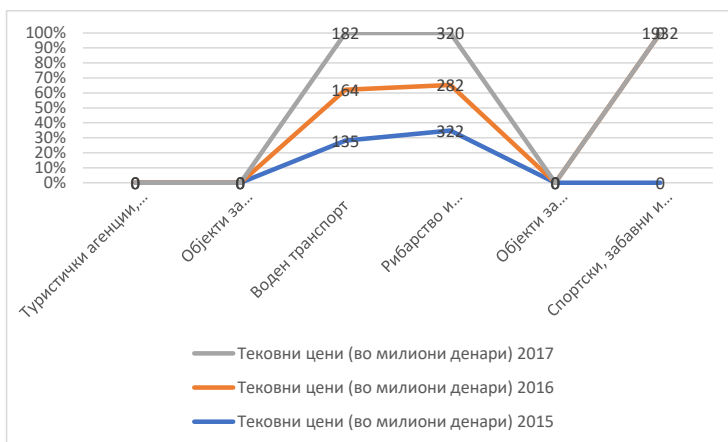
Графикон бр. 9 БДП од спортски, забавни и рекреативни дејности



За БДП од спортски, забавни и рекреативни дејности се гледа дека сумата во 2017 година е поголема од другите две години и може да се каже дека исто така имаме и раст во економијата на 2017 година.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Графикон бр. 10 тренд линија на сите туристички дејности по години



Од овој графикон се гледа дека речиси сите дејности имаат раст на БДП за 2017 година и може да се каже дека оваа година е поуспешна за економијата.

Табела бр. 5 Бруто вредност на туристички дејности

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

	Тековни цени (во милиони денари)	
	2018	2019
	Бруто вредност	Бруто вредност
Туристички агенции, организатори на патувања (туроператори) и останати резервациски услуги како и дејностите поврзани со нив	4 044	3 834
Објекти за сместување и сервисни дејности со храна	17 451	20 336
Воден транспорт	135	164
Рибарство и аквакултура	322	282
Објекти за сместување	4 893	6 191
Спортски, забавни и рекреативни дејности	1 662	1 932

Според прикажаните податоци за двете години 2018 и 2019 година, за вредностите означени како бруто вредност може да се забележи дека за некои активности имаме раст на БДП, а за некои намалување.

Туристички агенции, организатори на патувања (туроператори) и останати резервациски услуги како и дејностите поврзани со нив - во оваа дејност имаме намалување на БДП од 210 милиони денари или приближно 5 %.

Објекти за сместување и угостителски објекти - во оваа дејност имаме зголемување на БДП од 2885 милиони денари или 14 %.

Воден транспорт - и во оваа дејност исто така имаме зголемување во 2018 година во однос на 2019 година и тоа од 29 милиони денари или околу 18 %.

Рибарство и аквакултура - Во оваа дејност во 2018 година во однос на 2019 година имаме намалување на БДП и тоа од 40 милиони денари или околу 12 %.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Објекти за сместување - Во 2018 година имаме 4893 милиони денари БДП, а во 2019 година имаме зголемување од 1298 милиони денари или 21%. Од ова произлегува дека имаме мал број на објекти за сместување.

Спортски, забавни и рекреативни дејности – БДП на оваа дејност од 2018 година до 2019 година има пораст од 270 милиони денари или пресметано во проценти 14 %.

3.4 АНАЛИЗА НА ЕКОНОМСКИТЕ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН

Економско-финансиските ефекти од развојот на туризмот на југозападниот плански регион се многу значајни, а овие зависат и од пропагандата што треба да се направи за атрактивноста на овој регион од нашата држава.

Пропагандната активност се применува уште многу одамна во периодот на Римската империја и од тогаш го прати развојот на цивилизацијата.⁷⁴

Пропагандата вклучува „Организирано ширење на идеи, начела и доктрини со помош на вистински или лажни аргументи заради придобивање на поединци или групи на луѓе кои ќе бидат носители на тие идеи“.⁷⁵

Дефиницијата на пропагандата укажува дека секоја пропаганда не е позитивна т.е прогресивна, туку таа може да предизвика уназадување и несакани ефекти ако врз луѓето

⁷⁴ Симонческа Л., *Промотивни активности во туризмос*, Охрид, 2015, стр. 60.

⁷⁵ Sudar J. i Keller G., *Promocija*, Zagreb, 1991, str. 61.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

се дејствува со невестинити аргументи.⁷⁶ Таа е определена од три основни елементи: предмет, метод и цел на комуницирање. Постојат различни видови на пропагандна активност. Имаме економска и некономска пропаганда.

Економската пропаганда ги вклучува пропагандните активности кои се применуваат во сферата на економските односи, додека поимот некономска пропаганда се однесува на оние пропагандни активности кои се преземаат во подрачјата вон стопанството.

Економската пропаганда претставува најмногу и најчесто користен облик на комуникација на претпријатијата со своите постојни и потенцијални купувачи. Во неа се вклучени дејности кои со помош на визуелни и комбинирани пораки ги информираат потрошувачите за одредени производи или услуги и влијаат врз нив слободно да ги одберат и да ги купат тие производи (или да ги користат услугите) со што би започнала, би се зголемила или би се продолжила продажбата на производите и услугите, а работењето би било поуспешно.⁷⁷

Основни карактеристики на економската пропаганда се:

- Тоа е облик на масовно и посредно комуницирање;
- Неа ја плаќа пропагаторот и затоа тој е заинтересиран за ефектите остварени од вложените средства за економската пропаганда;
- Основна цел на економската пропаганда е влијание врз продажбата;
- Пропагандните активности по својот домен, содржина и квалитет се под целосна контрола на пропагаторот.

Содржината на економската пропаганда многу често се означува со изразите реклама или публицитет. Публицитетот за разлика од економската пропаганда е неплатен облик на јавно известување за некој производ, претпријатие, место или личност.

⁷⁶ Симонческа Л., *оп. цит.*, стр. 61.

⁷⁷ Sudar J.i Keller G., *op. cit.*, str. , 60.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Рекламата е облик на претерано, невинско и наметливо изразување на квалитетот на производ или услугата независно дали тој реално постои или не, со цел да се оствари што побрза продажба на некурентен производ/услуга.⁷⁸

Табела бр. 6 Број на туристи и ноќевања

	VI 2019	VI 2020	VI 2020 ----- VI 2019	I-VI 2019	I-VI 2020	I-VI 2020 ----- I-VI 2019
Број на туристи						
Вкупно	119 334	5 210	4.4	450 862	127 286	28.2
Домашни	30 022	3 347	11.1	138 604	48 739	35.2
Странски	89 312	1 863	2.1	312 258	78 547	25.2
Број на ноќевања						
Вкупно	264 821	14 179	5.4	943 607	270 379	28.7
Домашни	78 559	7 805	9.9	330 838	118 799	35.9
Странски	186 262	6 374	3.4	612 769	151 580	24.7

⁷⁸ Симонческа Л., *оп. цит.*, стр. 64.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Во горната табела спореден е бројот на странски и домашни туристи за 2019 и 2020 година и тоа во месец јуни, како и во периодот јануари до јуни, каде е прикажан бројот на домашни туристи и на странски туристи. Најголем број на домашни туристи имаме во јуни 2020 година од 11,1 %. Исто така, во периодот од јануари до јуни 2019 има поголем број на домашни туристи.

Во оваа табела може да се види разликата помеѓу бројот на домашни и странски туристи во периодот 2019 и 2020 година. Оваа табела не одговара на временскиот период анализиран во овој труд, туку го опфаќа временскиот интервал од 2015 до 2019 година, бидејќи поради состојбата со пандемијата КОВИД - 19 не беше соодветно да се анализира и да се забележи како течел трендот на странски туристи кои ја посетиле нашата земја, како и на домашните туристи. Табелата јасно покажува дека имаме драстично намалување на вкупниот број на туристи во 2020 година и дека пандемијата има големо влијание врз овој број. Земени се 2019 и 2020 година, но временскиот период е квартален од јануари до јуни, а особено јуни 2019 и 2020 година каде гледаме голема промена на состојбата на туристите во земјата. Сето ова намалување на бројот на туристи се одрази и врз економијата на земјата, каде имаме намалување на економските придобивки од туристичкиот сектор, намалувајќи го бројот на вработени како резултат на затворањето на фирмите, но и во финансиските придобивки што ги има Северна Македонија од туризмот.

Табела бр. 7 Број на туристи и ноќевања по видови туристички места и по видови објекти за сместување, јуни 2020 година

	Туристи			Ноќевања		
	вкупно	Домашни	странски	вкупно	домашни	Странски
Вкупно	5 210	3 347	1 863	14 179	7 805	6 374
Вид на туристичко место						
Скопје	1 036	454	582	2 536	1 246	1 290
Бањски места	215	168	47	2 125	918	1 207
Планински места	892	565	327	1 976	1 020	956
Езерски места	1 177	1 044	133	2 574	2 168	406

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Други места	1 890	1 116	774	4 968	2 453	2 515
Вид на сместувачки објекти						
Hotели – вкупно	4 051	2 393	1 658	9 738	5 261	4 477
Hotели*****	585	433	152	1 136	791	345
Hotели****	2 047	1 008	1 039	4 884	2 154	2 730
Hotели***	1 082	659	423	2 443	1 155	1 288
Hotели**	240	197	43	987	874	113
Hotели*	97	96	1	288	287	1
Мотели	114	47	67	709	199	510
Туристички апартмани	66	27	39	166	73	93
Преноќишта	307	293	14	595	567	28
Бањски лекувалишта	112	72	40	1 618	468	1 150
Планински домови и куќи	7	5	2	17	15	2
Работнички одморалишта	95	95	-	156	156	-
Кампови	177	158	19	268	248	20
Куќи, станови за одмор и соби за издавање - вкупно	182	177	5	488	472	16
Некатегоризирани објекти за сместување	99	80	19	424	346	78

3.4.1 Функции на економската пропаганда

На економската пропаганда можат да се издвојат следниве нејзини критични комуникациски функции:⁷⁹

- **Информирање** - пропагандните активности ја информираат јавноста за присуството на производот односно услугата на пазарот. Економската пропаганда ги информира потрошувачите за користа која производот т.е. услугата ја има за потрошувачите со што го детерминира начинот на нивното однесување во процесот на купување.

⁷⁹ Симонческа Л., *оп. цит.*, стр. 65.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- **Убедување** - основна задача на пропагандата е умешно креираната пропагандна порака да ги убеди потрошувачите, а особено потенцијалните купувачи да се одлучат за купување на производот или користење на услугата која се промовира. Оваа функција има директен придонес за придобивање на потенцијалните потрошувачи.
- **Потсетување** - економската пропаганда ги потсетува потрошувачите за присуството и карактеристиките на производот т.е. услугата на пазарот. Оваа функција има посебно значење во фазата кога односниот производ достигнал зрелост во својот животен циклус.
- **Ја зголемува вредноста на производот т.е. услугата** - секоја ефикасна економска пропаганда му додава на производот или услугата т.н. додатна вредност. Големината на додатната вредност на пропагандирано производ (услуга) зависи првенствено од индивидуалните карактеристики и перцептивните способности на потрошувачите на тој вид производ односно услуга.

Економската пропаганда со своите функции е предмет на теоретски полемики во поглед на нејзината општествена оправданост. Добро смислената и организирана економска пропаганда мора да ги исполни следниве принципи:⁸⁰

- **Принцип на вистиност** - според кој пропагандните активности треба да ги изразуваат вистинските карактеристики и квалитет на производот/услугата и да бидат лојални кон конкуренцијата.
- **Принцип на привлечност** - изразен низ начинот на техничката обработка на пораката што ќе го привлече вниманието на купувачите. Таа треба да биде креирана и обликувана така што да не биде наметлива, туку интересна и разбирлива за купувачите.
- **Принцип на економичност** - со кој се бара економска оправданост на вложувања во економската пропаганда. Вложувањата во пропагандната кампања треба да влијаат врз резултатите од работењето, а особено на обемот на продажба, барем до таа мерка да можат самите себе да се покриваат.

⁸⁰ Jaoski B., i Miladinovski S., *Marketing i upravuvanje so marketingot*, Ohrid, 1996, str. 233.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Видовите на туристичката пропаганда се групират според:⁸¹

- Носителите на пропагандните активности.
- Просторна опфатеност на туристичката пропаганда.
- Пазарна насоченост на пропагандата.
- Содржина на туристичката пропаганда.

Општата туристичка пропаганда ја вршат државните или општествените органи и организации и претставува значаен инструмент во водењето на економската и туристичката политика што тие ја водат.

Развиени се голем број формули и модели во теоријата за пропагандното дејство. Се делат на две општи групи : модели на делување на пропагандната порака според принципот стимуланс – реакција, и модели на делување на пропагандната порака според принципот на хиерархијата на ефектите.

Најстар модел и најпознат е AIDA моделот. Името AIDA претставува скратеница составена од почетните букви на англиските зборови:

A - Attention (внимание)

I- Interest (интерес)

D- Desire (желба)

A- Action (акција)

Развиена е формула за ефикасност на пропагандната порака:⁸²

$$E_{fp} = DP * KP * OP * ST$$

E_{fp} - е ефикасност на пораката

DP - е домет на пораката

⁸¹ Симонческа Л., *оп. цит.*, стр. 115.

⁸² Симонческа Л., *оп. цит.*, стр. 122.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

КР - е квалитетот на пораката

ОР - се особини на примателите

ST - е состојба во која се испраќа пораката „општествената, стопанската и политичката“.

Ова формула, навидум лесна и едноставна за оценување на успешноста на пропагандната порака, содржи многу тешкотии во одредувањето на нејзините поединечни елементи.

Според предавателот на пораката, средствата на туристичката пропаганда се групират :

- Графички средства
- Проекциони средства
- Огласни средства
- Манифестациони средства
- Аранжмански средства
- Сувенирски средства
- Контактни средства
- Амблемски средства.

Една важна пропаганда за развојот на туризмот во програмата за туристичката понуда на нашата држава од областа на културниот и руралниот туризам е и промоцијата на трасата Виа Игнација. Овој е пат што поминувал низ нашата земја. Тоа е одбележен пат кој ќе биде пристапен за туристите и би се организирале рекреативни тури кои би имале културно -историска содржина.

3.4.2 Сегментација на туристичкиот пазар

За туристичкиот пазар може да се каже дека претставува „изразит пазар на купувачи“ кои во туристичките движења се вклучуваат поттикнати од најразлични

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

сопствени потреби, мотиви, желби и интереси.⁸³ Пазарната сегментација е постапка на поделба, разединување или групирање на вкупниот туристички пазар на помали, хомогени целини наречени пазарни сегменти.

Целта на сегментирање на туристите како потрошувачи е носителите на туристичката понуда да ги истражуваат и анализираат особините на членовите во сегментот и начинот на нивното однесување на пазарот, нивните реакции на маркетиншките напори и врз основа на добиените сознанија да избираат целни пазари кон кои ќе ги насочаат своите активности.

Постојат повеќе позитивни ефекти кои сегментацијата на туристичкиот пазар ги создава, а тие се сведуваат на следниве придобивки:⁸⁴

- Сегментацијата овозможува поефикасно користење на средствата и напорите на претпријатието насочени кон избраниот целен пазар отколку ако се делува на пазарот во целина;
- Со неа подобро се осознаваат потребите на потрошувачите;
- Подобро се запознаваат стратегијата и постапките на конкуренцијата.

За да се остварат овие придобивки сегментацијата треба да ги исполнува овие критериуми:⁸⁵

- Мерливост на податоците кои треба да се добијат со сегментирање на потрошувачите, а кои се однесуваат на квантитативни показатели и информации потребни за истражувања на карактеристиките и однесувањето на целните потрошувачи.
- Достапност на сегментот за носителите на туристичката понуда, односно колку тие можат да допрат до потенцијалните туристи кои припаѓаат на избраниот сегмент и да ги опслужат нив со своите маркетиншки акции.

⁸³ Симонческа Ј., *оп. цит.*, стр. 105.

⁸⁴ Bovee C.L., Arens V.F., *Contemporary Advertising*, Irwin Homewood, 1989, pg., 163.

⁸⁵ Kotler Ph., Keller L.K., Martinovic M., *Upravljanje marketingom*, MATE, Zagreb, 2014, str. 330.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Релевантност на сегментирање, преку избор на сегмент кој со својата опфатност ќе ги оправда направените трошоци и ќе овозможи успешно, профитабилно работење на претпријатијето.
- Трајност на сегментот е критериум кој се однесува на времето на егзистирање на избраните сегменти. Овој критериум има релативен карактер со оглед дека некои сегменти постојат краток временски период.

Во теоријата се среќаваат поголем број варијабли врз чија основа се врши сегментирање на туристичките потрошувачи, класифицирани од различни аспекти. Вообичаено е нивното групирање во следниве четири групи.⁸⁶

1. Географски варијабли како што се градови, региони, народи, држави и
2. Демографски варијабли на сегментирање кои се присутни во сегментирањето на пазарот како во досегашната пракса на маркетингот така и во денешни услови. Во литературата се издиференцирани девет категории туристи според овој критериум, презентирани во следниов приказ:⁸⁷
 - Самец, млад, живее самостојно
 - Млад брачен пар без деца
 - Млад брачен пар со мали деца, барем едно помало од 6 години
 - Родители со постари деца
 - Родители на деца тинејџери
 - Постар брачен пар без деца, во работен однос
 - Брачен пар во пензија;
 - Вдовец(вдовица) , самец во работен однос;
 - Вдовец(вдовица), самец во пензија.
3. Психографски варијабли кои се однесуваат на општествениот слој, животниот стил и личните карактеристики на туристите, нивните ставови, мотиви и преференци.
4. Однесување на потрошувачите како критериум за сегментација ги опфаќа: знаењето и ставовите на туристите за производот т.е услугата, нивото на користење на

⁸⁶ Сенечик Ј., Вуконик Б., стр. 71 – 74.

⁸⁷ Mitchell D, and Marchant L, *Is Attitude Segmentation in the Holiday Market a Reliable Predictor of Future Behavior*, Esomar, Seminar Stresa, 1977, pg. 113.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

производот, лојалноста кон услугата и нејзиниот производител - хотелите, рестораните, авионските компании како и фазата на спремност на потенцијалните туристи да го купуваат производот т.е да ја користат услугата.

Commented [T1]:

Користејќи ги како варијабли фреквенцијата на патување, приходот, самосвеста и ставот на туристите за патувањето, тие ги групирале туристите и потенцијалните туристи во следниве сегменти.⁸⁸

1. Современи патници – овој сегмент го сочинуваат чести, имотно добро ситуирани и независни патници кои се очекува да ги иницираат новите трендови во туризмот.
2. Традиционални патници кои ги застапуваат традиционалните вредности, а се карактеризираат со ограниченост на време и пари. Тука се вбројуват :
 - Играчи на сигурно кои се туристи со работничко потекло, со средна до постара возраст и
 - Туристите наречени приврзаници за татковината.

Табела бр. 8 Просечно исплатена нето-плата по вработен, по сектори на дејност

	Објекти за сместување и сервисни дејности со храна
2019 (1)	17 659
2018(1)	17 694
2017(1)	15 860
2016(1)	15 543
2015(1)	15 31

⁸⁸ Симонческа Л., *оп. цит.*, стр. 108.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Туризмот е важен сектор и има големо значење во економијата на нашата земја. Анализата на пазарниот систем ги испитува слабите перформанси на ниво на туризам и открива системски ограничувања. Придонесот на туризмот во БДП исто така ги вклучува и поврзаните активности кои ги користат туристите и кои играат важна улога во економијата на земјата како извор на приход и вработување. Туризмот како растечка индустрија со горенаведените придонеси, исто така, страда од голем број ограничувања, како што се недостаток на инфраструктура, недостаток на информации за пазарот, слаба грижа за клиентите, недостаток на стандарди, слаб маркетинг и туристички производ кој честопати не ги исполнува очекувањата на клиентите. Туризмот е комплекс со широк спектар на вредности кој вклучува неколку сектори кои меѓусебно се поврзани преку снабдување, разни дејности, транспорт, итн. Подобрувањата што треба да се направат во туристичкиот сектор ќе имаат големо влијание врз многу други индустрии кои имаат допирна точка со туристите во Северна Македонија.

Подобрувањето на туристичкиот сектор исто така ќе поттикне позитивни промени и ќе создаде нови работни места како резултат на растот на бизнисот:

- Интервенции кои се однесуваат на недостаток на информации за пазарот.
- Интервенции кои ја подобруваат услугата на туристичките водичи во земјата.
- Интервенции кои се однесуваат на недостаток на онлајн достапност и онлајн промоција на туристичките бизниси.
- Интервенции кои ќе овозможат поразновиден и пораспространет туристички производ, кој подобро ќе ги искористува потенцијалите на Северна Македонија.
- Туризмот нуди широк спектар на професионални можности, особено за жени и млади. Во Република Северна Македонија, најголем број на невработени се претежно жени и млади, каде најважен сектор за вработување е туризмот.
 - Во однос на жените, може да се каже дека имаат значајно влијание врз општеството и како менаџери и како работници и покажаа високи резултати во бизнисот и претставуваат работна сила и во туристичкиот сектор.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Младите во Република Северна Македонија се вклучени во сите области на туризмот на различни позиции како што се: гостопримство, сместување, услуги за храна и пијалоци, транспорт итн. Туризмот за младите нуди големи можности за вработување, во некои случаи и само сезонско вработување.

Главните пазарни системи се исто така структурирани и вклучуваат многу активности за да создадат задоволувачко искуство за туристите и да генерираат повеќе приходи и вработувања за локалното население и локалните бизниси.

Синцирот на вредности за туризам е составен од:

- Информации
- Сместување и ресторани
- Транспорт и инфраструктура,
- Активности
- Сувенири.

Информации и планирање - е поврзано со добивање на информации во онлајн форма преку промотивни и информативни веб-страници или преку лични контакти, за резервации и сместување, превоз, активности итн. Ова може да се направи на повеќе начини како: преку онлајн оператори, туристички агенции или индивидуална туристичка организација, итн. Од истражувањето што е направено може да се заклучи дека онлајн резервацијата е најраспространета и влијае на туризмот во југозападниот плански регион. Во 2020 година, овој вид резервација се применува многу почесто отколку во претходните години. Поради состојбата со пандемијата на вирусот достапноста на онлајн резервации имаше позитивен ефект, бидејќи туристите можеа добро да се информираат за различните туристички понуди и за мерките што треба да се спроведат во туристичкиот сектор.

Транспорт и инфраструктура - патувањето во Северна Македонија вклучува воздушно патување преку скопскиот и охридскиот аеродром „Св. Апостол Павле“, кој се наоѓа во регионот на Југо - Запад и носи многу придобивки за туризмот во овој регион. Транспортните компании и такси услугите се вклучени во обезбедување на патни услуги за домашни и странски туристи и соработуваат со тур-операторите и хотелите. Патната

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

инфраструктура е доведена во прашање во последниов период, но вреди да се напомене дека има и некои недостатоци како што се слаб квалитет на патиштата, недостаток на пешачки патеки, паркинзи, осветлување на јавни простори итн.

Активности - југозападниот плански дел како атрактивен туристички регион во нашата земја нуди можности и услови за различни видови туризам како што се рурален туризам, спортски, природен туризам, езерски туризам итн. Туристичките понуди имаат потреба од подобрувања за да се сметаат за единствени или засновани врз специфични и традиционални вредности. Сите овие треба да бидат распределени со цел да се справат со сезонските предизвици и да привлечат туристи во различни периоди од годината и подолго време да ги задржат во нашата земја.

Ракотворби и сувенири – ракотворбите се уште една атракција што е оживеана во нашата земја. Овој сектор, исто така, има посебно значење и потенцијал за синцирот на вредности во туризмот и придонесува за економскиот развој на земјата. Различни проекти во овој потсектор помогнаа да се одржи традицијата во живот.

3.4.3 Онлајн промоции

Онлајн промоцијата е маркетинг на производи и услуги преку интернет каде се обединуваат различни интернет аспекти и техники, вклучувајќи дизајн, развој и продажба. Повеќето компании во денешно време користат онлајн промоција, затоа што преку оваа промоција тие стануваат повидливи и истовремено ги намалуваат вкупните трошоци за маркетинг.

Во Македонија, онлајн промоцијата е исто така поврзана со недостаток на инфраструктура, вештини и свесност за вредноста на оваа услуга. Бизнисите кои промовираат туризам во нивните области треба да имаат онлајн пристап до веб - страница која има база на податоци за повеќето туристички бизниси.

Оваа форма на промоција на туристички производи е многу поскапа и поквалитетна во споредба со другите форми, каде што туристот може да биде информиран во секое време

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

и каде било за туризмот во целост, за туристички атракции, за разни туристички производи и многу полесно може да одлучи која ќе биде неговата туристичка дестинација.

Кај нас овој вид промоција се користи и навистина покажува добри резултати и привлекува голем број странски туристи кои се информирани за најатрактивните земји и се љубопитни да ја посетат Северна Македонија и да го поминат својот одмор тука.

3.4.4 Личната продажба во туризмот

Развојот на туристичките производи и промоцијата на нови производи се важни за развојот на сите туристички бизниси во дестинациите во Северна Македонија. Побарувачката за туристички производи во 2020 година не беше толку голема колку што требаше да биде. За промовирање на поголем развој и дистрибуција на понудата во туристичкиот сектор неопходно е: подобрување на патувањата, создавање дополнителни услуги, организирање на повеќе слободни активности за посетителите, високо квалитетно сместување, подобрување на услугата во продавниците и рестораните и сл.

Развивањето на туристичкиот производ е од посебно значење и за личната продажба во туризмот. Оваа продажба има големо значање за туризмот, бидејќи се остварува преку личен контакт на продавачите и купувачите преку шалтерот во туристичката агенција, преку рецепцијата во хотелот, преку превозниците и преку многу други форми на директно комуницирање на туристичкиот работник со туристите и потенцијалните туристи.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Туристичкиот производ е збир на опипливи и неоипливи елементи и вредности што не може видливо да се претстави на пазарот.⁸⁹

Основни активности на личната продажба во туризмот се:

- Анализа на туристичкиот пазар.
- Изнаоѓање на нови потенцијални туристи.
- Комуницирање со потенцијалните туристи.
- Прибирање на информации од туристичкиот пазар.
- Советување на потенцијалните туристи.
- Развивање на продажбата односно зголемување на бројот на туристите.
- Одржување на постигнатиот обем на продажба.
- Создавање нов асортиман на туристичка понуда и друго.

IV ЕКОНОМСКАТА БЕЗБЕДНОСТ ВО ФУНКЦИЈА НА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

4.1 ПОИМ НА ЕКОНОМСКА БЕЗБЕНОСТ

Безбедноста во најтесна смисла на зборот се дефинира како отсуство на опасност или закана за поединец. Секој човек се стреми кон лична безбедност. Чувството на безбедност е едно од најважните човечки чувства за негов реален, физички и ментален развој и напредокот во средината во која работи и создава. Во секојдневниот живот човекот се стреми кон безбедност која демократското општество се обидува да ја зачува и гарантира со изнаоѓање на реални и законски средства и механизми. Безбедноста е „непотресеност“ од надворешни настани и „безгрижност“ во смисла на целосен душевен мир.

Во политичка смисла, безбедноста значи состојба на траен мир и просперитет во земјата, лишена од каква било закана. Од когнитивно-теоретска гледна точка, безбедноста, за разлика од сигурноста, означува крај на какво било сомневање во познатото и укинување

⁸⁹ Симонческа Л., *оп. цит.*, стр. 204.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

на причинителите кои го создаваат сомнежот. Зборот безбедност во англискиот јазик ги опфаќа поимите safety i security. Хрватскиот јазик не користи различни изрази што одделуваат аспекти на безбедноста во врска со државата, политичките и социјалните односи од другите аспекти на отсуството на опасност. Безбедноста се дефинира како состојба на баланс помеѓу конструктивни и деструктивни сили, кај кои не доаѓа до нарушување и деградација на еколошкиот состав, цивилизациските остварувања на заедницата, човекот и неговите вредности, или не го надминуваат опсегот на нивниот развој.

Постојат повеќе поделби на безбедноста. Како прво, безбедноста можеме да ја анализираме како општа и посебна, потоа од позиција на индивидуална и колективна потреба и како национална и меѓународна безбедност. Различни фактори ја загрозуваат безбедноста. Ги делиме на општи и посебни, и надворешни и внатрешни. Најчеста закана за безбедноста е криминалот, кој е присутен во сите области на човековата активност и на сите нивоа на општеството. Правната и социјалната држава е должна да ги штити слободата и безбедноста на своите граѓани, како и на оние кои се на територијата на државата (Јаворовиќ, 1997). Хорјан и Шуперина ја истакнуваат важноста на слободата цитирајќи го Анжел (2011) кој вели дека слободата и безбедноста поврзана со неа се добри само по себе, но не се стекнати само од себе. Доколку општеството сака да ги заштити безбедноста и слободата, потребно е да спроведе превентивни мерки кои би спречиле безбедносни закани, да дејствува проактивно во борба против криминалот и да дејствува репресивно доколку се наруши безбедноста.

Луѓето отсекогаш патувале, а патувањата ретко биле целосно безбедни, без оглед на периодот и превозните средства. Уште во времето на античка Грција, за време на Олимписките игри, грчките полиси ги прекинувале сите војни, додека високиот степен на ризик придонесувал за намален број на патувања во средниот век (Попеску, 2011).

Проблемот со безбедноста никогаш не бил поважен од денес, не само за заедницата, туку и за туризмот имајќи предвид дека безбедноста е основна потреба во сите сфери на човековата активност, вклучувајќи го и туризмот. Како таква, безбедноста е важен фактор при донесување одлука за избор на дестинација. Во времето во кое живееме, посебно внимание се посветува на заштитата на човековите права и слободи и животот во услови на

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

целосна безбедност. Затоа, можеме да заклучиме дека безбедноста е суштинска точка при изборот на дестинација.

Дестинациите и другите засегнати страни во туристичкиот сектор сакаат безбедно да привлечат што повеќе посетители. Безбедноста во туризмот, која првенствено се однесува на личната безбедност на поединецот и неговиот имот, исто така вклучува и безбедноста на услугите на потрошувачите. Korstanje (2017) го преиспитува концептот на безбедност нагласувајќи како секоја култура, држава или кој било друг вид на човечка и социјална организација развива свој концепт за тоа што е безбедно и што е опасно. На пример, граѓаните на САД го сметаат тероризмот за една од најголемите закани во нејзината историја, а Аргентинците се очајно загрижени за локалниот криминал што ја поддржува тезата дека стравовите се разликуваат во различни култури. Во основа, ако несигурноста надмине одреден степен на прифатливост, туристот ќе одлучи да се врати дома. Хиперглобализираниот е многу чувствителен на многу ризици. Туристичката индустрија почива на два спротивставени инстинкти. Од една страна, едно лице е мотивирано да истражува нови места (туристичка потреба), а од друга страна има вродена потреба поврзана со чувството на безбедност што му е потребна на поединецот за да се чувствува удобно. Безбедност исто така се поврзува со перцепцијата на патниците за веројатноста за несреќа при патување. Намалувањето на несигурноста е потпомогнато од информациите и присуството на полицијата, што укажува на тоа дека локалните власти прават сè што е во нивна моќ да ги заштитат патниците од потенцијални безбедносни закани.

Влијанието на безбедноста врз туризмот

Туризмот е безусловно поврзан со концептот на безбедност. Однесувањето на туристите и изборот на дестинација за патување, е под влијание на перцепцијата на системите за безбедност и управување со ризици. Туристичката индустрија покажа висок степен на ранливост на промените во глобалното безбедносно опкружување.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Мирот и безбедноста се основни услови за нормален развој на дестинација, регион и земја и ги претставуваат основните компоненти на растот. Без овие услови, дестинацијата не е конкурентна на пазарот, дури и ако има најдобра маркетинг кампања и најатрактивни природни и други ресурси. Неспорен е фактот дека во последните две децении безбедноста во туризмот доби поголемо внимание. Промените во светот во последните две децении се многу големи. Поради терористички напади, војни, природни катастрофи, епидемии и пандемии, безбедноста опадна. Ако погледнеме во историски книги, ќе забележиме дека вакви настани отсекогаш биле дел од секојдневниот живот.

Проблемот со безбедноста во туризмот излезе на површина со еволуцијата на масовниот туризам во раните 50-ти години на минатиот век. Главните причини за зголемената важност на безбедноста во туризмот по појавата на масовниот туризам се:

1. Патувањето и туризмот веќе не се достапни само за повисока класа, туку стануваат достапни и за средната класа. Причината за ова е зголемувањето на личните примања и повеќе слободно време на работниците во развиените земји.
2. Туризмот се развива во многу земји низ светот. До тогаш, само високоразвиените земји беа вклучени во туризмот, а подоцна им се придружија таканаречените земји од третиот свет. За нив, туризмот станува дел од нивната стратегија за економски развој.
3. Брзиот развој на транспортот (пред сè авионската индустрија) придонесува за раст на географската мобилност.

Научниците кои истражуваат безбедност во туризмот ја третираат безбедноста како дел од туристичката понуда. Безбедноста во туризмот е комплексен проблем, кој содржи многу компоненти; политичка безбедност, јавна безбедност, здравствена безбедност, правна заштита, заштита на потрошувачите, безбедност во комуникација, итн. Научниците кои ја истражуваат безбедноста на туризмот се соочуваат со различни предизвици :

1. Безбедносни прашања иницирани преку интернет.
2. Безбедност наспроти човекови права и слободи.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

3. Последици од неделивоста на безбедносните прашања во глобалниот свет.

И покрај сите можни мерки, дестинацијата никогаш не може да биде 100% безбедна и туристичката индустрија мора да работи на спроведување на заштитни мерки. Проблемите наведени од разни автори не се од неодамна, тие секогаш беа присутни, само што сега им се посветува многу поголемо внимание. Поради многу повеќе информации во ерата на интернет, овие проблеми изгледаат поблиски од кога било. Туристичката индустрија не може да ги избегне негативните влијанија и последици од ваквите настани. Криминалните и насилните дела се случуваат секоја минута, секој ден, низ дестинациите ширум светот. Во минатото, безбедноста во туризмот беше поврзана со локален криминал и грабеж, што не е единствениот случај денес. Откако тероризмот стана голема закана за туристичката индустрија, паралелно порасна и бројот на истражување на ризици и безбедносни мерки во туризмот. Познати се три типа на безбедносни инциденти кои ѝ штетат на туристичката индустрија:

1. Криминал: кражба, грабеж, силување, убиство, пиратерија и киднапирање. Овој вид на инцидент се јавува во различни форми: криминал на локалното население против туристи, криминал на туристи против локално население, криминал на туристи против туристи и организиран криминал против туристички компании.
2. Тероризам кој може да биде домашен, меѓународен и транснационален тероризам. Тероризмот се манифестира преку три можни сценарија: тероризам насочен кон цивили, вклучувајќи и туристи во тоа време, тероризам насочен кон економски цели директно поврзани со туризмот и тероризам насочен кон тероризам.
3. Војна и граѓанска / политичка нестабилност. Војните имаат влијание врз туристичката побарувачка на земјите во кои се одвива, соседните земји и глобалните трендови во туризмот. Војните имаат најголемо и најдолго влијание врз побарувачката на туризам.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

4.2 БЕЗБЕДНОСНИ ПРЕДУСЛОВИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

Безбедноста е клучна за успехот во туризмот. Факт е дека Европејците посветуваат сè поголемо внимание на безбедноста на нивните дестинации при патувања и дека сè повеќе се загрижени за можноста од терористички напад и тоа е главен фактор за избор на туристичка дестинација. Во исто време, Германците и Австријците остануваат најчувствителни на „ризикот од напад“ при изборот на дестинација за одмор.

Светот станува опасно место без оглед каде се наоѓаме, а туристите сè повеќе стануваат свесни за тоа. Безбедноста е една од клучните ставки во обезбедувањето квалитет во туризмот. Повеќе од која било друга индустрија, успехот или неуспехот на туристичкиот сектор зависи од тоа колку дестинацијата е во состојба да обезбеди безбедна средина за своите посетители.

4.2.1 Медиумска слика за туристичка дестинација

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Медиумите во голема мера придонесуваат за чувството на (не) безбедност на одредена дестинација. Според една неодамнешна студија во туристичката индустрија, перцепциите на туристите за безбедноста и медицинските ризици се под влијание на медиумското покривање на големи инциденти. Проблемот е во тоа што оваа 24 - часовна зависност од медиумите ја разгорува колективната хистерија. Со оглед на тоа што медиумите се натпреваруваат кој прв ќе објави какви вести и чија ќе биде побомбастична, дури и помали инциденти често се преувеличуваат, така што медиумската слика за накоја дестинација може да изгледа многу понеизвесна отколку што навистина е дестинацијата. И таквиот впечаток е штетен за туризмот. Од друга страна, поради постојаните нови закани, некои стари опасности се занемаруваат. Додека од маркетиншка перспектива никој нема намера да ги нагласи опасностите.

И постои таа нова закана дека она што не го гледаме може да биде уште поопасно од она што го гледаме. Во 21 век, гледањето не значи нужно верување. Денес, многу од најголемите закани за туризмот не доаѓаат од физичкиот свет, туку од сајбер светот. Туризмот е зависен од компјутерите. Компјутерите контролираат сè, од плаќања до сместување, од резервации на летови до возен ред на автобуси, од собна услуга до трансакции со билети. И покрај ова, повеќето туристички центри немаат план Б во случај на поголем сајбер - терористички напад.

Снабдувањето со храна и енергија е поранливо отколку што повеќето од нас сакаат да веруваат. Многу луѓе немаат идеја каде се произведува храната, кој ја произведува, или како тече синџирот на снабдување од фармата до продавницата. Таквата рамнодушност создава нова закана.

Во многу случаи, експертите за безбедност во туризмот се недоволно обучени, недоволно платени и потценети. Голем дел од полициските оддели сè уште немаат дури ни еден службеник посветен единствено на безбедноста во туризмот. Како резултат на сето тоа, над милијарда туристи ширум светот честопати имаат мала заштита. Прашањето што професионалните туристи треба постојано да си го поставуваат е: „Колку штета ќе ми направи негативниот наслов на весникот?“

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во меѓувреме, терористите стануваат попаметни. Тероризмот го менува своето лице и привлекува повеќе образовани луѓе, а многу од нив имаат вештини во различни дисциплини, вклучувајќи употреба на социјални медиуми, маркетинг, компјутер и слично.

4.2.2 Зголемување на бројот на туристи

Со оглед на тоа што изборот на туристичка дестинација сè повеќе се заснова на информации за безбедноста и безбедносната состојба, заснована врз меѓународна пракса, системот за безбедносно планирање во туризмот вклучува прилагодување кон новите безбедносни предизвици со користење на нови информатички и комуникациски технологии кои доаѓаат од безбедносното опкружување.

4.3 БЕЗБЕДНОСНИ ПРОБЛЕМИ ВО ТУРИСТИЧКИТЕ ПОДРАЧЈА ОД ИМОТЕН КАРАКТЕР

Туризмот е под голем притисок од војните, политичката нестабилност, меѓународните конфликти и тероризмот. Тој зависи од меѓународната политика, стабилноста и мирот, а од нив исто така зависи и неговиот развој.

Безбедноста во туристичкиот сектор зависи од управувањето со кризи, кое раководството се фокусира на стратегиите за справување со дневните настани. Без соодветна дестинација, управувањето со кризи ќе се соочи со предизвиците за воспоставување позитивна слика за туризмот.

Социјалните и политичките немири ќе резултираат со откажување на резервациите и промени.

Некои од најчестите варијабли што се користат за проценка на безбедносните инциденти на макро ниво на дестинацијата се:

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Пристигнувањето на туристите во целост.
- Сегментација на туристичко пристигнување.
- Општи туристички фактури.
- Времетраење на услугата.
- Животен циклус на дестинација.

4.4 ВЛИЈАНИЕ ВРЗ ТУРИСТИЧКАТА ИНДУСТРИЈА

Влијанието на безбедносните инциденти врз туристичкиот сектор е големо. Безбедносните инциденти влијаат на секторот туризам, но исто така и на секторот економија. Сите туристи се заинтересирани и имаат за цел да ја минимизираат штетата што доаѓа од промена на безбедносната состојба на одредена дестинација. Најчестите варијабли што се користат за карактеризирање на однесувањето во туристичкиот сектор се:

- Евакуација на туристите од страна на тур-оператори.
- Вклучување на дестинацијата во турнеи и брошури на операторите.
- Паричен прилив.
- Профитабилност.
- Проекција на сликата за дестинацијата преку турнеа.

Како резултат на безбедносните инциденти во туристичките дестинации е намалувањето на туристичките достигнувања.

Со зголемувањето на бројот на терористички напади врз туристички дестинации ширум светот стана познато дека треба да се развијат ефективни механизми за да им се овозможи на државите да дејствуваат брзо и ефикасно во случај на избувнување на ненадејни безбедносни кризи.

Туризмот е поврзан со концептот на безбедност. Однесување на туристите, и следствено на тоа изборот на дестинацијата за патувања, е под влијание на перцепциите на безбедноста и системите за управување со ризици. Туристичкиот сектор покажа висок степен на ранливост на промените во глобалното безбедносно опкружување. Мирот и безбедноста се основните услови во развојот на туризмот.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Поради терористички напади, војни, природни катастрофи, епидемии и пандемии, безбедноста опадна.

Безбедноста во туризмот е комплексен проблем, кој содржи многу компоненти како што се: политичка безбедност, јавно здравје, правна заштита, заштита на потрошувачите, безбедност во комуникацијата итн.

Безбедноста, како еден важен фактор во туризмот ја претставува заштита на туристите.

Собраните податоци ширум светот ги покажуваат влијанијата на безбедносните инциденти врз туризмот.

Шесте групи на инциденти се:

1. Влијание врз дестинацијата. Кога се случува туристичка криза во некоја дестинација, една од првите реакции на локалната самоуправа е проценка на штета. Потребна е проценка за да се преземат потребните мерки за ублажување на причинетата штета.
2. Влијание врз туристичката реакција. Во повеќето случаи, безбедносните кризи влијаат врз перцепцијата на туристите и тоа се манифестира во нивните одлуки при изборот на дестинација. Туристичките реакции вклучуваат откажувања на патувања и избегнување патување до дестинација погодена од една криза.
3. Влијание врз туристичката индустрија. Безбедносните кризи влијаат и на тур-операторите. Заинтересираните страни во туристичкиот сектор треба да се справат со намалената побарувачка и профит.
4. Влијание врз локалните власти. Во многу земји, туризмот придонесува за економијата и развојот. Оттука и безбедносните инциденти го одразуваат не само туризмот на еден регион, туку и целата нејзина економија. Колку е поголема зависноста на економијата од туризмот, толку е поголемо и влијанието. Оттука и државата по инцидентот спроведува различни мерки за враќање на позитивната слика за туристичката дестинација.
5. Влијание врз силата на издавачките пазари. На потенцијалното однесување на туристите влијаат и изјавите за ризик доставени од нивните влади. Многу туристи се потпираат на владините известувања затоа што тие самите не се во можност да го проценат ризикот на одредената дестинација.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

6. Однесување на медиумите. Безбедносните кризи се интересни за медиумите затоа што носат многу читатели. Затоа, по безбедносна закана, медиумите објавуваат голема количина вести и анализи поврзани со инцидентот. Потенцијалните туристи оттука собираат информации за безбедносната состојба на назначената дестинација.

Ризикот во туризмот може да се подели во четири категории:

1. Апсолутен ризик
2. Тековен ризик
3. Посакуван ризик
4. Согледуван ризик

4.5 Безбедносни проблеми со елементи на нарушувања на јавниот ред и мир

Економската моќ отсекогаш била една од компонентите на целокупната моќ на државата. Поради оваа причина, економските прашања почнаа да добиваат сè поголемо внимание при обликувањето на политиката за национална безбедност за да се обезбедат услови за ширење на капиталистичките активности.

Видовите инциденти се поделени во четири категории, вклучително:

- Војна.
- Тероризам.
- Инциденти поврзани со криминални активности (убиство, силување, киднапирање, кражба, итн.) и
- Граѓански немири (немири, востанија, удари, насилни демонстрации).

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Првиот сет на концепти ги вклучува мотивите, целите и сериозноста на безбедносните инциденти. Главните мотиви се политички, социјални, економски, религиозни итн. Мотивите на нападот се да се добие медиумско внимание, непријателство кон туристите и уништување на економијата на одредена област.

Нападот би можел да биде насочен и кон разни туристички и хотелски капацитети, транспортните средства што ги користат туристите и јавноста, како и приватни институции кои обезбедуваат разни видови услуги за туристите. Инцидентите се однесуваат на степенот на штета што може да го имаат инцидентите врз животот на луѓето, материјалната штета на приватните и јавните туристички објекти и општата штета на сите туристи и на недвижнините.

Вториот сет на концепти се однесува на ефектите што ги имаат безбедносните инциденти и кризи во погодената дестинација, кон однесувањето на туристите, туристичката индустрија, владата на земјата домаќин и владите на земјите од каде доаѓаат туристите и однесувањето на медиумите.

Некои од реакциите вклучуваат индивидуални и групни активности на засегнатите страни со цел да спречат идни инциденти и да се намали негативното влијание на постојните. Исто така се користат техники и методи за управување со кризи.

Општеството за да може да се одржи и развива потребно е да ја гарантира безбедноста на граѓаните.⁹⁰ Општествената заедница сè повеќе издвојува време, пари и човечки ресурси за создавање на безбедна средина во која граѓаните ќе можат слободно да се движат, работат без страв од повреди, закани, штети за себе, за семејството и за другите. Покрај криминалот и стравот од криминал, како еден од основните загрозувачи на безбедноста во заедницата се смета и нарушувањето на јавниот ред и мир.⁹¹ Затоа постојано се работи на создавање на нови концепти (модел) на полицијата, за одржување и за спречување на нарушување на јавниот ред и мир, концепти кои ќе избегнуваат примена на овластувања и употреба на сила, а превентивните мерки ќе бидат „главна грижа“ на заедницата.

⁹⁰ <https://fb.uklo.edu.mk/wp-content/uploads/2020/07/Bezbednosn-menadhment-Andonovski-Goran.pdf..ctp>. 97.

⁹¹ Стефановска В. и Гогов Б., *Улогата на заедницата и на полицијата во превенција на криминалитетот: состојби во градот Скопје*, Факултет за безбедност – Скопје, Ван Гог, Скопје, 2015, стр. 42.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Поимот јавен ред и мир претставува воспоставување на хармонична состојба после војни, нереди, побун и самоволие во едно општество, а во потесна смисла мирот означува релативно хармоничен и цивилизиран однос на пријателство помеѓу луѓето во едно општество.

Може да се заклучи дека насилствата се засновани на следните елементи:⁹²

1. Личност
2. Средина и
3. Одредена конфликтна ситуација.

Причини за нарушување на јавниот ред и мир

Може да се каже дека има многу причини за нарушување на јавниот ред и мир и сите овие морат да се третираат од државата.

Општествената нееднаквост – е причина за дестабилизирање на општата безбедносна состојба која дејствува до загрозување на јавниот ред и мир.

Распределбата на природните ресурси е фактор за нарушување на јавниот ред и мир. Причината најчесто се појавува во неуспехот на државата во правичната распределба на овие ресурси. Ваквата нееднаквост често води до фрустрации и незадоволство кое се манифестира во револт кој може да прерасне во помали или поголеми нарушувања на јавниот ред и мир.

Во политиката се појавуваат одредени прашања кои водат кон судир кој ескалира со нарушување на јавниот ред и мир. Политичките несогласувања и отсуството на одговорност на политичките субјекти може да предизвика демонстрации кои понекогаш може да ја дестабилизираат општата безбедносна состојба

Прифаќањето и поддржувањето на определена политика од страна на приврзаници на опозицијата, често доаѓа до одмерување на силите преку протести и контрапротести кои претставуваат потенцијална опасност од непосредно нарушување на јавниот ред и мир доколку навремено не се преземат определени мерки од страна на полицијата.

⁹² <https://fb.uklo.edu.mk/wp-content/uploads/2020/07/Bezbednosni-menadhment-Andonovski-Goran.pdf.ctp>. 102.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Социјалните фактори се причини за нарушување на јавниот ред и мир. Социјалната состојба на граѓаните, нееднаквоста во користењето на социјалните права може да ја дестабилизираат општествената благосостојба.

Поделбата врз етничка припадност, верската нетрпеливост, различниот јазик, култура и обичаи, често се причини кои ја влошуваат безбедносната состојбата. Толеранцијата може лесно да биде нарушена од страна на разни фактори преку разни форми на делување.

Медиумите често шират информации со кои се создаваат тензии, понекогаш пласираат и непроверени информации кои се достапни на социјалните мрежи и други мас – медиуми, а за кои се претпоставува дека најчесто се изнесени од непознати извори.

Грешки направени во работата на Органите на државната управа, од страна на Министерството за внатрешни работи или нивно непостапување за решавање на некое прашање, проблем или ситуација, може да биде причина за насилни протести.

Посебно внимание заслужуваат и проблемите со јавниот ред и мир што потекнуваат од забавни активности, како што се спортските натпревари, каде најпроблематична е фудбалската публика, кои влијаат во нарушување на јавниот ред и мир.

Заштитата и одржувањето на јавниот ред и мир се остварува преку дејноста на органите на власта, пред сè од страна на Министерството за внатрешни работи.

Прекршок против јавниот ред и мир врши секој кој со своето однесување или постапка го нарушува мирот, работата или вообичаениот начин на живеење ги омаловажува, понижува и навредува граѓаните, на јавно место ја загрозува нивната безбедност или создава несигурност, го оневозможува непреченото движење на граѓаните на јавни места или го нарушува остварувањето на нивните права и обврски, ја попречува работата и извршувањето на надлежностите на државните органи и други институции кои вршат јавни овластувања, или вршењето на дејностите на правните лица или на друг начин го нарушува јавниот ред и мир.⁹³

Член 3 на Законот за прекршоците против јавниот ред под јавно место, се смета местото на кое е слободен пристапот на неопределен број лица без какви и да било услови (улица, училишта, плоштади, патишта, излетнички места, пристаништа, чекални,

⁹³ <https://mvr.gov.mk/> Закон за прекршоците против јавниот ред и мир, Член 2.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

угостителски, трговски и занаетчиски дуќани и слично) или под определени услови (спортски стадиони и игралишта, средства за јавен превоз, кино сали, театарски и концертни сали, изложбени простории, градини и слично), како и други места кои во определено време служат за вакви намени (земјишта или простории во кои се одржуваат јавни собири, приредби, натпревари и слично).

4.6 „Сивата економија“ како безбедносен и економски проблем во туристичките подрачја

Во таа насока, од Здружението алармираат дека на туристичкиот пазар е присутна нелојална конкуренција, која се одразува негативно, како од аспект на ширење на сивата економија преку работа на човек фирми, така и преку нарушување на угледот на земјата како туристичка дестинација преку поплаките што ги добиваат тур-операторите и хотелите од странските гости, особено во шпицот на летната сезона.

„Дополнителен проблем е и работата на некои од туристичките водичи кои работат самостојно на пазарот, директно поврзани со странски гости, како и туристички водичи кои доаѓаат со странските гости и при тоа не се контролирани што и како презентираат“, вели Даниела Михајловска - Василевска од Стопанската комора на Македонија.

Заменик - претседателот на Здружението на угостителството и туризмот, Славе Сирачевски, издвојува неколку спорни точки каде што се чувствува нелојалната конкуренција и каде што има основа за сива економија. Со „сивата економија“ се избегнува плаќањето на давачките спрема Државата. Работата на црно или непријавена работа, и скриените приходи во претпријатијата се најголемите сегменти од сивата економија во Македонија. Таа е најзастапена во градежништвото, услужните дејности, туризмот, а по региони во полошкиот и југозападниот плански дел на земјата.

„Сивата економија“ ја има во сите држави во различни форми, во поразвиените е посоефицицирана, а во понеразвиените, на пример во Северна Македонија се однесува на заработка за преживување.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Најмногу скриена економија, најголем процент на скриена или сива економија има во полошкиот и југозападниот пласнки регион, каде има и најголем број невработени, а од сектори во градежништвото, услужните дејности, туризмот, но и дејности кои се вршат во домовите, како механичари, хаус мајстори, козметичарки...

- Мора да се внимава дека дел од овие работници се во ранливите категории долгорочно невработени, младинска невработеност, или се со ниски приходи поради што не може директно со репресивни мерки да се удри на оваа група на работници, истакна тој.
- Треба, според него, да се зголеми свеста за потребата од плаќање даноци, бидејќи истражувањето покажало оти и оние кои можат да ги платат една петтина не би го направила тоа ако можат.
- Намалените даноци влијаат на зголемувањето на приходите и опфатот на работници што, како што кажав, може да се види од фактот дека по воведувањето на рамниот данок прогресивното намалување на придонеси може да се види од скок на приходите.
- Непријавената работа и скриените приходи во претпријатијата е сериозен проблем. Може да се види и дека невработеноста ги тера луѓето на влез во зоната на сивата економија.

Високите даноци не се причина за неплаќањето. Треба да се промени ставот на граѓаните, но и институциите да не ги гледаат нив како криминалци, туку да им се пристапи пријателски. Во Република Северна Македонија нивото на прибирање даноци е највисоко од кога и да е претходно, тоа значи дека нашата држава е на патот на прогресот.

Според сознанијата на Здружението, спортски клубови, културно - уметнички друштва и други институции сами организираат патувања надвор од државата, што е незаконски и е на директна штета на работата на туристичките агенции.

„На терен работат туристички агенции кои добиле лиценца А, но во текот на работењето ги намалиле дел од условите, реално функционираат како со лиценца Б, а организираат работи како за лиценца А и при тоа никој не ги контролира. Транспортни

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

фирми се јавуваат како организатори на патувања и организираат тури надвор од границите на државата, што е исто така незаконски, а странски тур - оператори сами организираат тури во Македонија, без домашен посредник, не користејќи дури ни туристички водич“, образложуваат од Здружението. Има ситуации кога странски тур-оператори земаат домашни туристички водичи и целокупната организација на престојот е преку водичите. При тоа сè се плаќа во готово и се избегнува плаќањето на давачките. Има и голем број апартаменти во Македонија кои не се евидентирани и кои се издаваат на странски туристи и на тој начин се избегнуваат сите давачки кон државата, додаваат од Здружението.

Се нудат сомнителни услуги. Од Стопанската комора посочуваат дека фирмите членки на Здружението постојано укажуваат дека, пред сè, во најпопуларните летни туристички дестинации (Охрид и Струга), во екот на летната сезона, кога е зголемен бројот на странски гости, се појавуваат човек -агенции кои склучуваат договори со превозници или со туристички агенции. Овие нудат сомнителни услуги на јавни места: шеталишта, кејови, на улица и директно во ресторани и кафетерии, се демонстрира нападно и насилно однесување кон туристите коишто доаѓаат во нашата земја. Човек-агенциите гравитираат на целото охридско-струшко крајбрежје, но најголема е нивната фреквенција во центарот на градот, нагласуваат од Здружението.

Невработеноста и недоволната доверба во власта се дел од неколкуте причини граѓаните да влезат во зоната на сива економија и да прифатат непријавена работа. Постигнат е одреден напредок во изминатите години, но и натаму треба да се работи на зголемување на економскиот раст и довербата во институциите и на намалување на невработеноста. Според анализитите таа зафаќа од 24 до 47 проценти од БДП.

Ова се дел од ставовите на дел од учесниците на Форумот на јавни политики „Справување со скриената економија во Македонија: Користење на најдобрите ЕУ практики за раст и работни места.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

4.7 АНКЕТНО ИСТРАЖУВАЊЕ НА ГРАЃАНИТЕ ВО ТУРИСТИЧКИТЕ ПОДРАЧЈА ЗА БЕЗБЕДНОСНИТЕ ПРОБЛЕМИ ЗА ВРЕМЕ НА ТУРИСТИЧКА СЕЗОНА

Проблемот со безбедноста на граѓаните во туристичките области е главното прашање за зголемување на бројот на туристи во земјата. Според истражувањето спроведено за туристите во југозападниот плански регион на Северна Македонија, добиени се резултатите подолу.

Анкетата се состои од 10 прашања формулирани со варијанти за одговори од кои можеме да утврдиме колку се безбедни туристите во овој регион.

Издадени се 50 прашалници на четири места во овој регион, во градовите Охрид, Струга, Дебар и Кичево и ги имаме следниве резултати.

Во однос на првото прашање, испитаниците биле повеќе жени отколку мажи и тоа може да се види од графиконот претставен во проценти.

Анкетно истражување на граѓаните во туристичките подрачја за безбедносните проблеми за време на туристичката сезона

1. Пол
 - a) Женски
 - b) Машки
2. Возрасна група
 - До 18 години
 - Од 18 до 30 години
 - Од 30 до 50 години
 - Од 50 до 65 години
 - Над 65 години
3. Турист
 - a) Домашен
 - b) Странски
4. Според вас колкаво е нивото на безбедност во местото каде што сте во посета?
 - a) Високо
 - b) Средно
 - c) Ниско

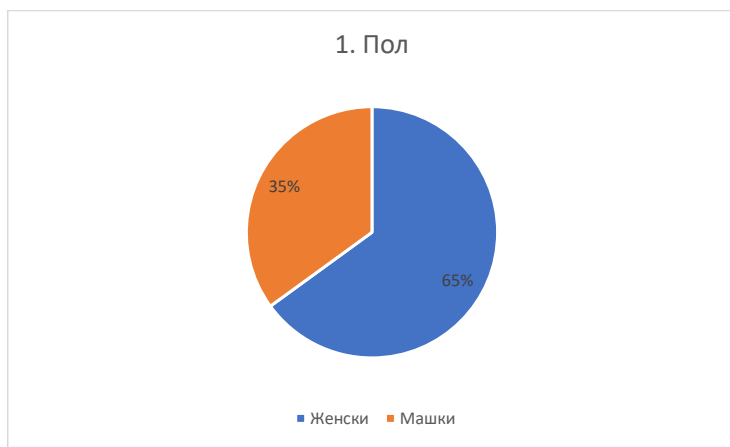
**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

5. Како ја оценувате безбедноста во текот на ноќта во оваа туристичка сезона?
- a) Малку безбедни
 - b) Безбедни
 - c) Небезбедни
6. Како ја оценувате безбедност во текот на денот во оваа туристичка сезона?
- a) Безбедна
 - b) Малку безбедна
 - c) Небезбедна
7. Колку се безбедни плажните капалишта
- a) Безбедни
 - b) Малку безбедни
 - в) Небезбедни
8. На плажите има спасувачи, колку сте задоволни?
- a) Има спасувачи и сум задоволен/на
 - b) Има спасувачи но не сум задоволен/на
 - c) Нема спасувачи
9. Колку се почитуваат безбедносните мерки во врска со COVID-19 во хотелите, рестораните и баровите?
- a) Се почитуваат
 - b) Делумно се почитуваат
 - c) Не се почитуваат
10. Кои проблеми во врска со безбедноста сте ги забележале во текот на оваа туристичка сезона?
- a) Улични кучиња
 - b) Проблеми со дрога
 - c) Проблеми од јавен ред
 - d) Кражби
 - e) Непочитување на мерките против COVID-19
 - f) Други
1. Пол
- c) Женски

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

d) Машки

Графикон бр. 11 Пол на анкетираниите за безбедносните проблеми за време на туристичката сезона



2. Возрасна група

- а) До 18 години
- б) Од 18 до 30 години
- в) Од 30 до 50 години
- г) Од 50 до 65 години
- д) Над 65 години

Графикон бр. 12 Возрасна група на анкетираниите за безбедносните проблеми за време на туристичката сезона

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**



3. Турист

- а) Домашен
- б) Странски

Графикон бр. 13 Туристи анкетирани за безбедносните проблеми за време на туристичката сезона

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



4. Според вас колкаво е нивото на безбедност во местото каде што сте во посета?
- а) Високо
 - б) Средно
 - в) Ниско



5. Како ја оценувате безбедноста во текот на ноќта во оваа туристичка сезона?
- а) Малку безбедни

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- б) Безбедни
- в) Небезбедни

Графикон бр. 14 Безбедноста во текот на ноќта во ова туристичка сезона

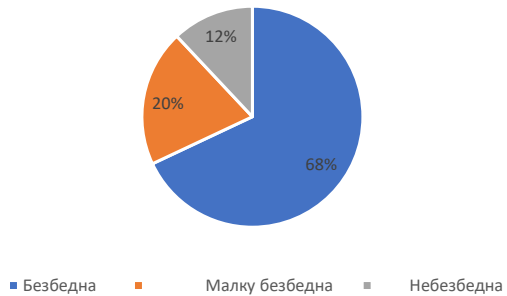


6. Како ја оценувате безбедност во текот на денот во оваа туристичка сезона?
- а) Безбедна
 - б) Малку безбедна
 - в) Небезбедна

Графикон бр. 15 Безбедноста во текот на денот во ова туристичка сезона

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

6. Како ја оценувате безбедноста во текот на денот во оваа туристичка сезона?

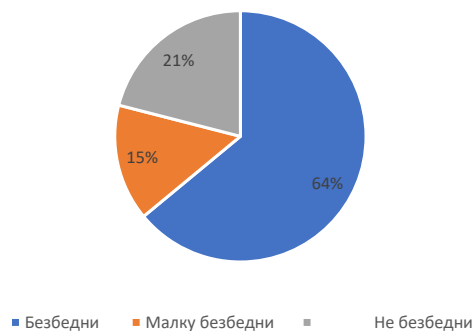


7. Колку се безбедни плажните капашишта

- а) Безбедни
- б) Малку безбедни
- в) Не безбедни

Графикон бр. 16 Безбедноста во плажните капашишта

7. Колку се безбедни плажните капашишта



8. На плажите има спасувачи, колку сте задоволни?

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- а) Има спасувачи и сум задоволен/на
- б) Има спасувачи но не сум задоволен/на
- в) Нема спасувачи

Графикон бр. 17 Задоволството од спасувачите на плажите



9. Колку се почитуваат безбедносните мерки во врска со COVID-19 во хотелите, рестораните и баровите?

- а) Се почитуваат
- б) Делумно се почитуваат
- в) Не се почитуваат

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

**Графикон бр. 18 Безбедносните мерки во врска со Covid 19 во хотелите, рестораните
и баровите**



10. Кои проблеми во врска со безбедноста сте ги забележале во текот на оваа туристичка сезона?

- а) Улични кучиња
- б) Проблеми со дрога
- в) Проблеми од јавен ред
- г) Кражби
- д) Непочитување на мерките против COVID-19
- ѓ) Други

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Графикон бр. 19 Проблемите во врска со безбедноста во текот на туристичка сезона



ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

V. ВАЖНОСТА НА ПРИВАТНИТЕ И ЈАВНИТЕ ИНВЕСТИЦИИ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН НА РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА ВО ТУРИСТИЧКИОТ СЕКТОР

Глобализацијата ја карактеризира сè поголема меѓузависност на светското стопанство, брза комуникација и транспорт, како и сè поголемото и побрзо движење на стоките, услугите и на факторите за производство. Земјите во светот се поврзани во мултидимензионална мрежа на економски, социјални и политички врски.

Во врска со ова, германскиот автор Урлих Бек 8 во своето дело „Што е глобализам“ (Франкфурт, 1998), пишува за осумте типа на глобализација.

- Првиот - според овој автор, е економско-географскиот, што има врска со работењето на транснационалните корпорации, меѓународната трговија и циркулацијата на финансискиот капитал.
- Вториот - е техничката – информатика.
- Трето - јасно е претставен во универзално признати вредности како што се слободи и човекови права и демократија.
- Четврто - се појавува во успешната глобална индустрија за култура.
- Петто – е глобалната полицентрична политика во која работат транснационални актери.
- Шесто - е глобалната сиромаштија.
- Седмо - е глобалното оштетување и уништување на човековата околина и
- Осмо - транскултурен конфликт.

Инвестициите имаат мултипликативно дејство врз растот и доходот, што значи ако се зголемат инвестициите ќе имаме и зголемен национален доход за поголем износ од растот на инвестциите.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Табела бр. 9 Бруто инвестициите во Република Северна Македонија

Години	Бруто инвестиции (тековни цени - мил.ден)	Бруто-домашен производ (тековни цени - мил.ден)	Процентуално учество на бруто инвестиции на бруто- домашниот производ	Индекс база 2015 (бруто инвестиции)
2019	146 078	689425	21,2%	86%
2018	210033	658053	31,9%	123,6%
2017	199481	618106	32,3%	117,4%
2016	193366	594795	32,5%	113,8%
2015	169942	558954	30,4%	100%

Според горната табела за бруто инвестиции во Република Северна Македонија, направена е споредба за 5 години, од 2015 до 2019 година, како и споредба на бруто инвестициите со бруто домашниот производ. Добиените износи се однесуваат на РСМ.

Најголемите инвестиции кај нас се реализирани во 2018 година во износ од 210 033 милиони денари. Додека во 2019 година имаме пад на инвестициите. Во однос на процентот на учество на бруто инвестиции во БДП на земјата, можеме да кажеме дека најголем процент на учество имало во 2016 година и најмал процент на учество имаме во 2019 година. Ако ја земеме 2015 година како основна, 2018 година во споредба со основната година што ја имаме ќе забележиме зголемување од 23,6%, додека во 2019 година имаме помал процент во споредба со 2015 година и тоа од 86%.

Графикон бр. 20 Разликата на бруто инвестиции и БДП

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Графикон бр. 21 процентуално учество на бруто инвестиции на БДП



Графикон бр. 22 Индекс база 2015

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**



Проекцијата за раст на бруто-инвестициите во периодот 2018 - 2020 година изнесува 4,4 % во просек на реална основа. Позитивен придонес врз растот на инвестициите се очекува да имаат планираните инвестиции на јавниот сектор, како и поддршката на инвестициската активност на домашните и странските претпријатија. Враќањето на политичката стабилност во земјата ќе има позитивно влијание врз очекувањата и довербата на економските субјекти, а ќе значи и позитивен сигнал за постојните и потенцијални странски инвеститори. На графиконот 2.8. е прикажан придонесот на бруто - инвестициите во економскиот раст. Во наредниот среднорочен период, извозот на стоки и услуги се очекува да забележи реален раст од околу 8,0 % во просек, со изгледи за одредено интензивирање на растот, во услови на континуирано солидна активност на извозно-ориентираните капацитети, како и очекуван раст на странската побарувачка, особено за производи со повисока додадена вредност, чиј удел во структурата на домашната индустрија се зголемува. Поволни ефекти врз извозот се очекуваат и од предвиденото зголемување на цените на основните метали на среден рок. Проектираниот раст на домашната побарувачка и извозната активност условуваат зголемен увоз на стоки и услуги, кој во овој период се очекува да забележи просечен реален раст од 6,4 %.⁹⁴

⁹⁴ https://www.finance.gov.mk/files/Makedonija_ERP_2018.pdf

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Туризмот вклучува реципрочен комплекс на комплементарни производи и услуги, производствени единици, човечки и физички ресурси кои влијаат врз реализацијата на инвестиции во инфраструктурата и изградбата, со цел да се постигне постојано производство и различна туристичка потрошувачка во земјата домаќин. Реализација на туристичко производство го опфаќа потребниот туристички капитал кој има за цел континуирани инвестиции на економски ресурси, за изградба, одржување и модернизација на голем број на инфраструктурни објекти.

Активноста за инвестициски туризам вклучува материјални добра на кои им е предодредено да обезбедуваат услуги или производствени можности во иднина за подолг временски период.

Важноста на туристичките инвестиции во југозападниот плански регион е голема и за туристичката економија и за економијата во целина бидејќи туристичките капитални добра се средства со кои се зголемува производниот капацитет на туристичката економија и го одредуваат нивото на развој на туризмот во земјата.

Инвестициите во туристичкиот сектор се мешавина од јавни и приватни ресурси, што создава потешкотии при проценка на економските ефекти врз развојот на туризмот и при дизајнирање на соодветна стратегија. Инвестициите во инфраструктурата се од особено значење. Познавањето на нивните квалитети го прави основниот придонес кон подобро планирање и програмирање на развојот на туризмот.

Создавањето мрежа на туристичка инфраструктура го разликува туристичкиот производ, го подобрува потенцијалот за туризмот на земјата или дестинацијата и го промовира процесот на развој на туризмот.

Главните карактеристики на инвестициите во туризмот се:

- Инвестициите во туристичкиот сектор се мешавина од приватни и јавни ресурси. Ова создава потешкотии при проценка на економските влијанија од развојот на туризмот и при дизајнирање на соодветна стратегија за економско програмирање на туристичката активност.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Учеството на јавниот сектор во туризмот вклучува инвестиции и во туристичката инфраструктура и во услугите од јавен интерес. Ова го отежнува проценувањето на рентабилноста на туристичката активност.
- Комплементарноста на туристичките пронајдоци во однос на инвестициите во други сектори на економска активност е одлика што носи одреден степен на потешкотија при утврдувањето инвестиции за туризам и испреплетува голем број сектори на економска активност надвор од туризмот.
- Инвестициите во туризмот го прошируваат производниот капацитет на туристичката економија и во пракса нудат зголемување на производството на туристички добра, како резултат на тоа се и главните носители на економско-финансискиот развој на туризмот.

Индекси на цените на угостителските услуги

Индексот на цените на хотелските услуги (угостителски услуги) во РСМ вклучува индекс на цени за алкохолни пијалоци, безалкохолни пијалоци и ноќевања и ја имаме следната табелата:

Табела бр. 10 Индекси на цените на угостителските услуги

Години	Храна	Алкохолни пијалаци	Безалкохолни пијалаци	Ноќевања
2015	100,6	101,6	100,6	99,0
2016	100,5	99,9	100,5	100,3
2017	100,4	100,0	101,1	101,2
2018	101	100,4	100,9	104,9

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

2019	101,6	102,7	99,5	102
-------------	--------------	--------------	-------------	------------

Податоците се со општа вредност за цела РСМ, но индексот на цените во нашата земја е приближно ист низ целиот регион и се заснова на стандардот на живеење во земјата.

Од горенаведените податоци може да се види дека за храна индексот на цените од 2015 до 2017 година има намалување иако е многу мало, додека од 2017 до 2019 година имаме пораст на индексот на цените на храната.

За алкохолни пијалоци индексот на цените од 2015 до 2018 година се намалува и само во 2019 година имаме пораст на овој индекс.

За безалкохолнит пијалоци, индексот на цените при анализа од година во година забележуваме намалување при споредба на 2015 година со 2019 година.

За ноќевање можеме да забележиме дека имаме пораст на индексот на цените при споредба на 2015 со 2019 година, но дури и ако анализираме од година во година, исто така, имаме пораст на овој индекс.

**5.1 ПОЗИТИВНИТЕ И НЕГАТИВНИТЕ ВЛИЈАНИЈА НА СТРАНСКИТЕ
ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ ЗА ЕКОНОМИЈАТА НА ЗЕМЈАТА**

Со политиката за привлекување на СДИ треба да се усогласат националните интереси со деловните интереси и стратегии на странските инвеститори, пред сè преку создавање на поволна инвестициска клима. За таа цел е неопходно постојано надградување на макроекономската политика, создавање на институционални основи и спроведување на соодветна фискална, монетарна, социјална и надворешно-трговска политика. Со оглед на фактот дека во Република Македонија приливот на СДИ е во далеку помал обем од очекуваниот, за правилно конципирање на стратегија за привлекување на СДИ неопходно е постојано следење на состојбите со меѓународното движење на капиталот на светско, а

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

особено на регионално ниво и преку постојана анализа да се отстрануваат ограничувањата и зголемуваат можностите за привлекување на СДИ.⁹⁵

Странските директни инвестиции (СДИ) во земјата во К-1-2020 изнесуваат 137,3 милиони евра и во однос на К-1- 2019 година се зголемени за 88,7 милиони евра. Приливот на СДИ во овој период главно потекнува од реинвестирањето на добивката на компаниите со странски капитал, по кој основ е остварен 62,9 % од вкупниот прилив на СДИ. По основ на должнички инструменти е реализиран 22,2 % од вкупниот прилив, а останатиот дел (14,9 %) се однесува на сопственички капитал.

Портфолио инвестициите во К-1-2020 изнесуваат 31,6 милиони евра и во однос на истиот квартал од 2019 година се зголемени за 9,3 милиони евра. Останатите инвестиции во К-1-2020 изнесуваат 177, 7 милиони евра, за разлика од К-1-2019 година кога беа негативни. Во рамки на категоријата останати инвестиции, валутите и депозитите изнесуваат 72,1 милион евра, заемите 112,6 милиони евра, додека трговските кредити и аванси бележат негативно салдо од 6,9 милиони евра. Девизните резерви на крајот на првиот квартал од 2020 година изнесуваат 3,0 милијарди евра и во однос на К-1-2019 се зголемени за 5,3 %. Девизните резерви на крајот на К-1-2020 обезбедуваат 4,3 - месечна покриеност на увозот на стоки и услуги од претходниот 12 - месечен период.

Потенцијалот на туристичката индустрија во Македонија⁹⁶ може да се утврди и ако се искористат податоците од туристичкиот биланс за да се види колку приходи се реализираат од еден странски турист, колкава е дневната потрошувачка на странските туристи. Потоа, колку приходи се остваруваат од меѓународен туризам по глава на жител како и тоа колку приходите од туризмот учествуваат во БДП, односно колку странските туристи придонесуваат во БДП на Македонија.

Проекцијата за раст на бруто-инвестициите во периодот 2018 - 2020 година изнесува 4,4 % во просек на реална основа. Позитивен придонес врз растот на инвестициите се очекува да имаат планираните инвестиции на јавниот сектор, како и поддршката на инвестициската активност на домашните и странските претпријатија. Враќањето на

⁹⁵ <http://eccfp.uklo.edu.mk/> Nenovska_Nikolina_Doktorska_disertacija.crp. 5.

⁹⁶ http://ekultur.weebly.com/uploads/7/1/1/0/7110588/turistickiot_bilans_na_rm_kako_indikator_za_turistickiot_potencijal.pdf

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

политичката стабилност во земјата ќе има позитивно влијание врз очекувањата и довербата на економските субјекти, а ќе значи и позитивен сигнал за постојните и потенцијални странски инвеститори. На графиконот 2.8. е прикажан придонесот на бруто-инвестициите во економскиот раст. Во наредниот среднорочен период, извозот на стоки и услуги се очекува да забележи реален раст од околу 8,0 % во просек, со изгледи за одредено интензивирање на растот, во услови на континуирано солидна активност на извозно-ориентираните капацитети, како и очекуван раст на странската побарувачка, особено за производи со повисока додадена вредност, чиј удел во структурата на домашната индустрија се зголемува. Поволни ефекти врз извозот се очекуваат и од предвиденото зголемување на цените на основните метали на среден рок. Проектираниот раст на домашната побарувачка и извозната активност условуваат зголемен увоз на стоки и услуги, кој во овој период се очекува да забележи просечен реален раст од 6,4 %.⁹⁷

Инвестициите во туризмот предизвикуваат некои макроекономски влијанија во земјата, кои можат да бидат директни индиректни, како позитивни така и негативни.

Позитивните влијанија предизвикани од инвестициите во туристичкиот сектор и во социјалниот живот на земјата се:

1. Инвестициите во овој сектор носат нови можности за вработување.
2. Инвестициите ги користат ресурсите на туристичко богатство.
3. Инвестициите го забрзуваат економскиот развој на земјата.
4. Тие предизвикуваат повеќестрани влијанија врз производниот механизам на туристичката економија.
5. Зајакнување на понудата на туристички добра и услуги.
6. Подобрување на конкуренцијата и туристичкото производство.
7. Влијаат на видови на производи.
8. Го прошируваат работниот циклус на туристичката активност и создаваат потенцијални извори за зголемување на јавните приходи.
9. Помагаат во промовирање на технолошкиот развој.

⁹⁷ https://www.finance.gov.mk/files/Makedonija_ERP_2018.pdf

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во секоја направена инвестиција, без разлика дали е јавна или приватна во туристичкиот сектор, како и во сите други сектори, инвеститорот успева да го процени повратот на вложениот капитал. Инвеститорот може да избере да направи поефикасни инвестиции што овозможуваат враќање на инвестицискиот капитал.

„Туризмот и неговото влијание врз макроекономските показатели за македонската економија“ го категоризира :

- Економските влијанија - вклучуваат економски придобивки, кои доаѓаат од развојот на туристичка активност во еден регион (на пр. зголемување на приходот, вработување, јавен приход, зголемена побарувачка за стоки и услуги, итн.).
- Социјалните влијанија вклучуваат промени во животниот стил на жителите на туристички регион (на пр. пораст на населението во регионот, географски промени и професионални, промени во формирањето на социјални слоеви, создавање на нови идеи, итн.).
- Политичките влијанија вклучуваат промени во политичкото ниво на жителите во регионот (на пр. слаба контрола на развојот на туризмот од страна на локалното население, зголемена политизација на жителите поради локалните интереси кои се во спротивност со политичките влади и сл.).
- Природните или околните влијанија вклучуваат промени направени врз животната средина со природно и вештачко влијание (на пр. загадување, уништување на историски споменици, приватизација на крајбрежјето и шумите итн.).
- Културните влијанија вклучуваат промени направени во културниот систем на туристичкиот регион (на пр. комерцијализација на традицијата, културна зависност на регионот од прототипови на културата на местата од каде доаѓаат туристите и сл.).

Подоцна, разни автори се осврнала на негативните социјални и културни влијанија на туризмот како: туризмот има само по себе можност за промена на културата и влошување на различните фактори на животот на жителите. Економските загуби можат да поттикнат штетни социјални активности како проституција, криминал, емиграција и експлоатација на деца за работа. Загадување на животната средина, блокади на сообраќајот, бучавата и

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

зголемувањето на криминалот се примери на негативни социјални влијанија на туризмот. Исто така е констатирано дека ако жителите имаат позитивна перцепција на влијанијата на туризмот во однос на последиците и животната средина, тие ќе го поддржат неговиот понатамошен развој.

**Табела бр. 11 Директни инвестиции во Република Северна Македонија
- трансакции - по дејности, по години
(милиони евра)**

	2015	2016	2017	2018	2019
Сместување и послужување	1,41	-0,50	1,25	0,93	2,07
Туристички агенции, услуги на резервации на оператори на патувања и поврзани активности	0,14	0,28	1,09	0,99	0,90
Уметност, забава и рекреација	4,31	11,26	0,78	0,91	9,17
Креативни, културни и забавни активности	0,07	0,35	0,12	-0,01	-0,03
Воден транспорт	0	0	0	0	0
Вкупни ДИ во РСМ	216,72	338,43	181,73	614,08	398,76

На оваа табела се претставени странските директни инвестиции во нашата земја според активностите. Податоците се земени само за активности во туристичкиот сектор и овие податоци се однесуваат на РСМ. Кога ја анализираме табелата, јасно се забележува дека во водниот транспорт немаме инвестиции во ниту една анализирана година.

За други активности:

- Сместување и угостителство- од 2015 до 2018 година имаме намалување на директните инвестиции, додека во 2019 година имаме зголемување на инвестициите на 2,07 милиони евра, каде во споредба со 2015 година, доколку

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

оваа година се земе како основна година, ќе откриеме дека зголемувањето е од 146,8% или за 0,66 во милиони евра.

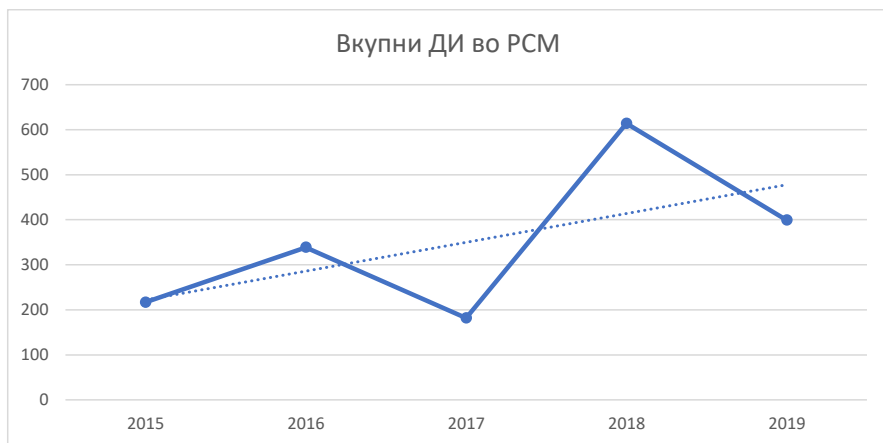
- Туристички агенции, услуги на резервации на оператори на патувања и поврзани активности - имаат зголемување на директните инвестиции до 2017 година, додека, пак, последните две години на анализа имаме намалување на овие инвестиции. Ако 2015 ја сметаме како основна година, во 2019 година имаме зголемување од 0,76.
- Уметност, забава и рекреација - од овие податоци прикажани на табелата можеме да видиме дека поголем износ на директни инвестиции во нашата земја за овие активности имало во 2016 година во износ од 11.26, додека пак година со помала инвестициската вредност е 2017 година споредена со другите 4 години. Доколку ја споредиме последната година со првата година од оваа временска серија, се забележува дека имаме зголемување на директните инвестиции за 212,7%
- - Креативни, културни и забавни активности - во овие активности имаме намалување на инвестициите од година во година, сè до минус.
- Што се однесува на учеството на директни инвестиции во овие активности во вкупниот износ на инвестиции во овие активности во нашата земја, и тоа собирајќи ги сите анализирани активности кои се дел од активностите на туристичкиот сектор, ќе го претставиме со графикон за да може јасно да се види.

Графикон бр. 23 Вкупни ДИ во туристичкиот сектор

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Графикон бр. 24 Вкупни ДИ во РСМ



Графикон бр. 25 Процентуално учество на ДИ во туристичкиот сектор на ДИ во РСМ

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



5.2 АНАЛИЗА НА ФИНАНСИРАЊЕТО КАКО ОСНОВНА ОБЛАСТ НА ДРЖАВНА ИНТЕРВЕНЦИЈА ВО РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ

Финансиска поддршка со ваучер за туризам на вработени лица со низок доход. За да се развие домашниот туризам во времето на здравствено-економската криза предизвикана од Коронавирусот **COVID-19**, Владата на Република Северна Македонија донесе Уредба со законска сила за издавање на ваучери за туризам на вработени лица со низок доход заради поттикнување на домашниот туризам за време на оваа вонредна состојба.⁹⁸

- Ваков ваучер добиле сите вработени лица со низок доход кои се во работен однос и кои за периодот јануари- април 2020 година оствариле доход само по основ на плата и надоместоци на плата во нето износ не поголем од 60 000

⁹⁸ Службен весник на РСМ“, број 140/20, Уредба за ваучери за туризам.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

денари на ниво на полно работно време, согласно со евиденцијата на Управата за јавни приходи.

- Вршители на туристичка дејност се: резидентни трговски друштва, трговци поединици регистрирани во соодветен регистар за вршење на туристичка дејност и угостителска дејност за сместување и/или сместување и исхрана, и физички лица, туристички агенции и туристички бироа.
- Угостителските објекти за сместување се:
 - хотели, мотели пансиони, резиденции, хотелски населби, апартмански населби и туристички населби, и
 - ноќевалишта, гостилници, кампови, приватни сместувачки капацитети (соби, апартмани, станови, куќи), одморалишта (за деца, младинци, работници, лица со попреченост и слични), други комплементарни објекти (феријални домови, планински и ловни домови и куќи и објекти за привремено сместување).
- Ваучер за туризам е вредносен ваучер со номинална вредност од 6.000 денари издаден од Министерството за економија, кој се користи за добивање на туристички и угостителски услуги за сместување или сместување и исхрана во категоризирани угостителски објекти преку даватели на туристички услуги. Ваучерот за туризам гласи на име и презиме на корисникот на ваучерот и содржи единствен QR код, пин код, ваучер код и рок на важност, како и други кориснички информации.
- Ваучерот за туризам може да се користи за добивање на туристичка и угостителска услуга на сместување или услуга на сместување и исхрана во категоризирани угостителски објекти од 15.07.2020 до 15.12.2020 година кај давателите на туристички услуги. Овој ваучер се користи за еднократен престој кај давател на туристички и угостителски услуги, без можност за прекинување и делење на престојот и користење на повеќе услуги со различна цена, и за лица на чие име и презиме гласи издадениот ваучер.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Министерството за економија врши исплата на туристички услуги врз основа на доставена фактура и месечен извештај за искористени ваучери за туризам евидентирани од давателите на туристички услуги.

Идното функционирање на овој туристичкиот сектор секако треба да биде извор на доход во единиците на локалната самоуправа, преку интензивирање на процесите на децентрализација и почитување на домашната регулатива во дадените подрачја на интерес. Насоки за развој - Главни цели на идниот развој на овој сектор како специфичен вид на креативна индустрија кој е во директна зависност од сите наведени сектори, се препознаваат во следните домени:⁹⁹

- Разработка на програми и иницијативи кои го подигнуваат нивото на врските меѓу местата и настаните, создавајќи кохерентна слика која како производ може да им се понуди на идните посетители/ туристи.
- Соработка која јасно ги дефинира квалитетот и стандардите, посебно во доменот на културното наследство и туризмот, како и во доменот на релациите на живата култура и туризмот.
- Разработка и имплементација на проекти кои ја зајакнуваат соработката помеѓу јавниот, приватниот и непрофитниот сектор во однос на вложувањата во туризмот.
- Во економските развојни стратегии на локално, регионално и национално ниво треба да се поддржуваат иницијативи кои во целост го интегрираат културниот туризам како и туризмот базиран врз културното наследство.
- Голем број од иницијативите во сферата на културните индустрии од областа на туризмот ќе бидат реализирани согласно Стратегијата за развој на туризмот во Република Македонија.

Помеѓу туризмот и креативните индустрии постојат бројни врски кои се корисни за двата феномени. Манифестацијата Охридско лето привлекува голем број домашни и странски туристи, кои во Охрид доаѓаат со цел да бидат дел од овој настан. Разните делови на креативните индустрии се интересни за туристите бидејќи тие се за нив културно искуство. Посета на локалниот музеј, слушање изворна музика, домашната кујна,

⁹⁹ <https://www.britishcouncil.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

ракотворбите, посета на историски места и слично се дел од туристичкото доживување. Одделни културни настани во внатрешноста ²⁷ се една од главните причини за посета на тие градови (на пример, Фестивалот на пивото во Прилеп). Од оваа поврзаност на туризмот со креативните индустрии во рамките на туризмот се разви културниот туризам.

5.2.1 КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО

Во границите на простирање на секторот влегуваат сите категории на културно наследство дефинирани во постојната законска регулатива (Закон за култура, Закон за заштита на културното наследство) како и подзаконските акти. Проектите кои произлегуваат од таквиот третман, во фокусот на интерес на развојот на креативните индустрии, ги става различните музеи, програмски дефинираните културни рути/патеки со различни теми на интегрирање кои ги опфаќаат архитектурата, едукацијата, дизајнот и слично, проекти кои се фокусираат на производи од актуелната културна продукција и нејзините релации со други веќе споменати форми на креативно изразување кои ги селектираме и класифицираме во доменот на креативните индустрии. Производите на овој вид креативни индустрии ги опфаќаат и предметите и информациите и услугите. Нивната намена се однесува на сите категории на публика. Најголема соработка овие организации остваруваат со институциите од областа на културата и со граѓанските здруженија, а таа најчесто се однесува на размена на информации и услуги. Значително е помала соработката со економските институции, а најмала со оние од областа на политиката. Туризмот базиран на културното наследство, се дефинира според очекувањето за присуство на идните посетители/ корисници/ потрошувачи на културата, на следните културни атракции:¹⁰⁰

- Фестивали и саеми.
- Изведувачки уметности и концерти.
- Музеи и галерии.
- Историски/споменички целини, споменици, места.
- Уметнички или занаетчиски студија или работилници.

¹⁰⁰ <https://www.britishcouncil.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Различни места и културни содржини.
- Во таков контекст, во доменот на културното наследство креативните индустрии треба да бидат дефинирани врз неколку базични принципи.
- Флексибилност на односот кон оваа креативна индустрија во поглед на можноста за следење на промените врзани за животната средина.
- Поттикнување на заедничкиот интерес на уметностите, културата и туризмот (како сектори), и на нивниот интерес да функционираат заедно заради подигање на нивото на изграденост на капацитети.
- Почитување на фактот дека Македонските региони развиваат културни капацитети кои овозможуваат презентација на туристичките производи и искуства со нагласен локален печат.
- Вклучување и на помалите иницијативи во пократки временски интервали за да се создава клима која ќе биде инспиративна за преземање активности на подолги временски рокови и со поголеми очекувања (организациски и финансиски).

Институциите кои ја обавуваат дејноста за заштита и презентација на културното наследство се најчесто формирани и финансирани од државата, а поретко се работи за проекти што користат средства од домашни и странски фондации. Цената на производите на овие креативни индустрии е висока поради нивниот ексклузивен карактер и исклучителна вредност. Економскиот ефект од овој сектор не е реципрочна на неговото значење поради диспропорцијата помеѓу вистинската цена на производите и можноста за нивна јавна афирмација и преку соодветното наплаќање на услугите наменети на широката публика. Овој расчекор се манифестира и покрај заложбата на институциите да ги рекламира своите производи, како и покрај нивното несомнено значење за креирањето на јавните политики. Голем дел од организациите во овој сектор членуваат во домашни и странски професионални здруженија, а се членки и на соодветни синдикални организации. Релевантните институции од владиниот и невладиниот сектор во иднина треба да понудат прецизен попис на културни институции од секаков вид. Притоа, треба да се направи проценка на објективната состојба и опременост, инфраструктурата и можностите за имплементација на проектни активности поврзани со афирмација и развој на креативните индустрии.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во таа смисла, идните истражувања треба да се насочат кон:¹⁰¹

- Утврдување на фактичката состојба на институциите.
- Согледување на организациската структура на составните единици.
- Можноста за имплементација на сложени видови на активности
- Опременоста за развивање на соодветните видови на креативни индустрии заради кои и се формирани институциите и нивните содржини.

На ваков начин, ќе се постигне:

- Зајакнување на перцепцијата за Македонија како уметнички и културно богата дестинација.
- Ќе се подобрат развојните можности и врски кои овозможуваат подобра комуникација на уметничките, културните и туристичките сектори.
- Ќе го охрабри развојот на продуктите (од креативните индустрии), кои градат врски и идентификуваат можности кои се соодветни и конкуритивни за целните пазари. Едукацијата и тренингот претставуваат основни двигатели на идниот развој.

Во Република Северна Македонија кадрите од оваа област се едуцираат главно на високообразовните институции од областа на општествените и хуманистичките науки. Во доменот на креативните индустрии, програмите во овој домен овозможуваат и во натамошниот развој би требало да овозможуваат:

- Сервисирање, обука и професионален развој за носителите на активностите за развој на културниот туризам, чии проекти ќе се развиваат како модели кои служат за повторување во сите други слични или идентични региони.
- Предложените проекти треба да овозможат и да демонстрираат исклучително ниво на опслужување на посетителите.
- Формирање на заедништва врз база на добрите практики, решените проблеми и идентифицираните трендови кои најмногу придонесуваат за развој на креативните индустрии во функција на културниот туризам и наследството.

¹⁰¹ https://www.britishcouncil.mk/sites/default/files/mapiranje_na_kreativnite_industrii_vo_makedonija.pdf, стр. 28.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Техничка асистенција преку програми кои овозможуваат економско-финансиски развој, посебно во доменот на уникатните производи и пакети на производи од одредени региони.
- Во овој сектор најголемиот дел од вработените се во редовен работен однос, но не е мал бројот и на оние кои се времено ангажирани (на пример на одделни проекти). Организациите од овој сектор во најголем дел вработуваат од 10 до над 100 вработени лица (согласно нивната природа и ингеренции). Постои импозантен број на стручна и квалификувана работна сила која може да се вработи во овој сектор, но таа не е целосно искористена.

Со оглед на влијанието кое го имаат музејските институции во третирањето на развојните стратегии на креативните индустрии, посебно внимание треба да се посвети на идниот третман на овие институции во креирањето на општата клима за нивна употребливост и промоција.

5.2.2 Насоки за развој

- Утврдување на дополнителни критериуми, коишто ќе им овозможат на соодветните институции на државата перманентно следење на фактичката состојба на организациите од областа на културното наследство.
- Сервисирање, обука и професионален развој за носителите на активностите за развојот на секторот на културното наследство.
- Вклучување и развивање на механизми за едукација на публиката од сите целни групи за создавање однос кон културното наследство и запознавање со неговото богатство
- Формирање на нови институции што ќе придонесуваат за развој на креативните индустрии во функција на поврзувањето на културниот туризам и културното наследство.
- Техничка асистенција преку програми кои овозможуваат економски развој, посебно во доменот на уникатните производи и пакети на производи од одредени региони.
- Овозможување на поволни кредити од страна на државата во областа на заштитата и афирмирањето на културното наследство.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- Овозможување на даночни олеснувања од страна на државата во областа на заштитата и афирмирањето на културното наследство.
- Државата треба да обезбеди поголемо и поразвиено учество на секторот во имплементацијата на сите видови јавни политики.
- Зголемување на бројот на вработувањата во секторот
- Поттикнување и овозможување на перманентна едукација на кадрите и нивното доусовршување во секторот (со особен акцент на развивање на оригиналноста, креативноста, претприемачкиот дух и сл.).¹⁰²

5.3 РАЗВОЈОТ НА МОДЕРНИОТ ТУРИЗАМ ПРАВИ РАЗЛИКА ПОМЕЃУ ТУРИСТИЧКИ ДЕСТИНАЦИИ И ТУРИСТИЧКИ АТРАКЦИИ

Туристичка дестинација е географска област во која постојат сите елементи кои се релевантни за еден одмор (пејзаж, флора, фауна, климатски услови, атракции, објекти за сместување, објекти за забава). Поради оваа мешавина на различни елементи, патникот ја избира туристичката дестинација за својот одмор и во исто време дестинацијата е ставена на пазар од туристичките агенции или тур-операторите. Генерално, организацијата за менаџирање со дестинации е одговорна за менаџирање и маркетингот на туристичката дестинација.¹⁰³

Туристичка атракција е место на интерес кое туристите го посетуваат типично поради неговата инхерентна или изложена културна вредност, историско значење, природна или изградена убавина или можности за забава. Некои примери вклучуваат историски места, споменици, зоолошки градини, музеи и уметнички галерии, ботанички градини и градби (пр. замоци, облакодери, мостови), национални паркови и шуми, тематски паркови, историски музеи, етнички заедници, историски возови и културни настани. Многу туристички атракции се и знаменитостите.

¹⁰² <https://www.britishcouncil.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

VI. ВЛИЈАНИЕТО НА РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ ВРЗ ПЛАТНИОТ БИЛАНС И ПРИХОДИТЕ НА ДРЖАВАТА

Платниот биланс ги евидентира сите економски трансакции помеѓу резиденти и нерезиденти во одреден временски период и ги отсликува сложените економски врски на земјата со остатокот од светот. Платниот биланс се состои од тековна сметка (стоки, услуги, примарен и секундарен доход), капитална и финансиска сметка.¹⁰⁴

Развојот на туризмот овозможува недоволно развиените земји да се вклучат во меѓународните економски односи. Тоа значи дека неразвиените земји со отворената понуда кон странските туристи треба да остварат позитивни девизни приходи.¹⁰⁵

На овој начин тие ќе можат негативната конкуренција во трговска смисла да ја подобрат. Со приходите од туризам земјите ги покриваат обврските што ги имаат во меѓународните односи. Во сите земји многу важни се приходите и расходите кои се остваруваат во туризмот. Посебни се приходите од туризмот во вкупната вредност на нестоковите плаќања кои имаат значително учество во платниот биланс на многу земји. Развиените земји имаат повеќе од 20% учество на овој основ во вкупната вредност на извозот на стоки и услуги.

Туризмот се јавува како значаен фактор на балансирање на неповолниот трговски и платен биланс на земјата.

Според податоците од Народна банка на Република Северна Македонија, во К-1-2020 на тековната сметка на билансот на плаќања е регистриран дефицит од 157,0 милиони евра, што претставува 5,8% од кварталниот БДП, наспроти дефицитот од 6,0% од БДП забележан во истиот квартал од 2019 година.

Во вториот квартал од 2020 година во тековните трансакции со нерезидентите е остварен дефицит од 85,9 милиони евра, главно како резултат на дефицитот во стоквата размена. Кај финансиските трансакции со нерезиденти се остварени нето-приливи од портфолио-инвестиции, заеми и трговски кредити, а нето-одливи врз основа на валути и

¹⁰⁴ http://www.nbrm.mk/platen_bilans.nsp

¹⁰⁵ Мариноски Н., *оп. цит.*, стр. 242.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

депозити и директни инвестиции. Во вториот квартал девизните резерви се зголемија за 604 милиони евра.¹⁰⁶

Со развој на туризмот како масовна појава, се увидело големото значење на неговиот таканаречен „невидлив извоз“ и „невидлив увоз“, ¹⁰⁷што произлегуваат од движењето на туристите од една во друга земја. Имено, се согледало дека туризмот има големо влијание на платниот биланс на земјата, т.е. се правеле напори за стимулирање на девизниот прилив по основ на туризмот, односно за дестимулирање на девизниот одлив по истиот основ. Притоа, за одреден број земји, девизниот прилив од туризмот претставува најважна ставка на приходи во платниот биланс и многу значаен фактор за развој на стопанството во целина. Тоа особено се однесува на земјите кои бележат негативни резултати во своите трговски биланси. Кај нив, туризмот се јавува како значаен фактор во урамнотежување на неповолниот трговски или платен биланс во целина. Истовремено, девизните приливи по основ на меѓународен туризам се значајни и за економски моќните држави. Оттука, може да се заклучи дека сите земји, независно од степенот на економска развиеност, доколку имаат објективни услови за негување и развој на туризмот, посветуваат големо внимание на оваа стопанска дејност.

¹⁰⁶ http://www.nbrm.mk/content/statistika/Soopstenija/PB/2020/Soopstenie_PB_6_2020.pdf

¹⁰⁷ <http://eprints.ugd.edu.mk/8209/>

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

**Табела бр. 12 Основни компоненти на платниот биланс на Република Северна
Македонија**

	тековна Година			претходна Година			Милјони евра	%	Милјони евра	%	Милјони евра	%
	Кв.1 2020	Кв.2 2020	Кв.1- Кв.2 2020	Кв.1 2019	Кв.2 2019	Кв.1- Кв.2 2019						
Тековна сметка	-148,8	-85,9	-234,7	-158,1	-47,0	-205,1	62,9	-42,3	-38,9	82,8	-29,6	14,4
Стоки	-548,8	-355,1	-903,9	-475,1	-441,1	-916,5	193,7	-35,3	86,3	-19,5	12,6	-1,4
Услуги	166,9	106,7	273,6	101,8	96,6	198,4	-60,3	-36,1	10,1	10,5	75,2	37,9
Примарен доход	-92,9	-91,8	-184,7	-111,5	-109,9	-221,4	1,1	-1,2	18,1	-16,5	36,7	-16,6
Секундарен доход	325,9	254,3	580,2	326,6	407,7	734,3	-71,6	-22,0	-153,4	-37,6	-154,1	-21,0
Капитална сметка	0,3	1,1	1,4	0,6	0,1	0,7	0,9		1,0		0,7	
Финансиска сметка	-162,2	-63,4	-225,6	-159,2	-33,7	-192,9	98,8		-29,7		-32,8	
Директни инвестиции	-127,1	15,0	-112,1	-40,2	-11,0	-51,2	142,0		26,0		-60,9	
Нето-стекнување средства	106,1	-13,1	93,0	179,0	109,4	288,4	-119,9		-122,5		-195,5	
Сопственички капитал**	5,3	6,7	12,0	3,3	5,7	9,0	1,4		1,0		3,0	
Реинвестирање на добивка	3,2	2,5	5,7	3,3	1,6	4,9	-0,7		0,9		0,8	
Должнички инструменти	97,6	-22,3	75,3	172,5	102,0	274,5	-119,9		-124,4		-199,2	
Нето-создавање обврски	233,2	-28,1	205,1	219,2	120,4	339,7	-261,3		-148,5		-134,6	
Сопственички капитал**	20,6	48,3	68,9	79,1	45,3	124,4	27,7		3,0		-55,5	
Реинвестирање на добивка	78,8	21,0	99,8	93,8	16,3	110,1	-57,8		4,7		-10,3	
Должнички инструменти	133,8	-97,4	36,4	46,3	58,8	105,1	-231,2		-156,2		-68,7	
Портфолио-инвестиции	31,6	-632,5	-600,9	22,3	19,8	42,1	-664,1		-652,2		-643,0	
Валуту и депозити	71,8	130,9	202,7	35,0	-30,6	4,4	59,0		161,5		198,4	
Заеми	112,9	-168,1	-55,2	-18,1	-26,5	-44,6	-281,0		-141,6		-10,7	
Трговски кредити	-2,1	-12,9	-15,0	-152,7	-34,3	-187,0	-10,7		21,5		172,1	
Девизни резерви	-249,3	604,0	354,7	-5,6	49,4	43,8	853,3		554,6		310,9	

Извор: <http://www.nbrm.mk/>

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

6.1 ТУРИЗМОТ КАКО ПОСЕБНА ФОРМА НА ИЗВОЗ

Најразвиено е Охридско Езеро со голем број на туристички супраструктурни и инфраструктурни објекти, по кое следи Дојранско Езеро. Преспанското Езеро е најнеразвиено. Побарувачката главно се генерира за време на летните месеци – во моментот Охридското Езеро е единственото кое генерира значителна меѓународна побарувачка.

Охридското Езеро е едно од највпечатливите туристички места во Македонија и се наоѓа под заштита на УНЕСКО. Исто така Дојранско Езеро привлекува значителен број на туристи за време на летните месеци и во последно време ја има подобро својата привлечност. Преспанско Езеро е најмалку развиено и единственото со ограничена привлечност за посетители во моментот.

Изворите со топла вода во Македонија моментално се користат главно за медицински третмани.

Неколку извори со жешка минерална вода во моментот се користат во Македонија од здравствени цели - мнозинството се лоцирани во североисточниот и југоисточниот регион.

Во повеќето случаи изградени се неколку сместувачки единици околу изворите со минерална вода за медицински третмани

Како и многу други европски спа дестинации во 1980- те, фокусот на македонските спа дестинации е исклучително на медицински третмани за луѓе со одредени болести.

Постои ограничен број на спа и вленес производи кои се нудат во повеќето од овие спа дестинации (со исклучок на Бањиште).

Во моментот, спа дестинациите околу изворите со минерална вода главно се состојат од објекти за сместување од типот на болница со места за изведување на медицински третмани. Посетителите на овие центри се главно македонци, или македонци кои живеат во странство, со одредена болест, а кои сакаат да си ја подобрат здравствената состојба.

Мнозинството на спа дестинациите се со ограничена привлечност за туристите од задоволство. Иако расте пазарот за спа и активни одмори во многу европски земји, поради

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

мега трендот „здравје“, едвај и да постојат задоволителни туристички производи кои во моментот се достапни во Македонија.

Мнозинството на топ рангирани места на „Trip Advisor“ се или лоцирани во Скопје или на Охридско Езеро. Охридско Езеро • Св. Јован Канео • Манастир Св. Наум • Света Софија • Тврдина Цар Самуил • Св. Климент Охридски • Национална работилница за рачно изработена хартија • Заливот на Коски • Црква Перивлепта • Плаошник • Црн Дрим во Струга

Охридскиот аеродром • Охридскиот аеродром е лоциран на 9 км од градот Охрид и главно служи како аеродром за чартер летови во летниот период од годината. Во 2008 година македонската влада потпишува договор со турската компанија ТАВ за 20-годишна концесија за аеродромот. Пистата може да собере до 9 летала а терминалот е опремен да послужи до 400.000 патници годишно.

Македонија од јануари до мај 2020 забележа 53% намалување на бројот на патници и 47% намалување на бројот на летови, во однос на истиот период од 2019 година.

Табела бр. 13 Угостителство во РСМ, по региони, по години- промет во илјади денари

Година	Угостителството во југозападен плански регион	Индекс база 2015	Промет во илјади денари во Република Северна Македонија	Индекс база 2015	Процентуално учество на вкупниот промет од југозападниот плански регион на РСМ
2015	1987161	100%	10338132	100%	19,22%
2016	2108418	106.10%	10836359	104.82%	19,45%
2017	2538205	127.73%	12190404	118%	20,82%
2018	2964239	149.17%	15167429	146.71%	19,54%
2019	3200022	161%	16654742	161.10%	19.21%

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во оваа табела е претставено угостителството во југозападниот плански регион во вредности прикажани во илјади денари споредувајќи ги годините од 2015 до 2019 година. Од табелата можеме да видиме дека износот на прометот во угостителството во југозападниот плански регион е зголемен од 2015 до 2019 година. Споредувајќи ја 2019 година со 2015 година, како основна година имаме зголемување од 61%.

Прометот во илјадници денари во Република Северна Македонија има зголемување од година во година и споредувајќи ја 2019 година со основната година, 2015 година имаме пораст од 61.10 %.

Анализирајќи го учеството и прометот во илјади денари во угостителството во југозападниот плански регион во вкупниот прометот во илјадници денари во Република Северна Македонија, учеството е 19.22 % во 2015 година, а во 2019 година има многу мала диференција за 0,01% .

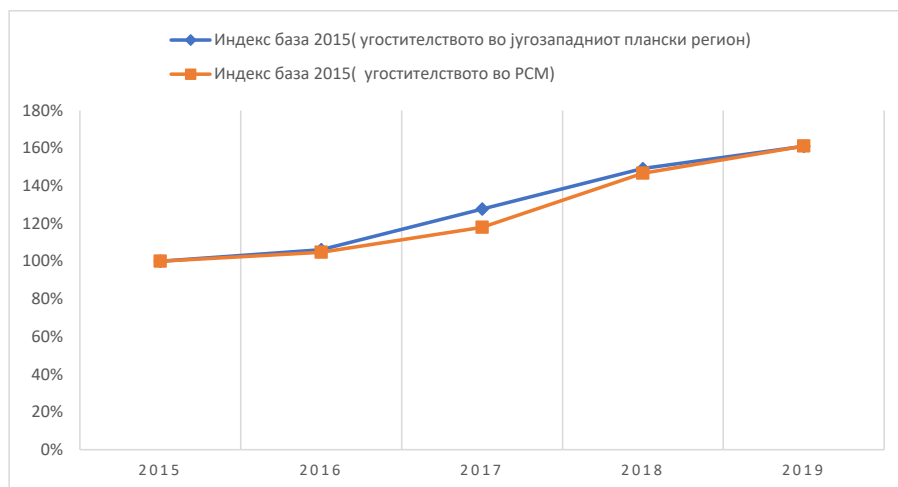
Сето ова може да се види од графичката презентација подолу.

Графикон бр. 26 учеството и прометот во илјади денари во угостителството во југозападниот плански регион



ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Графикон бр. 27 тренд линија за индекс база на угостителството во југозападниот плански регион и угостителството во РСМ



Графикон бр. 28 процентуално учество на вкупниот промет од југозападниот плански регион на РСМ

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Табела бр. 14 Угостителство во РСМ, по региони, по години - деловни единици

Година	Угостителството во југозападен плански регион- деловни единици	Индекс база 2015	Деловни единици во Република Северна Македонија	Индекс база 2015	Процентуално учество на вкупно деловни единици од југозападниот плански регион на РСМ
2015	294	100%	2084	100%	14,10%
2016	296	100,68%	2212	106,14%	13,38%
2017	292	99,32%	2260	108,44%	12,92%
2018	282	95,92%	2301	110,41%	12,25%
2019	293	99,66%	2340	112,28%	12.52%

Извор: Државен завод за статистика

Во оваа табела, направена е споредба на угостителството во СРМ од 2015 до 2019 година. Споредувајќи ги презентираниите податоци, може да се види дека угостителството во југозападниот плански регион од 2015 до 2016 година има зголемување, а од 2016 до 2018 имаме намалување. Во последната анализирана година 2019 во разлика од претходната година 2018 имаме раст на деловни единици за 11.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

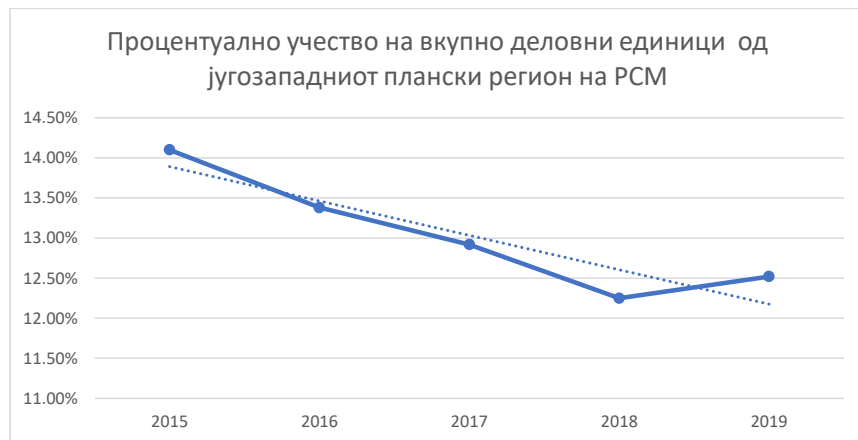
Учеството на деловните единици во југозападниот плански регион во деловните единици во РСМ во 2015 година е 14,10%, а учеството врз основа на процент се намалува и во 2019 година достигнува 12,52% што има пад од 1,58%.

Сето ова може да се види преку графиконите претставени подолу.

Графикон бр. 29 деловни единици во РСМ и во југозападниот плански регион



Графикон бр. 30 процентуално учество на вкупно деловни единици од југозападниот плански регион на РСМ

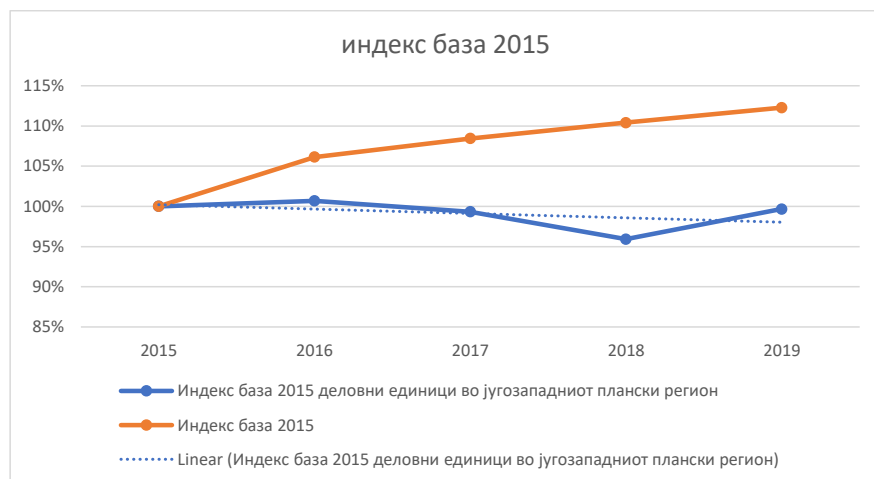


**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

**Графикон бр. 31 деловни единици во југозападниот плански регион- индекс база
2015**



**Графикон бр. 32 Тренд линија на деловни единици во југозападниот плански
регион**



**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

6.2 СЕЗОНСКИ КАРАКТЕРИСТИКИ НА ТУРИЗАМ

Туристичката побарувачка е сконцентрирана главно во еден релативно пократок временски период во текот на годината, а тоа се летните месеци. Во југозападниот плански регион во Северна Македонија е развиен повеќе туризмот на летните месеци.

Туризам - Туристичките трендови пројавуваат разлики во нивното одвивање, во различните регионални просторни целини. Нивното определување претставува неопходност при дефинирањето на развојните туристички планови, програми и стратегии на секој простор каде се развива туризмот. Во рамките на Југозападниот плански регион (кој е прв на територијата на Република Македонија по туристичката развиеност и тоа скоро по сите параметри) туристичките трендови може да се утврдат преку определување и анализа на обемот, динамиката и структурата на туристите, како и на остварените ноќевања во изминатиот 5-годишен период. Особено значајна категорија, која исто така треба да се истражи, е утврдувањето на учеството на бројот на туристите и на остварените ноќевања во вкупниот број на ниво на државата, како и нивните динамични карактеристики во петгодишниот период, што е предмет на анализа (2009-2013 година). Табеларните прегледи кои ги содржат овие развојни параметри се прикажани во продолжение.

Табела бр. 15 Обем, динамика и структура на туристичка посетеност

Година	Број на домашни туристи	Индекс база 2015	Број на странски туристи	Индекс база 2015	Вкупен број на туристи во	Индекс база 2015	Вкупен број на туристи во РМ	Процентуално учество на бројот на туристите од Регионот во вкупниот број на туристи во РМ
2015	135152	100%	161135	100%	296287	100%	816067	36.30%
2016	149710	111%	170321	105.7%	320031	108%	856843	37.35%
2017	162713	120.3%	203647	126.4%	366360	123.6%	998841	36.68%
2018	179644	132.9%	237841	147.6%	417485	140.9%	1126935	37.04%
2019	192689	142.5%	251146	155.8%	443835	149.8%	1184963	37.45%

Извор: Државен завод за статистика

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Според табелата за волумен, динамика и структура на посетеност на туристите, годините на податоците за споредба се од 2015 до 2019 година, не сметајќи ја 2020 година поради отсуство на податоци. Основата на индексот е 2015 година, и според ова се споредуваат другите години. Презентираните податоци се за бројот на туристи во земјата, бројот на странски туристи, вкупниот број на туристи во југозападниот плански регион и вкупниот број на туристи во РСМ, и на крај учеството се пресметува како процент на вкупниот број на туристи во планскиот регионот на југозапад во вкупниот број на туристи во РСМ.

Бројот на локални туристи во споредените години од 2015 до 2019 година се зголемува и тоа со 42,5%. Ова покачување, според она што го истражував, доаѓа од подобрувањето на условите во туристичките капацитети и квалитетната услуга што се нуди во последните години во југозападниот плански дел како и заради градовите Охрид и Струга како најголеми и најатрактивни туристички места од овој регион и поради езерото кое се користи и се посетува особено во летната сезона.

Во однос на странските туристи кои придонеле за подобрување на економијата на земјата, од 2015 до 2019 година исто така имаме зголемување од 55,8 % од основната година, а од сето ова можеме да кажеме дека бројот странските туристи има уште поголемо зголемување во споредба со домашните туристи и разликата е 13,3 %. Од вредностите може да се заклучи дека југозападниот плански регион на РСМ е привлечен и е една од најатрактивните дестинации не само за локалните туристи, туку и за странските. Инфраструктурата исто така игра важна улога и во овој случај можеме да кажеме дека од особено значење е охридскиот аеродром, кој се наоѓаат во близина на градовите Охрид и Струга, преку кои голем број туристи патуваат во нашата земја.

За вкупниот број на туристи во југозападниот плански регион можеме да кажеме и дека имаме зголемување од приближно 50 % во споредба со 2019 и 2015 година како основна година. Ова зголемување исто така има влијание врз вкупниот број туристи во РСМ од 45,20 %.

Споредувајќи го учеството на вкупните туристи на југозападниот плански регион во вкупниот број на туристи на РСМ ги имаме овие учества: во 2015 година имаме учество од

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

36,30 %, во 2016 година имаме 37,35 %, во 2017 година имаме 36,68 %, во 2018 година имаме 37,04 % а во 2019 година имаме 37,45 %. Споредувајќи ја минатата година со основната година, имаме зголемување на учеството од 1,15 % сите овие што беа разјаснети во однос на табелата може да се видат графички каде што се презентирани и уште појасно ги покажуваат разликите.

Графикон бр. 33 Обем, динамика и структура на туристичка посетеност



На графиконот е прикажан бојот на домашни и странски туристи.

Графикон бр. 34 број на туристи во југозападниот плански регион и вкупен број на туристи во РСМ

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Во овој графикон е прикажан вкупниот број на туристи во југозападниот плански регион и вкупниот број на туристи во Република Северна Македонија.

Графикон бр. 35 Процентуално учество на бројот на туристите од регионот во вкупниот број на туристи во РСМ

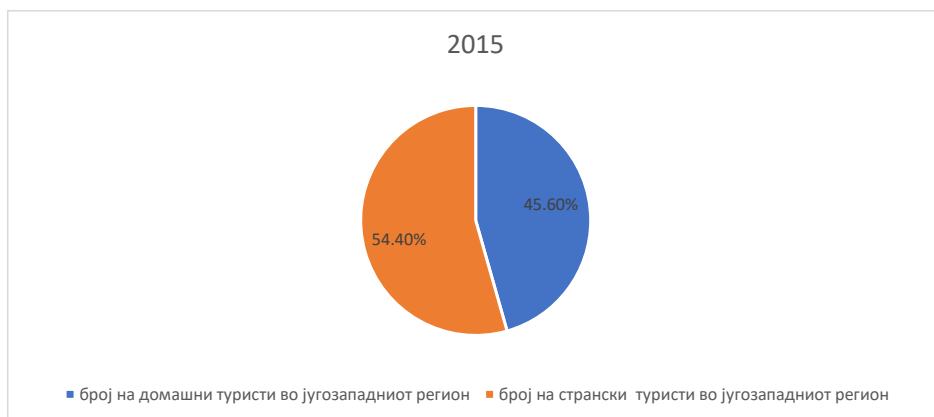


Прелиминарната табела ги претставува обемот, динамиката и структурата на посетеност на туристите во Република Северна Македонија, споредувајќи ги за последните 5 години од 2015 до 2019 година. Од анализата на табелата, ако се земе предвид бројот на туристи во земјата со текот на годините, можеме да заклучиме дека во 2019 година имаме

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

поголем број на туристи и ако ја споредиме оваа со базичната 2015 година, можеме да видиме разлика од 126,97 % или приближно 127 %. Ако го споредиме бројот на локални туристи од вкупниот број на туристи во југозападниот плански регион на земјата, јасно може да се види дека учеството на локалните туристи е дури и помало од 50 % од вкупната вредност од учеството на странските туристи што резултира со учество од над 50 % во сите споредени години.

Графикон бр. 36 Број на домашни и странски туристи во 2015



Графикон бр. 37 Број на домашни и странски туристи во 2016

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Графикон бр. 38 Број на домашни и странски туристи во 2017

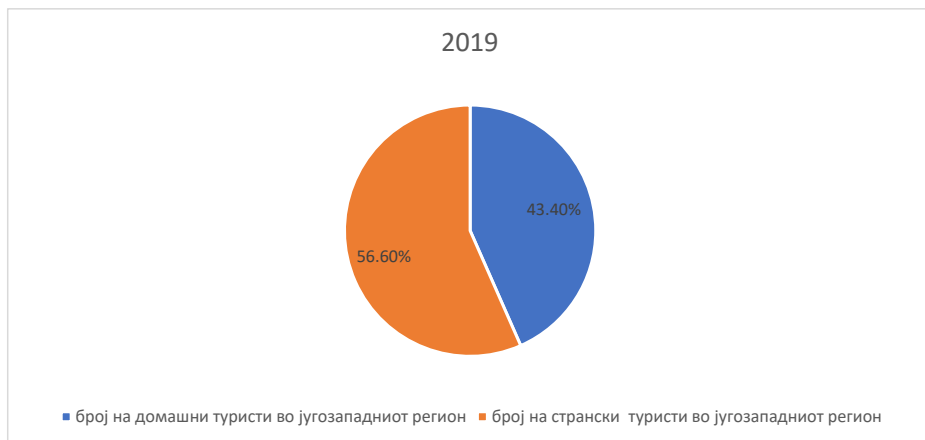


ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Графикон бр. 39 Број на домашни и странски туристи во 2018



Графикон бр. 40 Број на домашни и странски туристи во 2019



**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Што се однесува до учеството на туристите во југозападниот плански регион во вкупниот бројот на туристи во Република Северна Македонија го имаме овој преглед: во 2015 година имаме учество со 36,3 %, во 2016 година со 37,35 %, 2017 година со 36,68 %, 2018 година со 37,04 % и минатата година 2019 година со 37,45 %.

Сите овие разлики можат да се забележат на презентираниите графикоци.

Табела бр. 16 Обем, динамика, структура и процентуален однос на остварените ноќевања

Година	Остварени ноќевања на домашни туристи	Индекс база 2015	Остварени ноќевања на странски туристи	Индекс база 2015	Вкупен број на остварени ноќевања во регионот	Индекс база 2015	Вкупен број на остварени ноќевања во РМ	Процентуално учество на вкупниот број ноќевања во регионот во вкупниот број на ноќевања во РМ
2015	745473	100%	456454	100%	1201927	100%	2394205	50.20%
2016	778189	104.39%	450428	98.68%	1228617	102.22%	2461160	49.9%
2017	826774	110.9%	538910	118.06%	1365684	113.62%	2775152	49.21%
2018	908457	121.86%	630762	138.18%	1539219	128.06%	3176808	48.45%
2019	946574	126.97%	671738	147.16%	1618312	134.64%	3262398	136.26%

Обем, динамика, структура и процент на ноќевања. Од презентираниата табела за анализа на обемот, динамиката и структурата на ноќевањата може да се види дека бројот на локални туристи кои преноќуваат е поголем од оној на странските туристи и тој се зголемува од година во година . Од 2015 до 2019 година имаме зголемување од 26,97%. Што се однесува до странските туристи кои преноќуваат во југозападниот плански регион, можеме исто така да констатираме дека бројот се зголемува од година во година, споредувајќи ја 2019 година со основната година, која е 2015 година, и тоа за 46,16%. Од овој тренд на зголемување можеме да заклучиме дека од 2015 до 2019 година е зголемен бројот на туристи и домашни и странски кои ноќевале во туристички места во југозападниот плански регион и имаме економски раст од потрошените средства во овој регион. Целата анализа направена во однос на обемот, динамиката, структурата и процентот на ноќевања може да се види од графиконите претставени подолу.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

**Графикон бр. 41 Обем, динамика, структура и процентуален однос на остварените
ноќевања**



**Графикон бр. 42 Остварени ноќевања на странски туристи и вкупниот број на
остварени ноќевања во регионот**

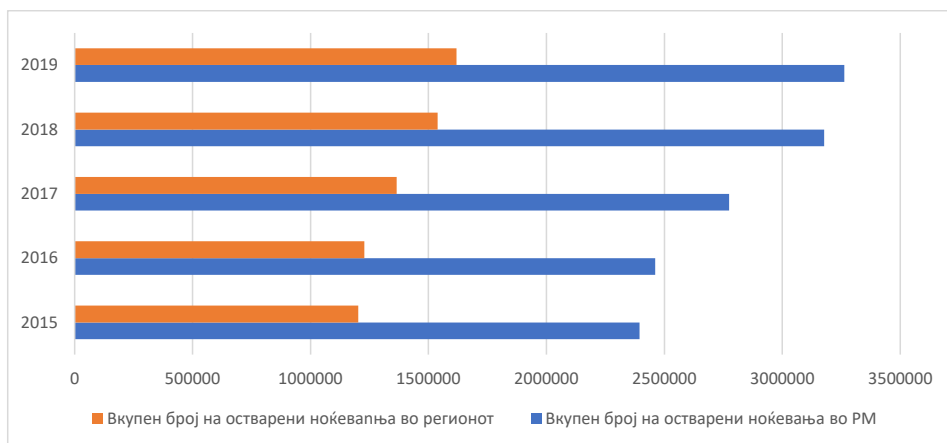


**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Графикон бр. 43 Остварени ноќевања на домашни туристи и вкупниот број на остварени ноќевања во регионот



Графикон бр. 44 Остварени ноќевања во регионот и вкупен број остварени ноќевања во РСМ



Графикон бр. 45 процентуално учество на вкупниот број ноќевања во регионот во вкупниот број ноќевања во РСМ

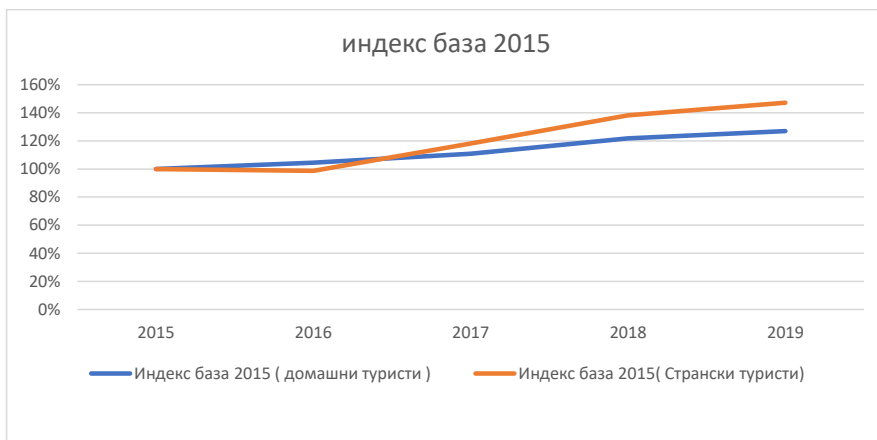
**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**



Што се однесува на трендот, процентуално учество на вкупниот број ноќевања во регионот во вкупниот број на ноќевања во РСМ, можеме да констатираме дека имаме линеарен тренд во четирите години од 2015 до 2018 година. Во 2019 година имаме нагласен растечки и тоа од 86 % .

Графикон бр. 46 домашни и странски туристи -индекс база 2015

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



https://www.jstor.org/stable/4192136?read-now=1&seq=6#page_scan_tab_contents

6.3 АНАЛИЗА НА ПРИХОДИТЕ НА ДРЖАВАТА ОД ТУРИЗМОТ

Туризмот врши значително влијание врз приходите на нашата државата. Туристичката потрошувачка влијае на општествениот производ и националниот доход посредно и непосредно.¹⁰⁸

¹⁰⁸ Аврамоски М., *Економика на туризмот и угостителството*, Охрид, 2002, стр. 44.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Посредно влијание – оваа потрошувачка го стимулира развитокот на областите од материјалното производство кои го обезбедуваат туристичкото стопанство. Непосредното влијание се состои во прелевањето на доходот од другите земји во туристичката земја.

За релативното значање на приходите од странските туристи за развојот на стопанството на поодделни земји треба да се има предвид и нивото на нивната стопанска развиеност.

Покрај директното влијание на туризмот врз општествениот производ и националниот доход, треба да се истакне и неговото влијание врз прераспределбата на општествениот производ и националниот доход на територијална основа. Може да се посматра двострано:

- Од аспект на меѓународниот туристички промет,
- Од аспект на домашниот туризам.

Потрошувачката на странските туристи претставува додатна потрошувачка бидејќи националниот доход од странство се прелева во конкретната туристичка земја без истовремено одлевање на доход по овој основ во земјите од кои странските туристи доаѓаат.¹⁰⁹

Во ова се гледа и разликата помеѓу извозот на стока (видливиот извоз) и приходите од странските туристи (невидливиот извоз).

Табела бр. 17 Туристи и ноќевања на туристи по видови туристички места, по години

¹⁰⁹ Аврамоски М., *оп. цит.*, стр. 55.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Година	Домашни туристи на Бањарски места	Индекс база 2015	странски туристи на бањарски места	Индекс база 2015	Вкупен број на туристи во бањарски места	Индекс база 2015	Вкупен број на туристи во РСМ	Процентуално учество на вкупниот број туристи во бањарски месата во вкупниот број на туристи во РСМ
2015	25533	100%	3636	100%	29169	100%	816067	3,57%
2016	24525	96,05%	3751	103,16%	28276	96,94%	856843	3,30%
2017	28227	110,55%	3962	108,96%	32189	110,03%	998841	3,22%
2018	26778	104,87%	4466	122,83%	31244	107,11%	1126935	2,77%
2019	22776	89,20%	4871	133,96%	27647	94,78%	1184963	2,33%

Извор: Државен завод за статистика

На табелата погоре претсавени се домашни и странски туристи во бањските места од 2015 до 2019 година. Бројот на домашни туристи во 2016 година во споредба со основната 2015 година е намален за 3,95 %, а во 2017 година во споредба со основната година има зголемување од 10,55 %. Во 2018 година има и пораст од 4,87 %, но во споредба со претходната година разликата е 5,68 %, додека 2019 година во однос на основната година е намалена за 10,8 %.

Во однос на бројот на странски туристи од 2015 до 2019 година имаме пораст. Во 2016 година имаме зголемување од 3,16 % во споредба со основната 2015 година. Во 2017 година во однос на основната година имаме пораст од 8,96 %, во 2018 година пораст од 22,83 %, додека во 2019 година имаме пораст од 33,96 %.

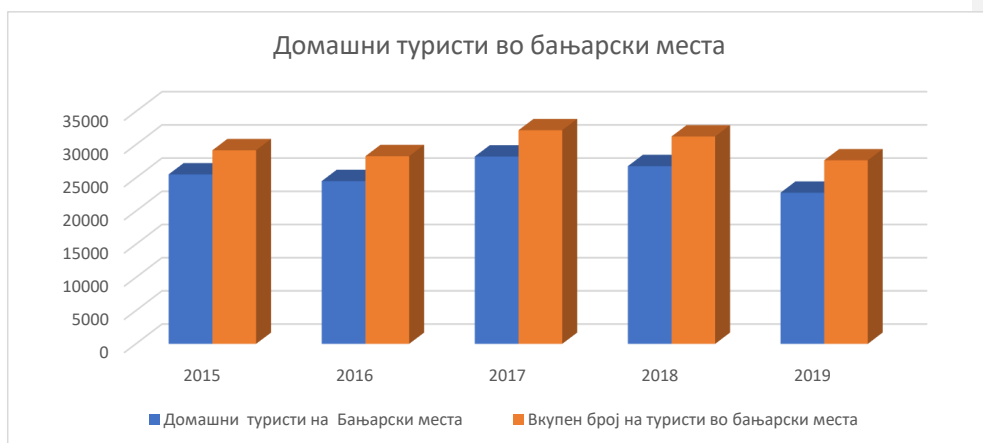
При споредување на вкупниот број туристи во бањските места и нивното учество во вкупниот број на туристи во РСМ, можеме да видиме дека процентот на учество се намалува и од 3,57 % во 2015 година достигнува 2,33 % во последната година во споредба во 2019 година. Можеме да ја видиме целата оваа табела појасно преку графичката презентација, каде што може да се направи споредба на презентираниите податоци.

Графикон бр. 47 Домашни и странски туристи на бањарски места

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Графикон бр. 48 Домашни туристи во бањарски места



Графикон бр. 49 Странски туристи во бањарски места

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

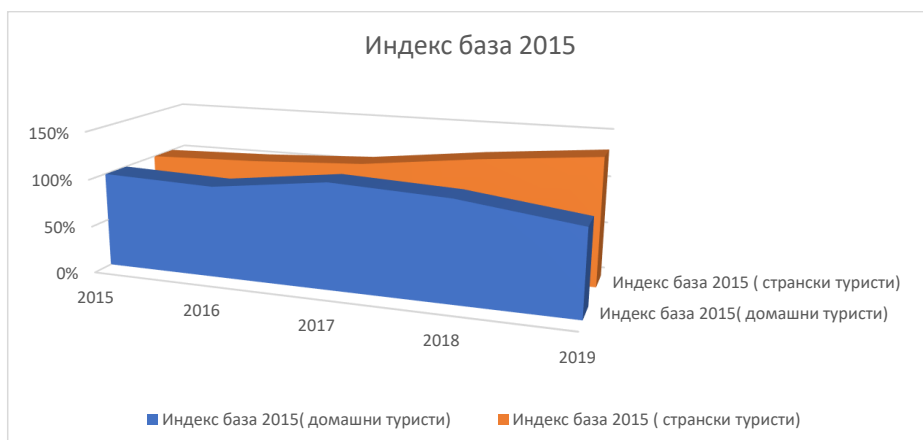


Графикон бр. 50 Споредба на вкупен број туристи во бањарски места и вкупен број туристи во РСМ



Графикон бр. 51 Тренд линија на домашни и странски туристи – индекс база 2015

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**



**Табела бр. 18 Туристи и ноќевања на туристи по видови туристички места, по години
(езерски места)**

Година	Домашни туристи на езерски места	Индекс база 2015	странски туристи на езерски места	Индекс база 2015	Вкупен број на туристи во езерски места	Индекс база 2015	Вкупен број на туристи во РСМ	Процентуално учество на вкупниот број туристи во езерски места во вкупниот број на туристи во
2015	188004	100%	167886	100%	355890	100%	816067	43,61%
2016	205683	109,40%	177300	105,60%	382983	107,61%	856843	44,69%
2017	218711	116,33%	214266	127,62%	432977	121,66%	998841	43,35%
2018	256255	136,30%	247918	147,67%	504173	141,66%	1126935	44,74%
2019	263878	140,35%	279977	166,76%	543855	152,81%	1184963	45,89%

Извор: Државен завод за статистика

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Во горната табела се презентирани податоците за туристите и ноќевањата на туристите по видови туристички места, по години. За последните 5 години во овие езерски места можеме да забележиме дека имаме пораст на бројот на домашните туристи. Споредувајќи ја 2019 година со минатата и основната година, имаме зголемување од 40,35 % и овој процент може да се каже дека доаѓа од подобрувањето на условите и квалитетот на услугите во земјава како што е Охридското Езеро и во градовите Охрид и Струга.

Кога го земаме за анализа бројот на странски туристи во овие области, исто така имаме зголемување и кај поголем процент во споредба со зголемувањето на домашните туристи. Ова зголемување од основната година до минатата година достигна 66,76 %. Дури и од овој процент можеме да заклучиме дека бројот на туристи воопшто е зголемен од година во година во југозападниот регион и во овој случај во езерските места. Во однос на анализата на бројот на туристи во езерските места и споредбата со бројот на општи туристи во нашата земја, имаме учество кое варира од 43 % до приближно 46 %.

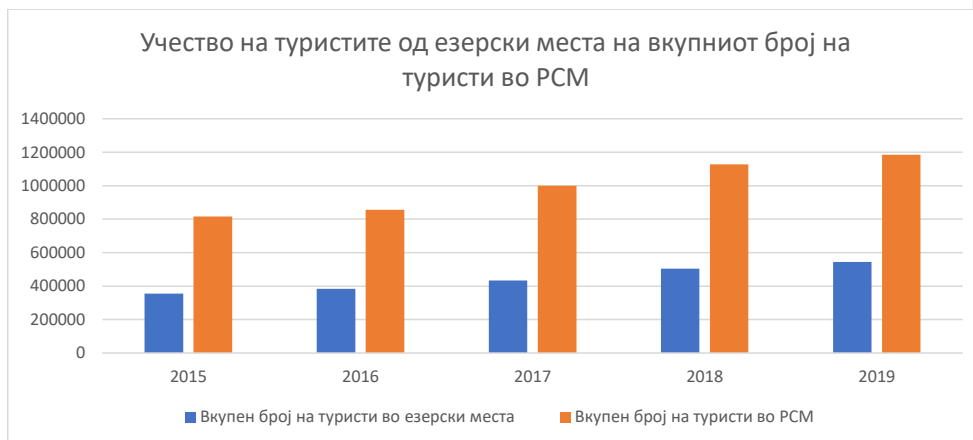
Овие податоци се прикажани и графички како што следува.

Графикон бр. 52 Туристи во езерски места



**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

**Графикон бр. 53 Учество на туристите од езерски места на вкупниот број на туристи
во РСМ**

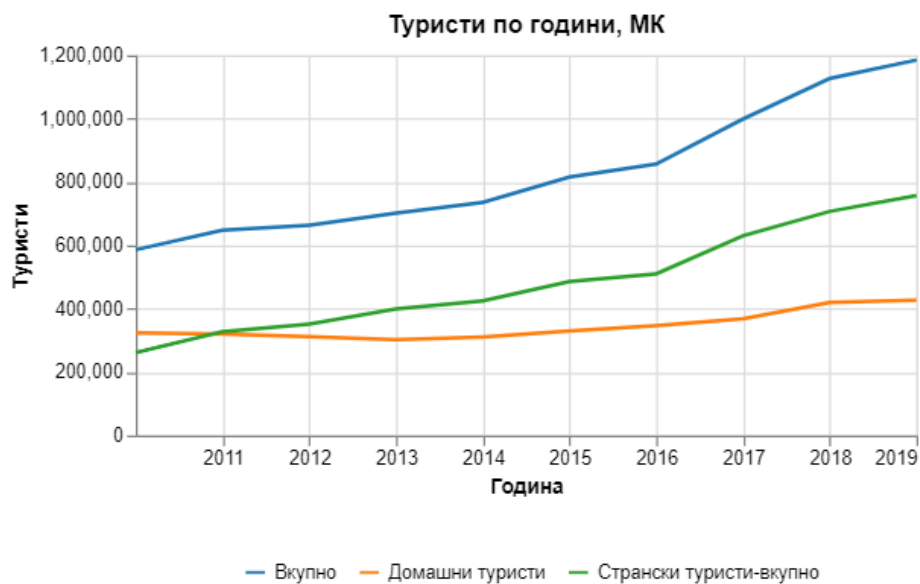


**Графикон бр. 54 Процентуално учество на туристите од езерски места на вкупниот
број на туристи во РСМ – тренд линија**



ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Графикон бр. 55 Туристи по години во РСМ



Кај извозот на стоката- доаѓа во прелевање на доходот од стопанство, но со истовремено одлевање на националното богатство еден дел од националниот доход создаден во таа земја.

Парите што во земјата циркулират од странските туристи се употребуват за развојот на стопанските и нестопанските дејности. Од сето ова се огледа и мултипликативното влијание на туризмот врз стопанството.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

6.4 Негативните ефекти од туризмот

Освен позитивните страни и ефектите што ги има врз економијата на секоја земја, туризмот има и негативна страна. Патувањето до најпопуларните дестинации и искуството на луѓето не е секогаш пријатно за сите туристи кои го посетуваат тоа место. Од ова произлегува и намалувањето на задоволството од присуство на повеќе туристи на истото место.

Овој ефект е уште позагрижувачки за градовите. И покрај тоа што туристите ги трошат своите пари во земјата, големиот број на патници ја оптеретува инфраструктурата која не е проектирана за поголема толпа на луѓе.

Најатраktivните градови и места се обидуваат да се прилагодат на зголемениот прилив на туристи со градење на нова инфраструктура, патишта и разни превозни средства за да им угодат на туристите и да го направат местото поинтересно и посоодветно за туризам, но сето тоа во останатиот дел од годината останува неискористено бидејќи се користи само за туристичката сезона.

Друг негативен ефект на туризмот е зголемувањето на цените на производите и услугите. Иако одредени бизниси остваруваат поголем профит, тоа има негативно влијание врз локалното население на кое и основните намирници му стануваат тешко пристапни заради високата цена.

Негативните влијанија на туризмот се одразуваат и врз животната средина. Такви се исцрпувањето на природните ресурси и проблемите со загадувањето на животната средина, како и неконтролирано фрлање отпад. Туризмот врши постојан притисок врз природните ресурси преку прекумерна потрошувачка дури и во земји каде ресурсите не се доволни. Еден таков проблем е проблемот со прекумерна употреба на вода. Токму поради тоа во некои земји во светот жителите се принудени да го ограничат времето за капење, наводнување, перење и сл.

- Загадување на воздухот и околината- Отпадот кој го оставаат туристите зад себе е еден од најчестите проблеми со кој се соочува туристичката дестинација, но не изостанува и загадениот воздух. Колку повеќе возила толку повеќе загаден воздух.

-Туризмот исто така може да доведе до ерозија на почвата.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

- Влијае врз климатските промени
- Загуба на културниот идентитет. Многу често домашното население започнува да го копира стилот на живот на туристите. Се облекуваат како туристите, зборуваат и се однесуваат како нив што може да доведе до губење на домашните обичаи и традиции.
- Често пати вработувањето е сезонско.

**Табела бр. 19 Проценка на годишниот обрт (по категории) на износот од 1000 \$
туристичка потрошувачка¹¹⁰**

Категорија на	трансакција во \$					Вкупни издатоци	годишен обрт по 1\$
	прва	втора	трета	четврта	петта		
Потрошувачка							
-сместување	250,0	250,0	178,0	112,0	64,5	854,5	3,42
-исхрана и пијалак	320,0	320,0	211,0	137,0	63,0	1051,5	3,28
-Купување/трговија	250,0	250,0	149,0	89,5	48,5	787,0	3,15
-Разглед и забава	100,0	100,0	70,5	41,0	25,0	336,5	3,30
-локален транспорт	50,0	50,0	29,0	16,5	7,5	153,0	3,06
-останато	30,0	30,0	16,5	9,0	4,5	90,0	3,00
Вкупно:	1000,0	1000,0	654,0	405,0	213,5	3272,5	3,27
Сите категории						212,1	3,48
Вкупно сите 13 трансакции						3483,6	

¹¹⁰ Унковиќ С. , *Економика туризма*, Современа администрација, Београд, 1980 , стр. 51.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Објаснувањето е следно: туристичката потрошувачка 1000 долари во тек на 1 година поминала низ 5 трансакции. Првата трансакција е плаќањето на тие 1000\$ од страна на туристите за услугите кои ги користеле и дадено е по категории на услуги.

Табела бр. 20 Седишта во југозападниот плански регион и во цела РСМ

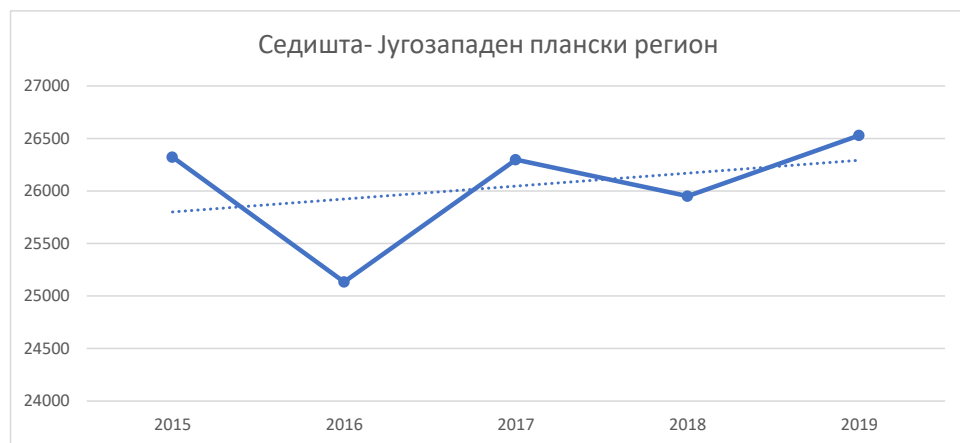
	2015	2016	2017	2018	2019
	Седишта	Седишта	Седишта	Седишта	Седишта
Република Северна Македонија	131230	130 069	136 502	137 749	140 789
Југозападен плански регион	26322	25 134	26 297	25 950	26 529
% учество во вкупни седишта од југозападниот плански регион на РСМ	20.05%	19.32 %	19.26 %	18.84%	18.84%

Графикон бр. 56 Седишта во РСМ и седишта во југозападниот плански регион

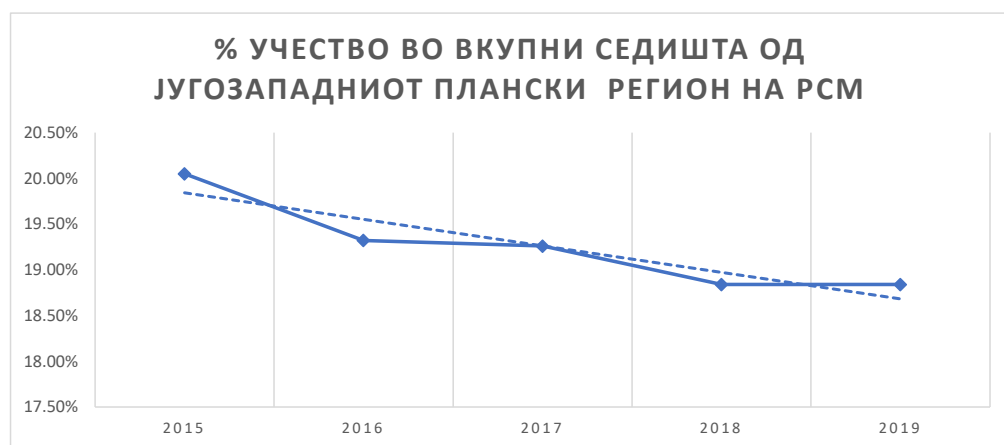


**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Графикон бр. 57 Седишта во југозападниот плански регион



Графикон бр. 58 % учество во вкупни седишта од југозападниот плански регион на РСМ – тренд линија



ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Според табелата бр. 23 можеме да заклучиме дека според учеството на вкупниот број седишта од југозападниот регион во вкупниот број на седишта во цела Република Северна Македонија, процентуалната вредност по години е од 18% до 20% од каде што може да се забележи тренд на опаѓање од година во година, и истиот процент во последните две анализирани години 2018 и 2019 година.

6.5 АНАЛИЗА НА ДАНОЦИТЕ ВО ТУРИСТИЧКИТЕ БИЗНИСИ

Табела 21 Насоки и цели за зголемување на видливоста преку дигитален маркетинг¹¹¹

Tourism objective / во која насока сакаме да се движи туризмот	internet marketing and Social media goal/ цели кои сакаме да ги постигнеме со рекламирање на интернет портали и социјални медиуми	Целна група/потенцијални туристи
Зголемување на бројот на туристи и ноќевања од целните пазари	awareness (these metrics illuminate your current and potential audience) отсликување на нашите сегашни и потенцијални туристи	Фамилијарни патувања 35-45 години
Препознатлив бренд/ Растење/ ширење на брендот Поголема конкурентност и препознатливост на Република Северна Македонија како туристичка дестинација	engagement (these metrics show how audience are interacting with your content) како публиката комуницира	25+
Диверзификација (промоција на сите туристички региони) туризмот ќе може рамномерно да се развива, а да не биде концентриран во двата најголеми туристички региони.	consumer (these metrics reflect how active customers think and feel about your brands) како активните клиенти размислуваат и се чувствуваат за нашиот бренд	backpackers/independent travellers

¹¹¹ <http://tourismmacedonia.gov.mk/wp-content/uploads/2020/06/Godisen-izvestaj-za-realizacija-na-programata-za-2009god.pdf> стр.28.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Раст на БДП / девизен прилив по основ туризам долгорочен одржлив развој на туризмот за инклузивен економски раст во Република Северна Македонија	conversions (these metrics demonstrate the effectiveness of our social engagement) ефективноста на нашите активности на интернет порталите и социјалните медиуми	Туристи со поголеми примања кои имаат влијание врз јавното мислење
--	--	---

На табела 1 се прикажани насоките и целите кои сакаме да ги постигнеме со рекламирање на интернет порталите и социјалните медиуми, како и целната публика на која ѝ се обраќаеме.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

VII. МЕТОДОЛОГИЈА И РЕЗУЛТАТИ ОД ИСТРАЖУВАЊЕТО

Истражувањето спроведено на тема: „Економско-финансиски ефекти од развојот на туризмот во југозападниот регион во Република Северна Македонија“ е насочено главно на економските ефекти на туризмот во нашата земја. Оваа студија е фокусирана на југозападниот регион на земјата кој има посебна туристичка атракција и е исто така важен во привлекувањето странски и домашни туристи. Оваа студија е главно фокусирана на туризмот во следните општини: Охрид, Струга, Кичево, Дебар, Македонски Брод, Дебрца, Пласница, Вевчани и општина Центар Жупа.

Најголем број туристи од спроведените истражувања имаа општините: Охрид, Струга, Кичево и Дебар, што исто така помогна во економијата на земјата и во регионалниот развој.

Важно е да се нагласи дека ова истражување на овој сектор помогна да се предвидат можностите за развој на туризмот и влијанието на овој развој во економска смисла и подобрување на животниот стандард и економскиот раст на земјата.

Сите користени методи на истражување ја олеснија работата во извлекувањето на што е можно попрецизни заклучоци и резултати, што ќе служат во иднина на ова поле.

7.1 МЕТОДОЛОГИЈА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Оваа студија се заснова на литературно истражување од различни локални и странски автори од оваа област. Направено е собирање и анализа на разни податоци, истражување на пазарот за туристичкиот сектор, што многу помогна во донесените заклучоци. Користен е квалитативен метод за прибирање на податоци, што придонесе целата студија да биде поквалитетна, а исто така се надевам во иднина ќе придонесе и за подобри резултати во областа на туризмот.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Методите што се користат во ова истражување се:

- Статистички метод - статистичките податоци беа собрани главно од Заводот за статистика на Северна Македонија, Централната банка на земјата и Светска банка.
- Методот на собирање податоци и материјали од областа на туризмот и економијата кои помогнаа во оваа студија.
- Метод на анализа - во оваа студија од собраните податоци се направени анализи, како што се анализа на БДП, број на вработени во туристичкиот сектор, странски и домашни инвестиции во Северна Македонија и нивниот ефект во југозападниот регион, анализа на бројот на домашни и странски туристи во овој регион, време на престој на туристите во овој регион итн.
- Графички метод - преку овој метод се претставени графички сите собрани и обработени податоци, каде што може многу јасно да се види разликата помеѓу годините, но и нивните општи вредности кои помогнаа во утврдувањето на конечните резултати.
- Економетриски метод - преку овој метод се претставени трендовите на зголемување и намалување на макроекономските индикатори и индикаторите за туризам.

За собирање на податоците, покрај употребата на литература од страна на локални и странски автори, во истражувањето беше искористено и анкетање како метод за собирање на податоци што помогна да се утврдат конечните резултати.

Како што споменав погоре, местото каде што беше спроведено ова истражување е југозападниот плански регион на северна Македонија, а периодот на истражувањето е главно од 2014 до 2020 година, освен во економетрискиот дел каде што е анализиран подолг временски период од 1995 година до 2018 година.

Имаме и неколку истражувачки фази како што се:

- Првата фаза - оваа фаза се состои од собирање и консултација на домашна и странска литература од областа на туризмот и економската литература, заснована врз

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

истражување спроведено во овој туристички сектор и мислења дадени од различни автори.

- Втората фаза - се состои од собирање на податоци во југозападниот плански регион, истражување спроведено во овој регион и обработка на податоци.
- Трета фаза - оваа фаза е фазата на заклучоци донесени од претходно анализирани податоци и ефектот што оваа студија ќе го има врз туристичкиот сектор.

Анкетата спроведена во овој регион, која им помогна на резултатите постигнати со ова истражување, вклучува 23 прашања кои се формулирани со неколку опции за одговарање од страна на туристите. Анкетата ги вклучува следниве прашања:

Табела бр. 22 Анкета на туристи во врска со туризмот во Северна Македонија

1. Пол	Машки	Женски		
	64%	36%		
2. Возрасна група	До 20 години	Од 20 до 40 години	Од 40 до 60 години	Над 60 години
	15%	55%	19%	11%
3. Статус на вработеност	Студент	Вработен	Невработен	Пензионер
	8%	74%	6%	12%
4. Место од кое доаѓате	Домашен турист	Странски турист		
	42%	58%		
5. Колкаво значење им придавате на туристичките одмори?	Мало	Средно	Големо	
	10%	65%	25%	

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

6. Претпочитате :	Домашен туризам	Странски туризам		
	47%	53%		
7. Дали за прв пат ги посетувате туристичките атракции во Република Северна Македонија?	Да	Не		
	31%	69%		
8. Од каде добивте информација за посета на РСМ ?	Пријатели/роднини	Туристички оператори	Интернет	Медиуми
	13%	40%	35%	12%
9. Основни фактори при изборот на југозападниот плански регион како туристичка дестинација?	Култура / фестивали	Природа/ релаксација	Посета на пријатели и роднини	Бизнис / конференции
	16%	39%	27%	18%
10. Како го оценувате туризмот во РСМ?	На високо ниво	На средно ниво	На ниско ниво	
	37%	54%	9%	
11. Како ги оценувате инвестициите на бизнисите во полето на туризмот во овој регион?	Сиромашни	Задоволни	Добри	Многу добри
	10%	39%	41%	10%
12. Што мислите дека е приоритет за подобрување на инвестициите во туризмот?	Инфраструктура	Менаџирањето	Квалитетот на услугите	Друго
	29%	15%	50%	6%

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

13. Колку ќе престојувате во ова место ?	Дневна посета	Од 1 до 5 дена	Од 5 до 10 дена	Повеќе од 10 дена
	43%	31%	15%	11%
14. Колку сте задоволни од сместувањето во овој регион?	Незадоволни	Средно задоволни	Задоволни	Многу задоволни
	9%	36%	44%	11%
15. Дали сте задоволни од локалната традиционална кујна?	Не сум задоволен/ на	Средно задоволен/ на	Задоволен/на	Многу задоволен/ на
	5%	19%	56%	20%
16. Колку сте задоволни од хигиената(хотели, ресторани, барови, плажи, природа, патишта и др.)	Не сум задоволен/ на	Средно задоволен/ на	Задоволен/на	Многу задоволен/ на
	15%	42%	36%	7%
17. Што мислите за цените во туризмот?	Ниски	Разумни	Добри	Високи
	10%	30%	35%	25%
18. Дали се усогласни цените во туризмот со нивото на услуги?	Да	Не	До некаде	
	20%	52%	28%	
19. Колку влијае безбедноста која ја чувствувате во Северна Македонија врз поттикот на туризмот?	Многу влијае	Делумно влијае	Малку влијае	Воопшто не влијае

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

	51%	38%	8%	3%
20. Што мислите дека потпомага за промовирање на туризмот во југозападниот плански регион на земјата?	Поволности за билети	Информации за сместувачките капацитети	Транспортни и инфраструктурни подобрувања	Публицитет во национални и меѓународни медиуми
	28%	23%	30%	19%
21. Што од културното наследство во овој регион најмногу ви се допаѓа за посетување?	Верските објекти	Историските градови	Одбрамбеното наследство	Музеите и уметничките галерии
	15%	37%	13%	35%
22. Дали би препорачале посета на југозападниот плански регион на Северна Македонија на други лица?	Да	Можеби	Не	
	69%	22%	9%	
23. Дали повторно во иднина би се вратиле да го посетите овој регион?	Да	Можеби	Не	
	66%	25%	9%	

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

7.2 РЕЗУЛТАТИ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Од целото ова истражување спроведено за економските ефекти на туризмот, дојдовме до неколку резултати кои се многу важни за овој сектор и исто така се донесени вредни заклучоци во врска со оваа студија.

На почеток, ќе ги претставам резултатите постигнати со истражувањето спроведено во четири општини, вклучувајќи ги општините Охрид, Струга, Кичево и Дебар, каде бројот на испитаници е 200, и тоа по 50 што дејствувале во секоја од овие општини.

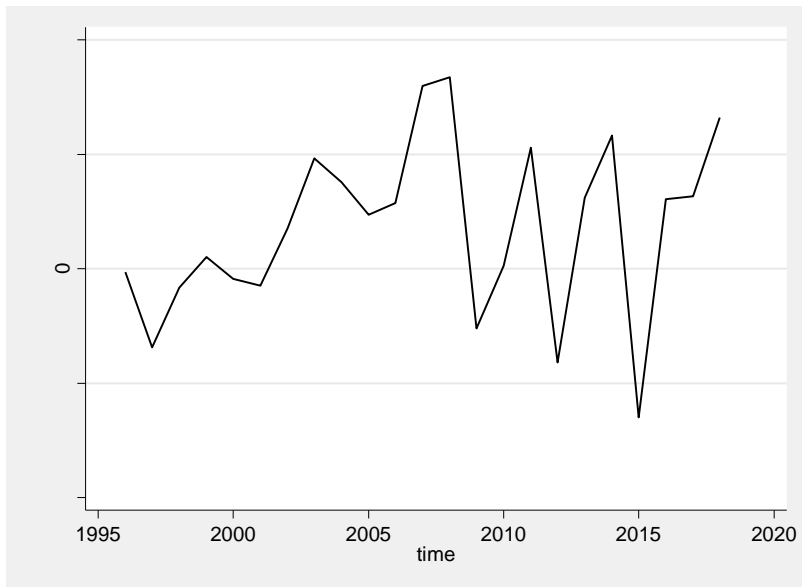
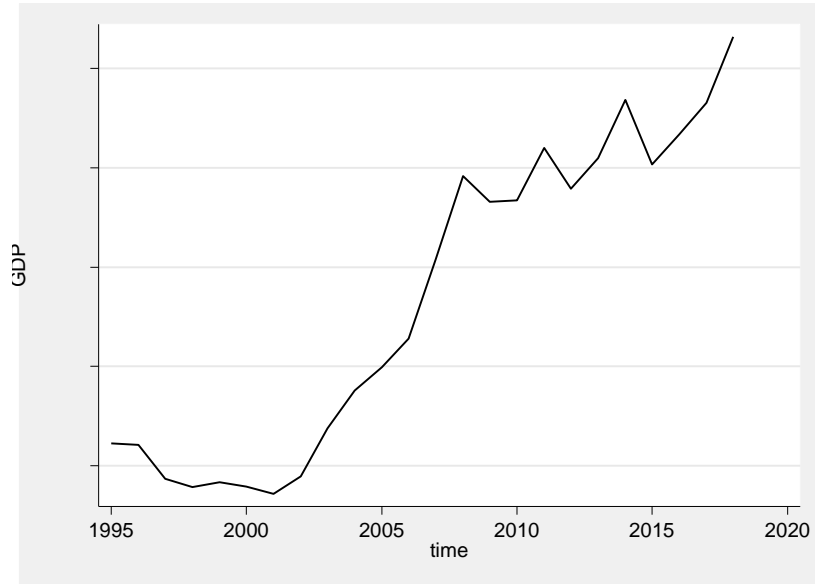
Во однос на ова истражување, вкупниот број испитаници по пол, вредноста во процентот е 64% машки и 36 % жени.

ПОДАТОЦИ И МЕТОДОЛОГИЈА

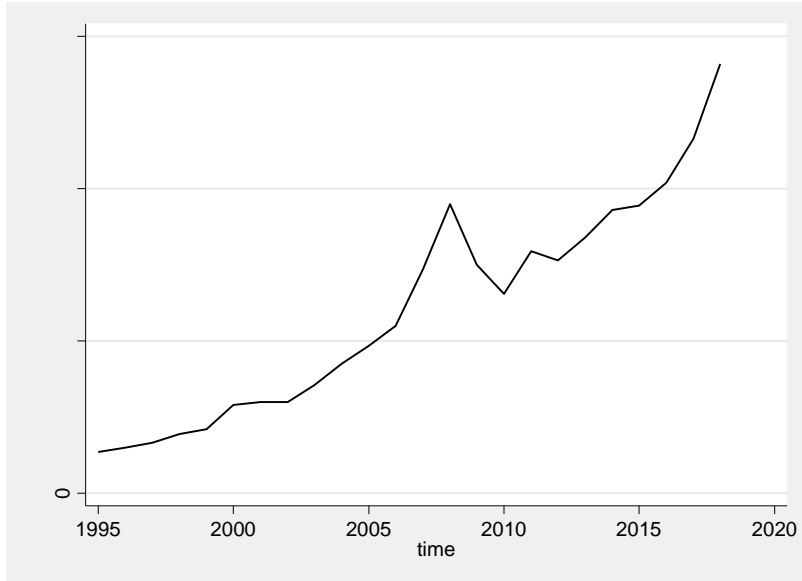
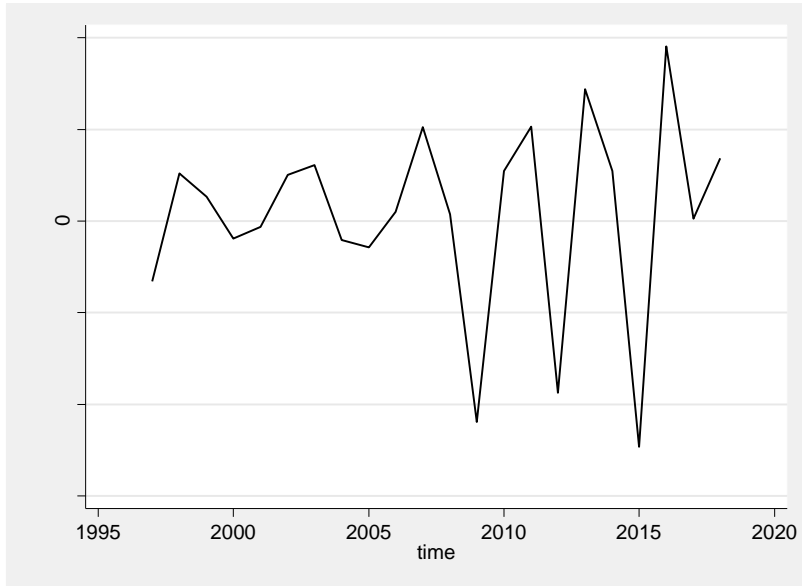
Периодот на примерокот ги опфаќа годишните податоците за периодот 1995 - 2018 година извадени од базата на податоци на Светска банка. Примената на тестот за каузалност на Гренџер како додаток на тестот за коинтеграција, како што е Векторската авторегресија (ВАР), помага да се открие насоката на каузалноста. Исто така, помага да се идентификува која променлива дејствува како детерминирачки фактор за друга променлива. ВАР моделот вклучува минати вредности на други серии во сопствената историја на сериите. Гренџер каузалност во ВАР моделот вклучува корелација.

Тестот за единица корен се изведува за да се провери дали има константност и откриваме дека нивоата на променливите се константни и неконстантни кај првите и вторите разлики. Следните графички прикази ги потврдуваат променливите на бруто-домашниот производ, странските директни инвестиции, меѓународниот туризам, трошоците (сите променливи изразени во УСД).

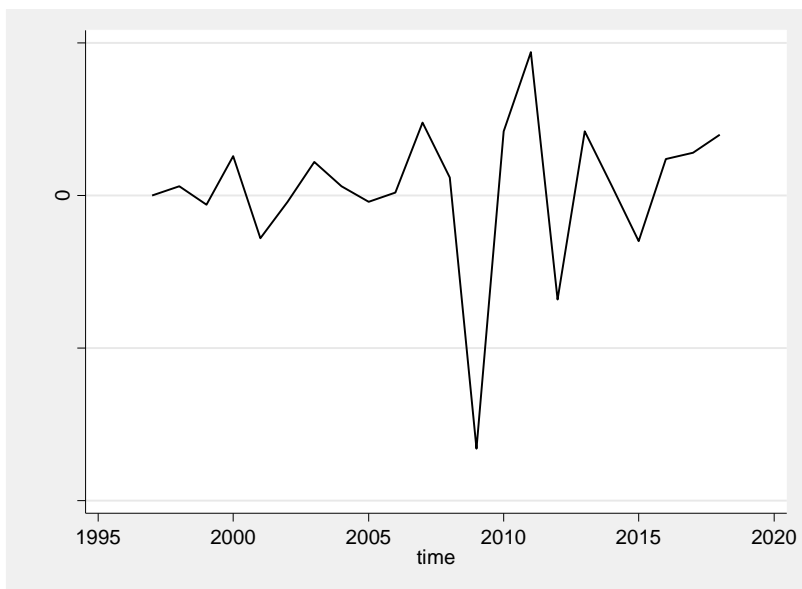
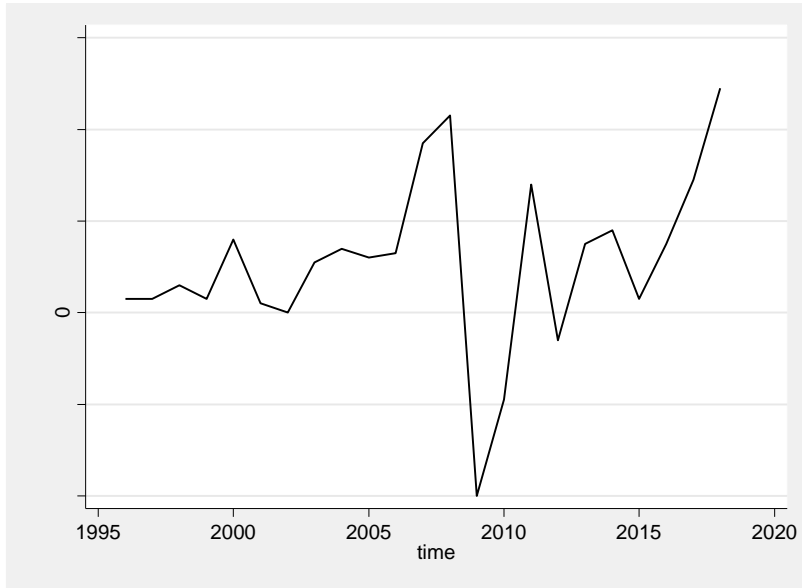
ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**



ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Редоследот на должината на заостанувањата е одреден од Критериумот за Информации на Шварц (SIC) и Критериумот за Информации на Акаике (AIC) и произлегува дека за нашиот модел се предлагаат две заостанувања. За емпириски докази е применета методологијата на Каузалноста на Гренџер (1969).

Во табелата е прикажан тестот за единицата на коренот Augmented Dickey Fuller за секоја променлива за да се тестира хипотезата $H_0: \beta = 0$ (присуство на единичниот корен) наспроти $H_1: \beta \neq 0$ (отсуство на единичниот корен) бидејќи, за да се користи VECM, променливите треба да бидат константни со цел да се избегнат лажни резултати.

Табела бр. 23 Тестот за единицата на коренот Augmented Dickey Fuller

ADF	Прва разлика (константна)		Прва разлика (константна, линеарен тренд)		Прва разлика	
	T Статистика	P Вредност	T Статистика	P Вредност	T Статистика	P Вредност
GDP_D1	-3.0	0.29	-3.6	0.63	-1.74	0.03
EXPEND_D1	-3.0	0.36	-3.6	.62	-1.7	0.04
GDP	-3.0	1.0	-3.6	1.0	-1.74	
EXPEND	-3.0	0.99	-3.6	.77	-1.7	0.79

*** значајно кај 1% ниво ** значајно кај 5% ниво * значајно кај 10% ниво

Cointegration and Granger Causality test are presented in the following tables:

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

VAR пристапот е инициран од Johanson (1988) и истиот се користи за нашите примероци на податоци. Коинтеграцијата и тестот за каузалност Гренџер се претставени во следните табели:

Табела бр. 24 Коинтеграцијата и тестот за каузалност Гренџер

Нулта хипотеза	Статистички траги	5% критична вредност (траги)
$r=0$	21.0	15.49
$r=1$	8.4	7.36

Тестот за трага покажува дека постои една равенка за коинтеграција помеѓу БДП и трошоците за туризам што сугерира дека може да има долгорочна врска меѓу нив.

Проценката сугерира дека производителот на БДП предизвикува ТРОШОЦИ (со 5% ниво на значење, $p = (0,09)$); но ТРОШОЦИТЕ не предизвикуваат производство на БДП ($p = (0.694)$).

Табела бр. 25 Равенка за коинтеграција помеѓу БДП и трошоците за туризам

Независни променливи	Зависни променливи	Трошоци	БДП
GDP_d1		0.05 (0.09)	
EXP_d1			0.73 (0.694)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Phillips-Perron test for unit root Number of obs = 23
Newey-West lags = 2

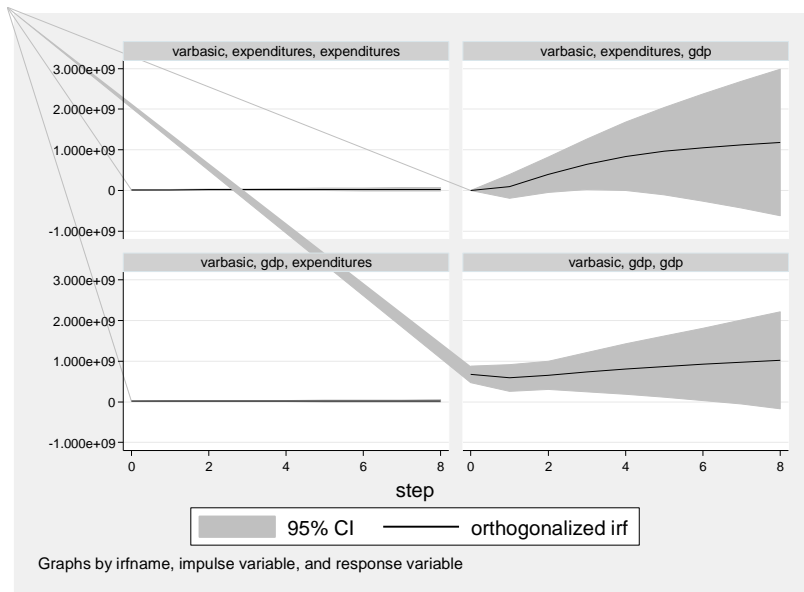
	Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller		
		1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(rho)	1.367	-17.200	-12.500	-10.200
Z(t)	1.019	-3.750	-3.000	-2.630

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.9945**

Phillips-Perron test for unit root Number of obs = 22
Newey-West lags = 2

	Test Statistic	Interpolated Dickey-Fuller		
		1% Critical Value	5% Critical Value	10% Critical Value
Z(rho)	-16.936	-17.200	-12.500	-10.200
Z(t)	-3.455	-3.750	-3.000	-2.630

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.0092**



**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Vector autoregression

Sample: **1997 - 2018** No. of obs = **22**
 Log likelihood = **-867.8365** AIC = **79.80332**
 FPE = **1.59e+32** HQIC = **79.92014**
 Det(Sigma_m1) = **6.29e+31** SBIC = **80.29924**

Equation	Parms	RMSE	R-sq	chi2	P>chi2
gdp	5	7.7e+08	0.9517	433.9002	0.0000
expenditures	5	2.1e+07	0.9235	265.6192	0.0000

	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
gdp						
gdp						
L1.	.6925196	.3144005	2.20	0.028	.0763058	1.308733
L2.	-.1780178	.2891483	-0.62	0.538	-.744738	.3887024
expenditures						
L1.	8.325007	12.67729	0.66	0.511	-16.52203	33.17205
L2.	16.67353	13.35337	1.25	0.212	-9.498587	42.84565
_cons	1.04e+09	4.89e+08	2.12	0.034	8.05e+07	2.00e+09
expenditures						
gdp						
L1.	-.0053266	.0086706	-0.61	0.539	-.0223206	.0116674
L2.	.0020386	.0079742	0.26	0.798	-.0135904	.0176677
expenditures						
L1.	1.277518	.3496154	3.65	0.000	.5922847	1.962752
L2.	-.0768897	.3682602	-0.21	0.835	-.7986664	.644887
_cons	1.15e+07	1.35e+07	0.85	0.394	-1.49e+07	3.80e+07

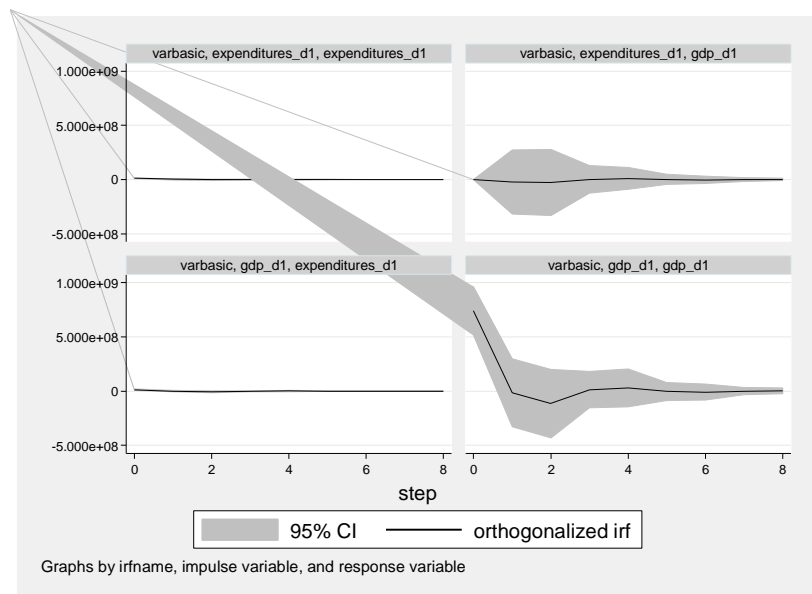
Vector autoregression

Sample: **1998 - 2018** No. of obs = **21**
 Log likelihood = **-829.6366** AIC = **79.96539**
 FPE = **1.87e+32** HQIC = **80.07334**
 Det(Sigma_m1) = **7.08e+31** SBIC = **80.46278**

Equation	Parms	RMSE	R-sq	chi2	P>chi2
gdp_d1	5	8.5e+08	0.0246	.5287933	0.9706
expenditures_d1	5	2.0e+07	0.1631	4.09158	0.3938

	Coef.	Std. Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]	
gdp_d1						
gdp_d1						
L1.	.0153497	.3118649	0.05	0.961	-.5958943	.6265937
L2.	-.1141478	.3115825	-0.37	0.714	-.7248383	.4965427
expenditur-1						
L1.	-1.956388	13.26568	-0.15	0.883	-27.95665	24.04387
L2.	-2.017346	13.81122	-0.15	0.884	-29.08684	25.05215
_cons	4.88e+08	2.02e+08	2.42	0.015	9.31e+07	8.83e+08
expenditur-1						
gdp_d1						
L1.	-.0037303	.0075083	-0.50	0.619	-.0184463	.0109856
L2.	-.0047274	.0075015	-0.63	0.529	-.01943	.0099753
expenditur-1						
L1.	.2245845	.3193771	0.70	0.482	-.4013832	.8505522
L2.	-.2611352	.3325112	-0.79	0.432	-.9128451	.3905748
_cons	1.45e+07	4853679	2.99	0.003	4998027	2.40e+07

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА



Granger causality wald tests

Equation	Excluded	chi2	df	Prob > chi2
gdp_d1	expenditures_d1	.0497	2	0.975
gdp_d1	ALL	.0497	2	0.975
expenditures_d1	gdp_d1	.73186	2	0.694
expenditures_d1	ALL	.73186	2	0.694

Selection-order criteria

Sample: 2000 - 2018 Number of obs = 19

lag	LL	LR	df	p	FPE	AIC	HQIC	SBIC
0	-415.815				6.6e+17*	43.8753*	43.8837*	43.925*
1	-415.74	.15173	1	0.697	7.3e+17	43.9726	43.9894	44.072
2	-415.265	.94938	1	0.330	7.8e+17	44.0279	44.0531	44.177
3	-414.397	1.7357	1	0.188	7.9e+17	44.0418	44.0754	44.2406
4	-414.356	.08226	1	0.774	8.8e+17	44.1427	44.1848	44.3913

Endogenous: gdp_d1
Exogenous: _cons

Selection-order criteria

Sample: 1998 - 2018 Number of obs = 21

lag	LL	LR	df	p	FPE	AIC	HQIC	SBIC
0	-832.607				1.1e+32*	79.4864*	79.508*	79.5859*
1	-832.016	1.183	4	0.881	1.6e+32	79.811	79.8758	80.1095
2	-829.637	4.7583	4	0.313	1.9e+32	79.9654	80.0733	80.4628

Endogenous: gdp_d1 expenditures_d1
Exogenous: _cons

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **21**

Test Statistic	1% Critical Value	Interpolated Dickey-Fuller 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-4.380	-3.600	-3.240

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **1.0000**

. dfuller gdp, drift lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **21**

Test Statistic	1% Critical Value	Z(t) has t-distribution 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-2.567	-1.740	-1.333

p-value for Z(t) = .

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **21**

Test Statistic	1% Critical Value	Interpolated Dickey-Fuller 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	0.858	-3.750	-3.000

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.9925**

. dfuller expenditures, drift lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **21**

Test Statistic	1% Critical Value	Z(t) has t-distribution 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	0.858	-2.567	-1.740

p-value for Z(t) = **0.7985**

. dfuller expenditures, trend lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **21**

Test Statistic	1% Critical Value	Interpolated Dickey-Fuller 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-1.644	-4.380	-3.600

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.7746**

. dfuller expenditures_d1, lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **20**

Test Statistic	1% Critical Value	Interpolated Dickey-Fuller 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-1.830	-3.750	-3.000

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.3654**

. dfuller expenditures_d1, trend lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **20**

Test Statistic	1% Critical Value	Interpolated Dickey-Fuller 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-1.965	-4.380	-3.600

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.6205**

. dfuller expenditures_d1, drift lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **20**

Test Statistic	1% Critical Value	Z(t) has t-distribution 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-1.830	-2.583	-1.746

p-value for Z(t) = **0.0429**

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **20**

Test Statistic	1% Critical Value	Interpolated Dickey-Fuller 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-1.991	-3.750	-3.000

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.2906**

. dfuller gdp_d1, trend lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **20**

Test Statistic	1% Critical Value	Interpolated Dickey-Fuller 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-1.943	-4.380	-3.600

Mackinnon approximate p-value for Z(t) = **0.6320**

. dfuller gdp_d1, drift lags(2)

Augmented Dickey-Fuller test for unit root Number of obs = **20**

Test Statistic	1% Critical Value	Z(t) has t-distribution 5% Critical Value	10% Critical Value
Z(t)	-1.991	-2.583	-1.746

p-value for Z(t) = **0.0319**

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Johansen tests for cointegration					
Trend: constant		Number of obs =		21	
Sample: 1998 - 2018		Lags =		2	
maximum rank	parms	LL	eigenvalue	trace statistic	5% critical value
0	6	-840.33826		21.0033	15.41
1	9	-833.83742	0.45123	8.4016	3.76
2	10	-829.63661	0.32973		

Главната хипотеза во ова истражување е „Проценката на влијанието на туризмот идентификува кои економски сектори ќе имаат корист од туризмот и ќе ги проценат промените што резултираат со приход и вработување во регионот“. Оваа хипотеза е потврдена и можеме да кажеме дека туризмот влијае на скоро сите економски сектори и имаат голема корист од него со донесување големи износи на приход што исто така го зголемува вработувањето во југозападниот плански регион на земјата со создавање нови работни места.

Од помошните хипотези следуваат следниве заклучоци:

- За развој на туризмот во нашата земја треба да се инвестира во атрактивни туристички места од овој регион, бидејќи со зголемувањето на инвестициите во овој регион може да се постигне привлекување на странски туристи, но и од земјата. Од ова истражување можам да кажам дека југозападниот плански регион има многу привлечни места кои се занемарени и имаат потреба од инвестиции за да бидат популарни за туристите.
- За развој на туризмот неопходно е да се инвестира.
- За привлекување странски инвестиции, Република Северна Македонија мора да понуди поволни услови и да направи инвеститорите, особено странските инвеститори, да ги зголемат инвестициите во нашата земја. Ова може да се постигне со намалување на даноците и давачките, како и полесно продирање на пазарот на овие инвеститори во туристичкиот сектор како еден од најпрофитабилните сектори.
- Информацискиот систем за туризам во Северна Македонија не е доволен и потребно е да се подобри, така што туристите ќе имаат интерес да ја посетат оваа земја, а особено југозападниот регион.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Од помошните хипотези произлегуваат следните заклучоци:

- Можеме да кажеме дека туристичките понуди во Северна Македонија остануваат посакувани и не се доволно квалитетни и не се убедливи, од ова можеме да констатираме дека треба да се направи подобрување и да се понудат најквалитетни производи на туристичкиот пазар.
- Туризмот е многу важен сектор за нови работни места и намалување на невработеноста во земјата, и можеме да кажеме дека е попотребен, бидејќи на овој сектор му требаат поголем број работници, особено како сезонски работник.
- Туризмот веќе е важен извор на приход во Северна Македонија што влијае на БДП на земјата и зачувувањето на традицијата и културното наследство.
- Од неодамна, условите и можностите за достигнување на одредена дестинација, поточно во југозападниот плански регион на Северна Македонија, се значително подобрени, а тоа се постигнува со подобрување на информацискиот систем и обезбедување туристички производи преку онлајн платформата.
- Треба да се подобрат и условите во хотелите и рестораните, да се обезбедат квалитетни услуги во туристичкиот сектор од овој регион што исто така ќе влијае на привлекувањето туристи.
- На крајот може да се каже дека Република Северна Македонија поседува поволни климатски услови, природни ресурси, културно богатство особено во југозападниот плански регион и професионални човечки ресурси.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

VIII ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ЈУГОЗАПАДНИОТ ПЛАНСКИ РЕГИОН НА ДРЖАВАТА.

8.1 СОГЛЕДУВАЊЕ НА ДОСЕГАШНИТЕ ПРОБЛЕМИ ВО РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

Влијанието на туризмот во сите овие процеси е незаменливо. Како што е добро познато, туризмот е една од ретките дејности која овозможува стоките и услугите на целокупното национално стопанство да се продаваат на меѓународниот пазар без нивно физичко дислоцирање од земјата. Вкупните ефекти на невидливиот извоз му овозможуваат на туризмот да игра улога на респектабилен извор на девизни средства. Притоа, интерес за проширување на туристичкиот пазар не треба да пројавуваат само субјектите од доменот на угостителството, туризмот и туристичкото посредување, туку и субјектите од целокупното стопанство кои имаат можност сопствените производи и услуги да ги прилагодуваат кон потребите на туристичкиот пазар.¹¹²

Во рамките на етаблирањето потполно нов политички, општествен и економски идентитет, се наметнува потребата и од креирање на соодветен туристички идентитет на земјата како интегрална туристичка дестинација, но и на одредени туристички дестинации во нејзините рамки, кои имаат изразена привлечна моќ и исклучителна атрактивност на интегралниот туристички производ на нашата држава, кој мора да биде препознатлив, конкурентен и јасно позициониран на меѓународниот туристички пазар.

➤ SWOT анализа на македонскиот туризам

Најдобар аналитички приод кон преставување на базичната проценка на македонскиот туристички производ преставува SWOT анализата.¹¹³ Таа ги опфаќа интерните силни и слаби страни на македонскиот туризам, како и екстерните шанси и развојни можности, односно ограничувања и опасности, поврзани со процесот на развој на туризмот во Република Македонија во целост.¹¹⁴

¹¹² 4 „Корист од парите добиени од туристите има повеќе или помалку секоја стопанска гранка“. Кларф, К. (1963): *“Tourism as a Factor in Economic Development”*, Roma: Tourism in Europe, стр. 4.

¹¹³ Димитров В. Н., Ангелова Петрова Т. *Менаџмент на туристички дестинации*, Битола, 2014, стр. 200.

¹¹⁴ Димитров В. Н., Ангелова Петрова Т., *оп. цит.*, стр. 201.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Табела бр. 26 SWOT анализа на македонскиот туризам- (југозападниот плански регион)

СИЛНИ СТРАНИ

- Туристичко-географска положба
- Природни убавини
- Културно и историско богатство
- Охрид и Охридското Езеро
- Населби со изразита специфика
- Концентрација на атрактивности на мал простор
- Здрава храна
- Гостољубивност итн.

СЛАБИ СТРАНИ

- Сместувачки капацитет
- Вонпансионска понуда
- Алтернативен туризам
- Квалитет, негативен однос Value for Money
- Изразена сезоналност
- Недоволна едуцираност на домашното население
- Прагматичен менаџментски кадар
- Маркетинг и промотивни активности

ШАНСИ И МОЖНОСТИ

- Дестинациски развој на туризмот
- Министерство за туризам
- Институт за туризам и угостителство
- Репозиционирање на туристичкиот пазар
- Привлекување странски инвестиции
- „Нови“ и атрактивни дестинации
- Селективен туризам
- Изградба на Коридор 8
- Развој на коридор Е-75
- Железничка мрежа

РИЗИЦИ И ОПАСНОСТИ

- Недефинирани државотворни елементи
- Организиран криминал
- Девијантни појави
- Загадување на природната средина
- Девастација на културното наследство
- Недостиг на инвестиции
- Недоволно симулирање на конкуренција
- Безбедносен менаџмент
- Регионална нестабилност.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

8.2 СОГЛЕДУВАЊЕ НА МОЖНОСТИТЕ ЗА ИДЕН РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

Примарни цели на Република Македонија во идниот туристички развој треба да бидат создавање квалитетен туристички производ и креирање сопствен препознатлив идентитет на меѓународниот туристички пазар. Нашата земја веќе започна да се позиционира како атрактивна и конкурента туристичка дестинација базирана врз организационен стратегиски интердисциплинарен пристап и сеопфатни промотивни активности.

Најдобра потврда дека кај меѓународната јавност полека се создава позитивен имиџ за нашата држава е зголемувањето на продажбата на македонските производи на странските пазари, како и враќање на странските туристи во Северна Македонија, отворање на нови кредитни линии и грантови за развој на стопанството, изработка на стратешки документи за заштита на животната средина и одржлив развој, унапредување на деловните трансакции и многу други развојни иницијативи, како и вклучување на земјата и нејзините деловни субјекти во меѓународните интегративни процеси.

Претходната констатација се потврдува преку реализација на неколку стратегии за развој на туризмот, како што се: Национална стратегија за развој на туризмот 2009 – 2013 година, Национална стратегија за рурален туризам 2012 – 2017 година и други документи кои веќе наоѓаат примена. Веќе неколку години видливи се овие резултати: изградени се нови содржини кои предизвикуваат интерес кај туристите, па од тука и зголемен е бројот на посетители, бројот на ноќевања, изградени се поголем број хотели, ресторани, а во руралните средини започнато е субвенционирање на бизниси кои го стимулираат руралниот туризам, итн.

Без сомнение, комплексноста и мултидимензионалниот карактер на туризмот бараат голем број активности и координација буквално на сите релевантни фактори. Едноставно, доколку туризмот претставува стратешки сектор на стопанството, тогаш тој бара и активна туристичка политика. Од друга страна, развојно ориентираната туристичка политика бара особено активна улога на државата, која ќе го афирмира туризмот како стратешки извозен сектор на стопанството

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

ЗАКЛУЧОЦИ

Туризмот во сите држави, без разлика дали е развиена или неразвиена, е национален приоритет, и исто така е поддржан од локалните бизниси. Но кога ќе застанеме од компаративен, истражувачки и анализирачки аспект, забележуваме разновидност и разлики меѓу земјите во однос на поддршката на развој на домашниот туризам. Ова го тврдиме бидејќи за да функционира поддршката не само во теорија, туку и во пракса треба да се одвои посебен буџет за да се подготват стандардизирани и усогласени закони со земјите - членки на ЕУ, како и да се одвои буџет за развој на бизнисот, да се создадат договори за соработка помеѓу локалните и странските бизниси, а потоа да се создадат државни ослободувања за слободно движење на стоки преку границата во корист на земјата.

Позитивниот ефект од развојот на туристичката индустрија не е ограничен само на туристичкиот сектор, туку се одразува и на развојот на другите сектори на економијата на една земја.

Посетителите кои доаѓаат од странство, со потрошувачка на туристички производи и користење на инфраструктурата, услугите, стоките и човечките ресурси, влијаат на растот на извозот во земјата. Ова значи дека промовирањето и развојот на туризмот води кон зголемување на вредноста на извозот и намалување на увозот во земјата.

Државата, како со закон така и со устав, е обврзана да го поддржи туристичкиот сектор, како и да ја надгледува неговата работа за да ја врши својата дејност во согласност со важечките закони и со цел да се основа бизнис ги плаќа државните обврски според важечкиот закон. Стабилизацијата на туризмот доаѓа до израз само кога е надгледувана да нема движење на цената онака како што посакува сопственикот, туку да биде во согласност со реалниот тек на лојалната конкуренција на територијата на земјата каде што работи. Државата за време на развојот на туризмот треба да изгради механизми за заштита на туризмот и да ги спроведе токму преку поставување стандарди на развиените земји и во согласност со стандардните да ги применат националните закони кои се во сила и да го регулираат и заштитуваат туризмот воопшто. На туризмот треба да му се овозможи можност за движење на неговиот бизнис во и надвор од територијата. Туризмот се развива не само од природната убавина, туку и од државната деловна поддршка. За да биде

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

примамлив за одредена категорија на лица внатре и надвор од државата, државата треба да создаде безбедност во туризмот, така што луѓето кои го преферираат и обожаваат тој туризам да бидат слободни.

За реализација на оваа теза беа користени разни извори и материјали кои се поврзани со областа на туризмот и развојот на туристичкиот бизнис. Користена е и домашна и меѓународната литература со единствена цел да се постигне труд со висока вредност кој ќе се користи во иднина.

Од истражувањето на туристичките, природните и општествените вредности кои ги поседува нашата земја, кои имаат големо значење за туризмот се Шар Планина, која е позната по планинскиот туризам и е многу привлечена за туристите од земјата и од странство, како рекреативен ски-центар; Охридско Езеро кое е една од најпосетуваните и најпосакуваните дестинации од страна на многу туристи и една атрактивна туристичка дестинација која носи бројни економски придобивки во Македонија, како и други места кои ги поседуваме. Оваа докторска дисертација исто така ги анализира и можностите и добриот маркетинг, како Северна Македонија да стане туристичка дестинација и една од најпосетуваните дестинации во регионот, што значи дека има наведено неколку принципи, стратегии и мерки според кои треба да се комплетира туристичката понуда и да се пласира на глобален туристички пазар. Освен ова, направена е и анкета. Сите овие фактори треба да се анализират за да се добие заклучок кој ќе влијае врз подобрувањето или развојот на туризмот и анализирање на економските ефекти кои се многу важни во оваа дисертација.

За крај, треба да нагласиме дека сите видови туризам што ги имаме имаат потенцијал да ја направат Македонија одлична туристичка дестинација, но се јавува потреба за нови инвестиции кои би ја комплетирале туристичката понуда. Според сите овие карактеристики што ги спомнавме можеме да дојдеме до заклучок кој би помогнал за подобрувањето на туризмот во нашата земја.

Планирањето на развојот на туризмот е ефикасен метод за рационални одлуки. Планирањето на развојот на туризмот во Македонија треба да има за цел:

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

- оспоставување на комуникациска мрежа за поврзување на туристичките дестинации со најважните туристички пазари, комбинирање на сите начини на транспорт, развој и подобрување на внатрешната сообраќајна мрежа.
- Обезбедување континуирани ресурси на инвестицискиот капитал во туристичката економија, за развој, проширување, дополнување и обновување на капацитетите за туристичко сместување.
- Обезбедување туристички производи според количината, видот и квалитетот што ги бараат туристите во туристичка дестинација за да ги задоволат нивните потреби и желби.
- Стручна обука на работната сила потребна за производство на туристички добра и услуги во туристичка дестинација и соодветна едукација на населението со цел да се добие туристичко образование. Обуката, не само на менаџерите туку и на сите оние кои се занимаваат со туризам, придонесува за зголемување на квалитетот на услугите, за најдобра понуда на туристички услуги и конкуренција на туристичкиот производ.
- Зачувување на одржливо ниво на цените, стоките и туристичките услуги кои се произведуваат во туристичка дестинација, бидејќи зголемувањето на нивната цена го има истото влијание кое го има намалувањето на приходите на туристите.
- Максимизирање на придобивките на туристите кои произлегуваат од потрошувачката или користењето туристички добра и услуги на одредена дестинација и време.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

СПИСОК НА СЛИКИ

Слика 1 Летен туризам

Слика 2 Градски туризам

Слика 3 Културен туризам

Слика 4 Авантуристички туризам

Слика 5 Еко туризам

Слика 6 Ацилак

Слика 7 Бизнес/Мице туризам

Слика 8 Спа туризам

Слика 9 Планински / зимски туризам

Слика 10 Крстарење

Слика 11 Посета на семејство/пријатели

Слика 12 Езерски туризам

Слика 13 Национален Парк Галичица

Слика 14 Дебарско Езеро

Слика 15 Вештачко езеро Глобочица

Слика 16 Слатинското Езеро

Слика 17 Реката Треска- Кичево

Слика 18 Реката Црн Дрим

Слика 19 Реката Радика

Слика 20 Вевчанските Извори

Слика 21 Билјанините Извори

Слика 22 Бањата Косовраст

Слика 23 Бања БАЊиште

Слика 24 Манастирската црква Св. Климент

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Слика 25 Св. Пречиста – Кичево

СПИСОК НА ТАБЕЛИ

Табела бр. 1 Бројот на угостителски објекти

Табела бр. 2 Вработеност по дејности, по години

Табела бр. 3 Објекти за сместување и сервисни дејности со храна

Табела бр. 4 Компоненти на БДП по сектори и оддели на НКД Рев.2, по години

Табела бр. 5 Бруто вредност на туристички дејности

Табела бр. 6 Број на туристи и ноќевања

Табела бр. 7 Број на туристи и ноќевања по видови туристички места и по видови објекти за сместување, јуни 2020 година

Табела бр. 8 Просечно исплатена нето-плата по вработен, по сектори на дејност

Табела бр. 9 Бруто инвестициите во Република Северна Македонија

Табела бр. 10 Индекси на цените на угостителските услуги

**Табела бр. 11 Директни инвестиции во Република Северна Македонија
- трансакции - по дејности, по години**

Табела бр. 12 Основни компоненти на платниот биланс на Република Северна Македонија

Табела бр. 13 Угостителство во РСМ, по региони, по години- промет во илјади денари

Табела бр. 14 Угостителство во РСМ, по региони, по години- деловни единици

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Табела бр. 15 Обем, динамика и структура на туристичка посетеност

Табела бр. 16 Обем, динамика, структура и процентуален однос на остварените ноќевања

Табела бр. 17 Туристи и ноќевања на туристи по видови туристички места, по години

Табела бр. 18 Туристи и ноќевања на туристи по видови туристички места, по години(езерски места)

Табела бр. 19 Проценка на годишниот обрт (по категории) на износот од 1000 \$ туристичка потрошувачка

Табела бр. 20 Седишта во југозападниот плански регион и во цела РСМ

Табела 21 Насоки и цели за зголемување на видливоста преку дигитален маркетинг

Табела бр. 22 Анкета на туристи во врска со туризмот во Северна Македонија

Табела бр. 23 тестот за единицата на коренот Augmented Dickey Fuller

Табела бр. 24 Коинтеграцијата и тестот за каузалност Грендер

Табела бр. 25 Равенка за коинтеграција помеѓу БДП и трошоците за туризам

Табела бр. 26 SWOT анализа на македонскиот туризам- (југозападниот плански регион)

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

СПИСОК НА ГРАФИКОНИ И КАРТИ

Список на карти

Карта бр. 1 Југозападен плански регион во Република Северна Македонија

Карта бр. 2 Карта на Балкански полуостров

Список на графикони

Графикон бр. 1 Вработеност на Објекти за сместување и сервисни дејности со храна

Графикон бр. 2 Вработеност во вкупно дејности во РСМ

Графикон бр. 3 % учерство во вработеност на објекти за сместување и сервисни дејности со храна на вкупно вработеност во РСМ

Графикон бр. 4 БДП на туристичките агенции, организатори на патувања и останати резервациски услуги

Графикон бр. 5 БДП од објекти за сместување и сервисни дејности со храна

Графикон бр. 6 БДП од воден транспорт

Графикон бр. 7 БДП од Рибарство и аквакултура

Графикон бр. 8 БДП од објекти за сместување

Графикон бр. 9 БДП од спортски, забавни и рекреативни дејности

Графикон бр. 10 тренд линија на сите туристички дејности по години

Графикон бр. 11 пол на анкетираниите за безбедносните проблеми за време на туристичката сезона

Графикон бр. 12 возрасна група на анкетираниите за безбедносните проблеми за време на туристичката сезона

Графикон бр. 13 туристи анкетираниите за безбедносните проблеми за време на туристичката сезона

Графикон бр. 14 безбедноста во текот на ноќта во ова туристичка сезона

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

- Графикон бр. 15 безбедноста во текот на денот во ова туристичка сезона
- Графикон бр. 16 безбедноста во плажните капалишта
- Графикон бр. 17 задоволството од спасувачите на плажите
- Графикон бр. 18 безбедносните мерки во врска со Covid 19 во хотелите, рестораните и баровите
- Графикон бр. 19 проблемите во врска со бесбедноста во текот на туристичка сезона
- Графикон бр. 20 Разликата на бруто инвестиции и БДП
- Графикон бр. 21 процентуално учество на бруто инвестиции на БДП
- Графикон бр. 22 Индекс база 2015
- Графикон бр. 23 Вкупни ДИ во туристичкиот сектор
- Графикон бр. 24 Вкупни ДИ во РСМ
- Графикон бр. 25 Процентуално учество на ДИ во туристичкиот сектор на ДИ во РСМ
- Графикон бр. 26 учеството и прометот во илјади денари во угостителството во југозападниот плански регион
- Графикон бр. 27 тренд линија за индекс база на угостителството во југозападниот плански регион и угостителството во РСМ
- Графикон бр. 28 процентуално учество на вкупниот промет од југозападниот плански регион на РСМ
- Графикон бр. 29 деловни единици во РСМ и во југозападниот плански регион
- Графикон бр. 30 процентуално учество на вкупно деловни единици од југозападниот плански регион на РСМ
- Графикон бр. 31 деловни единици во југозападниот плански регион- индекс база 2014
- Графикон бр. 32 тренд линија на деловни единици во југозападниот плански регион
- Графикон бр. 33 Обем, динамика и структура на туристичка посетеност

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Графикон бр. 34 број на туристи во југозападниот плански регион и вкупен број на туристи во РСМ

Графикон бр. 35 Процентуално учество на бројот на туристите од регионот во вкупниот број на туристи во РСМ

Графикон бр. 36 број на домашни и странски туристи во 2015

Графикон бр. 37 број на домашни и странски туристи во 2016

Графикон бр. 38 број на домашни и странски туристи во 2017

Графикон бр. 39 број на домашни и странски туристи во 2018

Графикон бр. 40 број на домашни и странски туристи во 2019

Графикон бр. 41 Обем, динамика, структура и процентуален однос на остварените ноќевања

Графикон бр. 42 Остварени ноќевања на странски туристи и вкупниот број на остварени ноќевања во регионот

Графикон бр. 43 Остварени ноќевања на домашни туристи и вкупниот број на остварени ноќевања во регионот

Графикон бр. 44 Остварени ноќевања во регионот и вкупен број остварени ноќевања во РСМ

Графикон бр. 45 процентуално учество на вкупниот број ноќевања во регионот во вкупниот број ноќевања во РСМ

Графикон бр. 46 домашни и странски туристи -индекс база 2015

Графикон бр. 47 домашни и странски туристи на бањарски места

Графикон бр. 48 домашни туристи во бањарски места

Графикон бр. 49 странски туристи во бањарски места

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

Графикон бр. 50 споредба на вкупен број туристи во бањарски места и вкупен број
туристи во РСМ

Графикон бр. 51 тренд линија на домашни и странски туристи – индекс база 2015

Графикон бр. 52 туристи во езерски места

Графикон бр. 53 учество на туристите од езерски места на вкупниот број на туристи во
РСМ

Графикон бр. 54 процентуално учество на туристите од езерски места на вкупниот број на
туристи во РСМ – тренд линија

Графикон бр. 55 туристи по години во РСМ

Графикон бр. 56 седишта во РСМ и седишта во југозападниот плански регион

Графикон бр. 57 седишта во југозападниот плански регион

Графикон бр. 58 % учество во вкупни седишта од југозападниот плански регион на РСМ

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

1. Аврамоски М., *Економика на туризмот и угостителството*, Охрид, 2002.
2. Аврамоски М., *Економика и организација на туризмот*, Охрид, 2000.
3. Андоновски Т., *Планински врвови во СР Македонија повисоки од 2000 м*, Географски разгледи, кн. 15-16, Геоградско друштво на СР Македонија, Скопје, 1978.
4. Ацковски Н, Ацковска М., *Политика за развој на туризмот*, 2001.
5. Ацковски Н. и Ацковска М., *Економика и организација на угостителството*, ФТУ, Охрид, 2003.
6. Ацковска М. ,*Туризмот е економскиот развој на Република Македонија*, Скопје, 2009.
7. Aaker, D. A., *Managing Brand Equity*, The Free Press, New York, 1991.
8. Баткоска Л., *Методологија на научно истражување*, Факултет за туризам и угостителство – Охрид, Центар за научно истражувачка работа, Охрид, 2005.
9. Будиноски М., *Истражување на туристичкиот пазар*, УТМ, Скопје, 2010.
10. Благојевиќ, 2009, стр. 208, според Петрић Л. у: Дулчић А., *Управљање развојет туризма*, Мате, Загреб, 2005.
11. Bognar, *Veliki geografski atlas Jugoslavije, Reljef I geomorfološke osobine Jugoslavije*, SNI, Zagreb, 1987.
12. Bovee C.L., Arens V.F., *Contentproperty Advertising*, Irwin Homewood, 1989.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

13. Brian Garrod (12 October 2012), Business tourism, In Peter Robinson. Tourism: The Key Concepts. Routledge. ISBN 978-0-415-67792-9. Retrieved 1 May 2013.
14. Василевски Д., Климатски карактеристики на Полошката Котлина, Географски разгледи, кн. 25, сојуз на географските здруженија на СРМ, Скопје, 1987.
15. Воденска М., Основи на туризмот, Матком, Скопје, 2010.
16. Вучевик М., 1987.
17. Vanhove N., *The Economics of tourism destinations.*, ELSEVIER, Oxford, 2005.
18. Vellas F. and Becherel, L., *International Tourism*, Macmillan Business, London, 1995.
19. Vukonić B., Čavlek N., Rječnik turizma, Masmedia, Zagreb, 2001.
20. Gretzel, U., Law, R., Fuchs, M., eds., „Information and communication technologies in tourism“, SpringerWienNewYork, 2010.
21. Делејни, Ц., Ван Хил, К., „Географски информациски системи“, Три, 2009.
22. Димитров В. Н., Ангелова Петрова Т. *Менаџмент на туристички дестинации*, . Битола, 2014.
23. Димовска - Чоловик, Мирјана (2008) (на македонски). Саат кулите во Република Македонија. Скопје: Национален конзерваторски центар-скопје; Едиција Културно-историско наследство на Република Македонија. ISBN 978-9989-131-08-0.
24. Драздовски И., Систематика на дивечот, Ловечки прирачник, Сојуз на ловечките организации на Македонија, Скопје, 1978.
25. Datzira M. J., Tourism Product Development: A way to create value – The case of LaVall de Lord, Barcelona, према Datzira, M. J.(2006) Cultural Heritage Tourism

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

- Opportunities for product development: the Barcelona case' in *Tourism Review*,
Vol 61, No 1 AIEST, 2006.
26. De Chernatony, McDonald, M., *Creating Powerful Brands*, Elsevier Butterworth-
Heinemann, Oxford, 2005.
27. Dinič J., *Turistička geografija*, drugo izdanje, Ekonomski fakultet, Beograd, 1990.
28. Zhou Z., „E-commerce and information technology in hospitality and tourism“,
Thomson Learning.
29. Iten J., M. Rey, *Analiza mogućnosti i problema razvoja zimskoga turizma u
Jugoslaviji*, OCDE, 1968.
30. Јаоски Б. и Миладиноски С., *Маркетинг и управување со маркетингот*, Охрид,
1996.
31. Јаковски Б., Блажеска Д., *Маркетинг менаџмент во туризмот и
угостителството*, Европски Универзитет, Скопје, 2009.
32. Jovanovic, V., Durdev, B., Srdic, Z., Stankov, U., „Geografski informacioni
sistemi“, Singidunum, 2012.
33. Колчаковски Д., Елаборат за потребите на Просторен план на Националниот
Парк “Шар Планина”, Скопје, 2000.
34. Коларик М. и Павловиќ Д., 1975.
35. Котески Ц., Сообраќај во туризмот, 2017, Универзитет “Гоце Делчев”, - Штип,
Р. Северна Македонија.
36. Котлер Ф., Бовен, Ц., Макенс, Ц., „Маркетинг во хотелската индустрија и
туризмот“, Дата Понс, 2009.
37. Крстаноски М., *Туристичко право*, Охрид, 2005.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

38. Keller K. L., *Strategic Brand Management*, Prentice Hall, Upper Saddle River, 2003.
39. Keller L., Aperia, T., Georgson, M., *Strategic Brand Management – A European Perspective*, Pearson Education Limited, Harlow, 2008.
40. Kishan Kumar Sharma (1 January 2004). *World Tourism Today*. Sarup & Sons. ISBN 978-81-7625-512-7. Retrieved 1 May 2013.
41. Кривокапиќ Д., Шар-Планина, издание на „Туристичка Штампa“, Белград, 1969 година.
42. Konečnik M., Go, F., *Tourism Destination Brand Identity: The Case of Slovenia*, *Journal of Brand Management*, Vol. 15, No. 3, 2008.
43. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., *Marketing for Hospitality and Tourism*, Pearsons Education International, Upper Saddle River, 2003.
44. Kotler Ph., Keller L.K., Martinovic M., *Upravljanje marketingom*, МАТЕ, Zagreb, 2014.
45. Krapf K., *Tourism as a Factor in Economic Development*, Roma: Tourism in Europe, 1963.
46. Лазаревски А., Климата во Македонија, Температурата на воздухот во СР. Македонија, Географски разглед, кн.7, Географско друштво на СР.Македонија, Скопје, 1969.
47. Lennon J., (2003). *Tourism statistics: international perspectives and current issues*. Cengage Learning EMEA. ISBN 978-0-8264-6501-6. Retrieved 1 May 2013.
48. Lorens Njuman V., *Metodat shoqërore hulumtuese, prosvetno dello ShA-Shkup*, 2009,
49. Мариноски Н., *Туристичка географија на Република Македонија*, 1998, Охрид.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

50. Мариноски Н., Основи на туристичката теорија и практика, Охрид, 2015. (2)
51. Мариноски Н., Туристичка географија, Охрид, 2012. (1)
52. Методијски. Д., Петкова. А.Т., Цуцулески. Н., (2016), “Информатички системи во угостителството и туризмот”, Универзитет ”Гоце Делчев”, Штип, Р. Македонија.
53. Миклчиќ И., Антички градови на Македонија, МАНУ, кн.8, Скопје, 1999.
54. Миладиноски С., Миладиноски С., Маркетинг во туризмот, УТМ, Скопје, 2010.
55. Муќиновиќ Љ., Современ лексикон на странски зборови и изрази, Наша книга, Скопје, 1990.
56. McIntosh, R.W. , *Tourism. Principles, Practices, Philosophies.* 7th eds. John Wiley&Sons, New York, 1995.
57. Mitchell D, and Marchant L, *Is Attitude Segmentation in the Holiday Market a Reliable Predictor of Future Behavior*, Esomar, Seminar Stresa, 1977.
58. Morgan N., Pritchard A., Contextualizing Destination Branding, u: Morgan N., Pritchard, A., Pride, R., *Destination Branding: Creating the unique destination proposition*, Butterworth Heinemann, Oxford, 2002.
59. Murphy P. E., *Strategic Management for Tourism Communities, Bridging the Gaps*, Channel View Publications, 2004.
60. Најденоски К., Тетово во минатото, Печатница „Напредок“ Тетово, издание од 1964 година.
61. Нестороска И. Иванка, Меѓународен туризам , Охрид, 2011.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

62. Петковски С., Извештај за диверзитетот на фауната на Шар Планина, Скопје, 2000.
63. Петкова А., Методијски Т., Цуцулески Д., Истражување на туристичкиот пазар, Штип, 2016
64. Поповски Ј., Чудесна Југославија – Шар Планина, Младинска книга, Љубљана
65. Pease W., Rowe, M., Cooper, M., eds., „Information and communication technologies in support of the tourism industry“, Idea Group Publishing, 2007.
66. Perspective“, Business History Review, 85(1).
67. Pike, S., Tourism destination branding complexity, Journal of Product and Brand Management, Vol.14, No. 4, 2005.
68. Руфати Р., Добро ни дојдовте во Тетово, International Resume Committee, Тетово, 1999.
69. Robinson P., Heitmann S., ; Peter U. C. Dieke (2011). Research Themes for Tourism. CABI. ISBN 978-1-84593-698-3. Retrieved 1 May 2013.
70. Rutherford D., Routledge Dictionary of Economics, Routledge, London and New York, 2005.
71. Симонческа Л., Промотивни активности во туризмот , 2015, Охрид.
72. Стефановски Ж. и Павлевски Ј, Тетово, НИП Нова Македонија, Скопје, 1969.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

73. Стефановска В. и Гогов Б., *Улогата на заедницата и на полицијата во превенција на криминалитетот: состојби во градот Скопје*, Факултет за безбедност – Скопје, Ван Гог, Скопје.
74. Стефановски Ж., Шар - Планина, Напредок , Тетово.
75. Стојмилов А., Хипсометриски карактеристики на планините во СР Македонија, Географски разгледи, кн. 14, Географско друштво на СРМ, Скопје, 1976.
76. Сеферовиќ С., Станков У., Општа и специфична употреба географских информационах система у туризму, Зборник радова Департмана за географију, туризам и хотелијерство, ПМФ, Нови Сад, 38/2009.
77. Сенечик Ј., Вукониќ Б.,
78. Славейков П., Найденов К., Икономика на туризъм, СУ, Софија, 2009.
79. Sudar J. i Keller G., Promocija , Zagreb, 1991.
80. Sharda N., Tourism Informatics: Visual travel recommender systems, social communities, and user interface design, Information Science Reference, 2010.
81. Унковик С. , *Економика туризма*, Современа администрација, Београд, 1980.
82. Unković S., Zecević B., *Ekonomika turizma*, Ekonomski fakultet, Beograd, 2006.
83. Hankinson G., Cowking P., What do you really mean by a brand, *Journal of Brand Management*, Vol. 3, No. 1, pp. 43, 1995.
84. Casson M. \$ Lee J., *The Origin and Development of Markets: A Business History*, 2011.

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

85. Weber K. & K. S. Chon (2002). Convention Tourism: International Research and Industry Perspectives. Psychology Press. p. 20. ISBN 978-0-7890-1284-5.
Retrieved 1 May 2013.

ЗАКОНИ, СТРАТЕГИИ, СТУДИИ

1. *Студија за туристичките потенцијали на југозападниот плански регион*, Охрид, ноември 2013.
2. *Национална стратегија за развој на туризмот 2009 – 2013*.
3. *Програма за развој на Југозападниот плански регион 2015-2019*.
4. *Службен весник на РСМ*“, број 140/20, Уредба за ваучери за туризам.
5. Државен Завод за Статистика на Република Македонија – Развој на Туризам 2000-20014 година
6. Истражување на ИПЦЦ во AR4/ AR5, 2014 година.
7. Извор: податоците за Амамот во градот Тетово се земени од архивата на Општина Тетово.
8. Извор: податоците се земени од архивата на Општина Тетово.
9. Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation, 1972.
10. Стратегија за развој на туризмот во РМ – 2010-2020 година.
11. *Студија за туристичките потенцијали на југозападниот плански регион* , Центар за развој на Југозападниот плански регион, Ноември 2013, Охрид.
12. *The tourism industry*“, Idea Group Publishing, 2007.

ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

13. UNWTO, A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid, 2007.
14. Чудотврона бања Хисар код Тетова у којој нероткиње, постају способне за раѓње, Вардар, Скопље, 14.12.1938 године.

ИНТЕРНЕТ ИЗВОРИ

1. <http://www.economy.gov.mk/> *Национална стратегија за туризам Република Северна Македонија финалната верзија* на KOHL & PARTNER.
2. <https://skopje.gov.mk/media/1299/turizam-so-akcionenplan-2014-2018.pdf>
3. <https://mk.woman-b.com/rizne/j160429-kulturny-turizm-samye-znamenitye-ruiny.html>
4. <https://kurir.mk/tema/avanturistichki-turizam/>
5. <https://radioholidej.com.mk/?p=4015>
6. <https://www.aa.com.tr/mk/>
7. <https://businessvisit.com.ua/korporativnoe-obslyuzhivanie/mice-turizm-dlya-korporativnyh-klientov/>
8. <https://www.novamakedonija.com.mk/makedonija/republika/>
9. <https://nrmavrovo.mk/blog/winter-tourism>
10. <https://bizniskatalog.mk/vesti/svet/krstarenje-na-najgolemiot-rechen-brod>
11. <http://humanost.org.mk/>
12. <https://skopjeinfo.mk/>
13. <https://www.shtreber.com>
14. <https://www.discoveringmacedonia.com/2018/stobi-archeological-site> macedonia/
15. <https://macedonia-timeless.com/mac/zanas/zanas/dali-ste-znaele/kokino-opservatorija/>
16. <https://balkon3.com/skamenetite-svadbari-vo-kuklica-2/>
17. <https://mk.wikipedia.org/>
18. <http://www.itinari.com/mavrovo-north-macedonia-s-biggest-national-park-f49h>

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

- ps://park-pelister.com/
19. http://macedonia-timeless.com/eng/things_to_do/activities/national-parks/galica/
 20. <http://eprints.ugd.edu.mk/9247/1/Kulturno%20nasledstvo%2C%20Skripra.pdf>
 21. <http://eprints.ugd.edu.mk/9247/1/Kulturno%20nasledstvo%2C%20Skripra.pdf>
 22. <https://fol.mk/>
 23. <http://www.zoover.com/>
 24. <https://sdk.mk/>
 25. <https://kicevo.mk/>
 26. www.ohridnews.com/
 27. <http://www.ribar.com.mk/>
 28. <https://vevchani-info.mk/mk/>
 29. <https://www.flickr.com/>
 30. <https://travel2macedonia.com/>
 31. <http://www.odisea.mk/>
 32. <http://eprints.ugd.mk/>
 33. <https://ohridinfo.mk/>
 34. <https://kicevo.mk/>
 35. <https://www.tripadvisor.com/>
 36. <http://www.stat.gov.mk/>
 37. <http://www.southwestregion.mk/>
 38. WTTC: World Tourism Report.(www.wttc.org)
 39. <http://makstat.stat.gov.mk/>
 40. <https://fb.uklo.edu.mk/>
 41. <https://mvr.gov.mk/>
 42. <https://www.finance.gov.mk/>
 43. <http://eccfp.uklo.edu.mk/> Nenovska_Nikolina_Doktorska_disertacija.
 44. http://ekultur.weebly.com/uploads/7/1/1/0/7110588/turistickiot_bilans_na_rm_kako_i_ndikator_za_turistickiot_potencijal.pdf
 45. <https://www.britishcouncil.mk/>

**ЕКОНОМСКО-ФИНАНСИСКИ ЕФЕКТИ ОД РАЗВОЈ НА ТУРИЗАМ НА
ЈУГОЗАПАДНИОТ РЕГИОН ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА**

46. https://www.britishcouncil.mk/sites/default/files/mapiranje_na_kreativnite_industrii_vo_makedonija.pdf,
47. http://www.nbrm.mk/platen_bilans.nspх
48. http://www.nbrm.mk/content/statistika/Soopstenija/PB/2020/Soopstenie_PB_6_2020.pdf
49. <http://eprints.ugd.edu.mk/8209/>
50. https://www.jstor.org/stable/4192136?read-now=1&seq=6#page_scan_tab_contents
51. <http://tourismmacedonia.gov.mk/wp-content/uploads/2020/06/Godisen-izvestaj-za-realizacija-na-programata-za-2009god.pdf>