



СТОПАНСКА КОМОРА
НА МАКЕДОНИЈА
ECONOMIC CHAMBER
OF MACEDONIA



СОЈУЗ НА СТОПАНСКИ
КОМОРИ НА МАКЕДОНИЈА
ВОДЕЧКА МАКЕДОНСКА ДЕЛОВНА МРЕЖА

Policy Position Paper

Сектор туризам

Недостаток на среднорочна односно долгорочна
Стратегија за туризам и угостителство

БЕЛЕШКА ЗА УРЕДНИЦИТЕ

„Оваа активност е овозможена со поддршка на американскиот народ преку Агенцијата за меѓународен развој на САД (УСАИД), како дел од Проектот на УСАИД Партнерство за подобра бизнис регулатива, имплементиран од страна на ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал и четирите стопански комори. Содржината на документот е заеднички став на стопанските комори: Стопанска комора на Македонија, Стопанска комора на северозападна Македонија, Стопанска комора за информатички и комуникациски технологии – МАСИТ и Сојуз на стопански комори на Македонија и не ги одразува ставовите на УСАИД, Владата на САД и ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал.“

Формулар за идентификување на проблеми – Позиционен документ (Policy Position Paper)

Овој документ ќе се користи како алатка за потребите на „Проектот на УСАИД – Партнерство за подобра бизнис регулатива“ за идентификување на ограничувачки институционални политики, како и за подобрување на конкурентноста и правната усогласеност на компаниите

Датум: 18.03.2019	Поднесено од:	Краток назив на ИДЕНТИФИКУВАНИОТ ПРОБЛЕМ: Недостаток на среднорочна односно долгорочна Стратегија за туризам и угостителство
-----------------------------	---------------	---

Овој ИДЕНТИФИКУВАН ПРОБЛЕМ е релевантен за подобрување на регулативата во (заокружи):

Сектор - Земјоделство; Сектор - Градежништво; **СЕКТОР - ТУРИЗАМ**; Сектор - Текстил; Сектор – ИКТ; Сите Сектори

1. Краток опис на ИДЕНТИФИКУВАНИОТ ПРОБЛЕМ (Policy Issues) за кои проблеми е потребно решение? Каква е моменталната ситуација (Анализа на политики: моментални околности, конкретно идентификување на проблеми)

Во отсуство на стратешки документ за креирање на државната политика на секторот угостителство и туризам, речиси е невозможно да се преземаат мерки и чекори кои ќе стимулираат континуиран развој на дејноста.

Изработка на среднорочна односно долгорочна Стратегија за туризам и угостителство за дефинирање на стратешките определби на земјата за развој на дејноста како еден од основните предуслови за бизнис секторот да има критериуми за инвестирање и креирање разни форми на услуги во угостителството и туризмот со кои земјата ќе се препознава и потврдува како атрактивна туристичка дестинација, со активна вклученост на бизнис секторот, научната и експертската домашна и меѓународна јавност.

Потенцијалите на Република Северна Македонија во областа на туризмот се од исклучителна важност. Ова особено се однесува на можноста за создавање на туристички понуди изготвени според потребите на различните категории на туристи и прилагодени со тековните светски трендови во туризмот. Исто така постои и не финансиска добивка која се рефлектира во позитивните импресии на посетителите (туристите).

Официјално во моментот земјата функционира со Работната верзија на стратегијата за туризам на Република Северна Македонија бидејќи истата повеќе од две години нема добиено верификација од надлежните државни институции, иако предлог стратегијата е рамка по која се реализираат и стратешките одлуки во дејноста. Во изминатиот период преземени се повеќе чекори во насока на обезбедување поволен деловен амбиент, креирани се можности за зголемување на финансискиот učinok на дејноста во вкупната македонска економија. Сепак **изостанува стратешкото делување во дејноста.**

БЕЛЕШКА ЗА УРЕДНИЦИТЕ

„Оваа активност е овозможена со поддршка на американскиот народ преку Агенцијата за меѓународен развој на САД (УСАИД), како дел од Проектот на УСАИД Партнерство за подобра бизнис регулатива, имплементиран од страна на ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал и четирите стопански комори. Содржината на документот е заеднички став на стопанските комори: Стопанска комора на Македонија, Стопанска комора на северозападна Македонија, Стопанска комора за информатички и комуникациски технологии – МАСИТ и Сојуз на стопански комори на Македонија и не ги одразува ставовите на УСАИД, Владата на САД и ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал.“

Туризмот има значајна улога во економскиот развој и преку него може да се привлечат нови инвестиции, да се креираат нови работни места и да се промовираат културните вредности и природните богатства на земјата.

2. На кој начин ИДЕНТИФИКУВАНИОТ ПРОБЛЕМ (Policy Issues) негативно влијае врз конкурентноста, работењето и правната усогласеност на компаниите?

Туризмот е клучна дејност за развојот на светската економија, односно туризмот претставува гранка која на годишно ниво создава најмногу работни места и можности за вработувања, поттикнува вложување во подобрувањето на инфраструктурата и влијае на развојот на земјата во целина. Има големо и растечко значење за глобалната економија, особено за економиите на земјите во развој. Ова е причината зошто на оваа гранка и се придава многу внимание и за развојот на туризмот се инвестираат значителни средства. Оваа гранка на економијата е мотор за развој на други економски активности, особено инфраструктурата и земјоделството. Важна карактеристика на туризмот, со оглед на актуелната економска состојба е неговиот потенцијал да биде главен двигател во развојот на економијата и зголемување на вработеноста на населението.

Меѓународната статистика покажува дека во последните години, покрај патувањата за класичен одмор – море и сонце (46%), своите одлуки за патување туристите ги базираат претежно на природните убавини што ги нуди земјата (30%), културните манифестации кои вклучуваат гастрономски, религиозни, како и настани поврзани со традицијата (25%), како и градскиот туризам (23%).

Дејноста туризам и угостителство има исклучително голем развоен потенцијал. Тргувајќи од светскиот тренд, една е од трите најбрзо растечки гранки, со хемиската и автомобилската индустрија. Овој тренд не запира ниту на регионален план, а ниту на домашен, во рамки на земјата. На државно ниво идентификувана е како поле со огромни можности за развој и е една од стратешките приоритети на Владата.

Општите рамки што ги дефинира Стратегијата на државата треба да бидат во насока на подобрување на постојната туристичка понуда, преку унапредување на културниот, езерскиот и речниот, планинскиот, бањскиот, спортскиот, ловниот, винскиот, зимскиот, археолошкиот, верскиот, селскиот и руралниот, еко-туризмот и конгресниот туризам. Во фокусот на развојот на туризмот треба да се планираат и активности за развој на Националните паркови и нивно ставање во функција на развој на туризмот и промоција на природните убавини на Македонија, како и активности во насока на надминување на неколку предизвици во оваа област, како што се пристап до квалификувана работна сила, подобрување на квалитетот на услугите и подобрување на локалната туристичка инфраструктура.

Развојот на туризмот се темели на понуда пред сè во делот на еко - туризмот, културен, езерски, зимски, спортски, ловциски, конгресен, бањски, манастирски, археолошки, селски, планински и вински туризам. Во таа насока веќе се реализирани активности за стимулирање и поддршка на овој вид туризам. Од особено значење е поддршката што ја добива секторот преку Проектот за локална и регионална конкурентност (ПЛРК) кој е четиригодишна инвестициска операција финансирана од Европската унија во износ од 18 милиони евра. Проектот се администрира од страна на Светската банка и има сеопфатен пристап кон развојот на туризмот и управувањето со дестинациите и ќе обезбеди инвестициско финансирање и градење на капацитет како поддршка на растот на секторот, инвестициите во дестинациите и просперитетот на конкретните дестинации. Развојната цел на проектот ЛРК е подобрување на придонесот на туризмот во локалниот економски развој и подобрување на капацитетот на Владата и јавните субјекти за поттикнување на растот на туризмот и олеснување на управувањето со дестинациите.

За македонскиот туризам од особено значење е развојот и поддршката на езерскиот туризам, со акцент на промоција на трите најголеми езера, Охридското, Преспанското и Дојранското езеро,

БЕЛЕШКА ЗА УРЕДНИЦИТЕ

„Оваа активност е овозможена со поддршка на американскиот народ преку Агенцијата за меѓународен развој на САД (УСАИД), како дел од Проектот на УСАИД Партнерство за подобра бизнис регулатива, имплементиран од страна на ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал и четирите стопански комори. Содржината на документот е заеднички став на стопанските комори: Стопанска комора на Македонија, Стопанска комора на северозападна Македонија, Стопанска комора за информатички и комуникациски технологии – МАСИТ и Сојуз на стопански комори на Македонија и не ги одразува ставовите на УСАИД, Владата на САД и ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал.“

како и спроведување на програми за развој на другите езера - Крушевско, Велешко, Беровско, Мавровско и Матово. Се подржуваат малите и средните претпријатија кои дејствуваат во секторот туризам преку субвенционирање на кредити за изградба, адаптација и уредување на мали сместувачки капацитети, а се субвенционираат и операторите и агенциите кои работат на странскиот организиран туристички промет со субвенција од 20 до 70 евра по турист.

3. На каков начин компаниите се соочуваат со ИДЕНТИФИКУВАНИОТ ПРОБЛЕМ (Policy Issues) и каква е нивната процентуална застапеност по сектори во однос на проблемот?

Македонија има многу природни, историско културни карактеристики кои преку јасно дефинирана среднорочна, односно долгорочна Стратегија за туризмот и угостителството, може да биде основ за повеќекратно позитивно влијание на оваа дејност врз домашната економија. Земјата се наоѓа во срцето на Балканскиот Полуостров и претставува раскрсница на повеќе култури и цивилизации. На овие простори има траги на живот од праисторијата врежани во археолошките ископини, распространети на повеќе од 4.293 локации низ државата од кои повеќе од 730 се со закон ставени под заштита на државата и UNESCO.

Република Северна Македонија поседува многу вредни археолошки локалитети од класичниот, римскиот, византискиот и средновековниот период. Многу цркви и манастирски комплекси (992 на број) се од византискиот период, како и од 18 и 19 век со над 23.000 фрескописи и иконостаси што ја прави Македонија домаќин на втората најценета и највредна историска колекција на културно и историско наследство во светот.

На територијата на Република Северна Македонија постојат три природни езера што воедно претставуваат и едни од најпосетуваните летни дестинации како за домашните така и за странските туристи. Секако од сите три, Охридското езеро е туристички најзначајно.

Архитектурата во Република Северна Македонија е многу важен сегмент во туристичката понуда. Бројни се сакралните објекти од типот на многубројни анови, безистени, мостови, саат-кули, цамии и слично. Кон крајот на 18 и 19 век со брзиот развој на занаетчиството во Македонија, кога населението станува побогато, во голем број на градови интензивно се градат куќи за живеење, кои покрај нивната функционалност се и многу атрактивни со различни архитектонски фасади, со еркери, истурени напред настрешници, дрвени конаци, чардаци и слично.

Народната уметност во Република Северна Македонија има долга традиција. Познати се македонските килими со разни украсни орнаменти и богат колорит. Исто така, и грнчарството како стар занает е познат по нашата земја, но посебно богатство е резбата. Оваа уметност својата кулминација ја достигнува во 19 век преку познатите копаничари-Мијаци. Тие создадоа ремек дела кои можат да се видат во манастирите Св. Јован Бигорски во Дебар, Св. Спас во Скопје, Св. Јован во Крушево и др.

Природните услови, културно-историските споменици, инфраструктурата видена преку големиот број на квалитетни хотели, модерни патишта, добра трговска мрежа, добри комуникации и пред се гостопримливоста на нашите граѓани, се предуслови за развивање на повеќе видови туризам, со разновидна туристичка понуда.

Официјално во моментот земјата функционира со Работната верзија на стратегијата за туризам на Република Северна Македонија бидејќи истата повеќе од две години нема добиено верификација од надлежните државни институции, иако предлог стратегијата е рамка по која се реализираат и стратешките одлуки во дејноста. Во изминатиот период преземени се повеќе чекори во насока на обезбедување поволен деловен амбиент, креирани се можности за зголемување на финансискиот учинок на дејноста во вкупната македонска економија. Сепак изостанува стратешкото делување во дејноста.

БЕЛЕШКА ЗА УРЕДНИЦИТЕ

„Оваа активност е овозможена со поддршка на американскиот народ преку Агенцијата за меѓународен развој на САД (УСАИД), како дел од Проектот на УСАИД Партнерство за подобра бизнис регулатива, имплементиран од страна на ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал и четирите стопански комори. Содржината на документот е заеднички став на стопанските комори: Стопанска комора на Македонија, Стопанска комора на северозападна Македонија, Стопанска комора за информатички и комуникациски технологии – МАСИТ и Сојуз на стопански комори на Македонија и не ги одразува ставовите на УСАИД, Владата на САД и ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал.“

- Диференцирањето на главните туристички дестинации во РСМ треба да се врши врз основа на методологијата на селективност во третманот на туристичката дестинација и врз таа основа да се лоцира секоја посебно. Преку примарни и секундарни истражувања, односно според показателите од прометот и според примарни истражувања од теренски карактер ќе се дефинира популарноста на туристичките дестинации;
- Преку клучни инволвирани чинители во туризмот на РСМ освен владиниот сектор, мора да биде опфатен и стопанскиот сектор, невладиниот сектор со и без туристички предзнак;
- Стратегијата е основ и за образованите политики;
- Преку СВОТ анализата треба да се дефинираат главните предности на Република Северна Македонија во областа на туризмот. Предностите треба да произлезат од анализата на состојбите во поглед на лоцираноста, поврзаноста, атрактивноста, рецептивноста и легислативата. Исто така во предностите треба да бидат ставени економските мерки кои ги презела Владата за унапредување на странскиот туристички промет и постојната кадровска екипираност која произлегува од опфатот на кадри во структурите во областа на туризмот;
- Предвидувањата за развојот на остварените ноќевања треба да бидат за периодот во кој е утврден стратешкиот интерес;
- Да се дефинираат препораки и активности во акционен план како плод на издржани согледувања за подобрување на условите за развој на туризмот во РСМ.

8. Предлог решенија и очекувани резултати? Што сакаме да се постигне, во која насока треба да се насочиме? (главни цели)

Изработка на среднорочна односно долгорочна Стратегија за туризам и угостителство за дефинирање на стратешките определби на земјата за развој на дејноста, со активна вклученост на бизнис секторот, научната и експертската домашна и меѓународна јавност.

Клучната цел е преку Стратегијата за туризам и угостителство да се стави акцент на predispoziciите за раст и развој на секторот и насоки и чекори преку кои може да се постигне очекуваното зголемување на туристи, ноќевања, воведување нови туристички услуги, подигнување на квалитетот на угостителските капацитети и на крајот поголема видливост на туристичката понуда во целост. Само така може да се планираат и креираат туристички услуги што е основ за функционирање на дејноста во сите змеји во светот.

БЕЛЕШКА ЗА УРЕДНИЦИТЕ

„Оваа активност е овозможена со поддршка на американскиот народ преку Агенцијата за меѓународен развој на САД (УСАИД), како дел од Проектот на УСАИД Партнерство за подобра бизнис регулатива, имплементиран од страна на ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал и четирите стопански комори. Содржината на документот е заеднички став на стопанските комори: Стопанска комора на Македонија, Стопанска комора на северозападна Македонија, Стопанска комора за информатички и комуникациски технологии – МАСИТ и Сојуз на стопански комори на Македонија и не ги одразува ставовите на УСАИД, Владата на САД и ЕПИ ЦЕНТАР Интернационал.“