

## ВЛИЈАНИЕТО И ЕФЕКТИТЕ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА ВРЗ РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ

**Јасмина Ристеска**

Докторанд, Универзитет “Св. Климент Охридски”- Битола

Факултет за туризам и угостителство, Охрид

[jasminaristeska@rocketmail.com](mailto:jasminaristeska@rocketmail.com)

### **Апстракт**

Глобализацијата игра важна улога во растот и развојот на туризмот на светскиот пазар. Тоа што процесот на глобализација го придонесе во политичка, економска и културна смисла, директно се одрази на интензивниот пораст на туристичките патувања. Зголемената мобилност на луѓето, развојот на комуникациските технологии и појавата на интернетот придонесоа до зајакнување на меѓународниот над домашниот туризам. Исто така, глобалните туристички трендови укажуваат на доминантно влијание од процесот на глобализација и неговата рефлексија врз туристичкиот бизнис. Сето ова јасно говори дека туризмот во иднина ќе мора да се прилагодува на појавите надвор од своите граници и со тоа несомнено ќе биде најзначајна и воедно најосетлива гранка на актуелните и идни трендови кои влијаат врз побарувачката и понудата на туристичките производи и услуги. Главната цел во овој труд се однесува на испитување на влијанието на специфичните глобални трендови врз структурните промени на пазарот во побарувачката за туризам што е предуслов за развој на нови трендови во туризмот. Ова истражување се осврнува на глобалниот статус и трендовите на туризмот, придонесот на туристичкиот сектор во вработувањето, бруто домашниот производ и целокупниот економски напредок на глобално ниво. Понатаму се опфатени ефектите во туризмот како резултат на развојот на глобалните трендови. Сепак глобализацијата е своевиден феномен кој придонесе за меѓусебна взаемна поврзаност помеѓу земјите во светот.

**Клучни зборови:** *Глобализација, туризам, трендови во туризмот, ефекти врз туризмот, промени во современиот туризам*

## THE IMPACT AND EFFECTS OF GLOBALIZATION ON TOURISM DEVELOPMENT

**Jasmina Risteska**

PhD Candidate, University “St. Kliment Ohridski” - Bitola

Faculty of tourism and hospitality, Ohrid,

[jasminaristeska@rocketmail.com](mailto:jasminaristeska@rocketmail.com)

### **Abstract**

The globalization plays important role in the grow and development of tourism on the world market. The process of globalization has contributed in a political, economic and cultural sense, has directly affected the intensive growth of tourist travel. Increased mobility of people, the development of communication technologies and the emergence of the Internet have contributed to the strengthening of international over domestic tourism. Also, global tourism trends indicate a dominant influence on the process of globalization and its reflection on the tourism business. All this clearly shows that tourism in the future will have to adapt to phenomena outside its borders and thus will undoubtedly be the most important and at the same time the most sensitive branch of current and future trends that affect the demand and supply of tourism products and services. The main goal of this paper is to examine the impact of specific global trends on structural market changes in the demand for tourism, which is a prerequisite for the development of new trends in tourism. This research addresses the global status and trends of tourism, the contribution of the tourism sector to employment, gross domestic product and overall economic progress globally. The effects on tourism as a result of the development of global trends are further covered. However, globalization is a kind of phenomenon that has contributed to the mutual connection between the countries of the world.

**Keywords:** *Globalization, tourism, trends in tourism, effects on tourism, changes in modern tourism*

### **1. Вовед**

Со оглед на континуираниот развој децении наназад туризмот доживува постојан раст и развој со што станува една од најбрзорастечките сектори на економијата во светот. Туристичкиот бизнис претставува еден од главните играчи на меѓународниот трговски пазар и во исто време е еден од главните извори на приход за многу земји во развој. Развојот на современиот туризам се нарекува феномен на потрошувачкото општество од повеќе причини. Прво, таа е една од највидливите манифестации на глобализацијата во културни, економски и политички димензии. Второ, масовниот туризам истовремено делува како производ на глобализацијата. Трендовите на глобализација силно влијаат врз туризмот и резултираат со следниве големи ефекти:

- зголемување на потенцијалната туристичка побарувачка за различни дестинации,
- туристите кои бараат искуство не се заинтересирани само за „околните“ дестинации, што значи дека светот станува потенцијална дестинација,

- конкуренција, која стана многу силна, при што повеќе дестинации се натпреваруваат со прилагодување на нивната понуда на барањата од потенцијалните туристи,
- малите и средни компании треба да се борат за опстанок на пазарот со оглед на освојувачката моќ на глобалните корпорации,
- развој на иновации, специјализација и подобар квалитет на производи и услуги,
- зголемена потреба за дополнителен капитал за финансирање на потребните инвестиции за идните цели и достигнувања со цел да се остане конкурентен на пазарот,
- проблеми за развиени дестинации кои произлегуваат од односите со добавувачите кои честопати не се хетерогени и не ги применуваат стандардите за квалитет.

Со појавата на нови дестинации на глобалниот туристички пазар, расте конкуренцијата меѓу традиционалните медитерански дестинации и меѓу некои дестинации на глобално ниво. Развојот на информатичко комуникациските технологии влијае на глобалниот развој на туризмот, кој ги менува деловните практики и стратегиите за развој. Процесот на глобализација придонесе за зголемена мобилност на туристите со „исчезнување на растојанието“ претставувајќи се како катализатор на промените во околината и има силно влијание врз туристичките трендови. Силвана Ѓурашевиќ (d-r Silvana Djurasevic) разликува посредно и непосредно влијание на глобализацијата врз туризмот. Посредното влијание настанува како резултат на економската активност, инфраструктурната поврзаност и др., додека непосредното влијание на глобализацијата врз туризмот се огледува преку реализација на самите туристички глобални активности<sup>1</sup>. Ане- Мет Хјалагер (Ane- Mette Hjalager, autor) смета дека влијанието на глобализацијата врз туризмот придонесе бројни бенефиции и допринесе за негов брз развој и проширување. Како што се уриваат границите помеѓу државите така се зголемува бројот на луѓе кои се вклучуваат во туристичките патувања и сите дестинации денес во светот се достапни<sup>2</sup>. Позитивните ефекти од процесот на глобализацијата се согледуваат во развојот на општествено- економскиот, еколошкиот и културно- одржливиот развој што допринесе подобрување на светот како место во кое се живее и работи. Воглавно туризмот се согледува низ економската перспектива додека главни носители во светот се компаниите кои работат на глобалниот туристички пазар. Глобализацијата има и негативно влијание врз туризмот. Со губењето

<sup>1</sup> Đurašević, S. Turistička putovanja: savremeni kon-cepti prodaje. Podgorica: CID, 2008

<sup>2</sup> Hjalager, A. Stages in the economic globalization of tourism. Annals of Tourism Research, 2007, 34(2), 437-457

на границите се проширува пазарот што директно влијае на зголемување на конкуренцијата. Интернационалното работење допринесе за намалување на бројот на националните компании. Културните промени кои настанаа на глобалниот пазар доведоа до создавање на глобална, хомогена култура која има негативно влијание на локалната култура која е важна за атрактивноста на дестинациите. Исто така потребно е да се надминат технолошките и јазични бариери. Како што глобализацијата влијае во уривањето на границите помеѓу државите во туризмот се вработуваат луѓе од различни краеве од светот. Непознавањето на јазикот и различните култури често може да доведе до отежнување на комуникацијата со туристите.

### **Цели на истражување**

Овој труд како примарни цели на истражување ги дефинира следниве:

- согледување на современите глобални трендови, фактори и методи во доменот на туризмот и нивното влијание;
- идентификација на современите глобални алатки и инструменти што секторот туризам ги користи во услови на динамични промени во глобалната економија и зголемена конкурентност на меѓународните пазари;
- влијанието на глобалните економски кризи врз развојот на туристичкиот сектор;
- објаснување на влијанието од примената на информатичко- комуникациски технологии за позиционирање на меѓународниот пазар.

### **Методи на истражување**

Истражувањето главно се темели на примена на секундарни методи на истражување. Теоретските основи на истражувањето во доменот на влијанието на глобалните развојни трендови врз туристичкиот бизнис се реализира преку проучување на научна и стручна литература, извештаи, документи и други извори. Во истражувањето се користени релевантни студии и анализи што се однесуваат на современите концепти во меѓусебната и взаемна поврзаност и влијание на глобалните развојни процеси и развојот на туристичкиот сектор. Трудот е поделен на неколку делови кои опфаќа краток опис на развојот на туризмот во ерата на глобализацијата опишан преку неколку фази, а со посебен осврт на периодот на глобалната криза; Опис на влијанието на глобализацијата во туристичкиот сектор со посебен акцент на улогата која комуникативниот процес ја има во глобалниот туризам; Влијанието на глобализацијата во туристичкиот сектор во Р. Македонија, како и идните очекувања и развој на туристичкиот сектор во процесот на глобализација.

## 2. Влијанието на глобализацијата во туристичкиот сектор

Современиот туризам е склон кон глобализација, а тоа значи дека меѓузависноста на државите и одвоените региони кои ја формираат светската заедница, постепено интегрирање во заеднички систем со заеднички правила и норми на економско, политичко и културно однесување, подигнување на нивото на доверба меѓу субјектите на управување и зајакнувањето на партнерствата се чинат особено важни. Глобализација во туризмот е процес на интензивно зголемување на меѓународните туристички текови, услуги, информации и технологија, што резултира во зајакнување на врските и интеракциите помеѓу компаниите и организациите на туристичкиот бизнис ширум светот и неговите форми на глобална интеграција. Основата за глобализација во областа на туризмот е процесот на транснационализација во хотелскиот бизнис. Глобализацијата во туризмот се карактеризира со единствен информативен простор за пазарот на играчи, достапност на услуги за потрошувачи во различни делови на светот, меѓународни претставништва на туристичкиот бизнис и канали за дистрибуција на производи, локација на производство, притоа земајќи ги во предвид зголемената конкуренција, високите трошоци за подобрување на квалитетот на производите и услугите, развојот на информатичко- комуникациските технологии и сл. Главните компоненти за глобализација на меѓународниот туризам вклучуваат: проширување на меѓународните економски врски во туристичкото производство, раст на интернационализацијата за фактори на производство на туризам преку зголемени директни и портфолио странски инвестиции, размена на знаења и технологии, отстранување на миграциските ограничувања и др., ширењето на транснационалните корпорации во туристичкиот бизнис, чии карактеристики се заменливоста и меѓузависноста на организациската структура, нивната ориентација кон изворите на информации на пазарите со голема потрошувачка. Зголемената улога на современите информации и телекомуникации во процесот на глобализација во туристичкиот сектор придонесе развој на технологии, особено, присуство на т.н. глобални агенции за патувања и каде трговијата со услуги се одвива исклучиво преку Интернет. Втората половина на XX век и почетокот на XXI век може да се наречат „епоха на туризмот“, каде туризмот стана составен дел на општеството во развиените земји и е едно од средствата за задоволување на потребите на луѓето за рекреација. Туризмот е една од најголемите високо-профитни и динамички развојни стопански индустрии во многу земји. Според најновите статистички податоци на Светската туристичка организација при Обединетите Нации (UNWTO) во 2017 година, бројот на меѓународни пристигнувања на туристи е зголемен за 7% (1,323 милиони), што е за 84 милиони повеќе отколку во претходниот период<sup>3</sup>. Тоа беше осма година по ред со просечна стапка на раст во меѓународниот туризам по светската економска криза во 2009 година.

<sup>3</sup> <https://www.unwto.org/archive/global/publication/unwto-annual-report-2017>

Истражувањето на UNWTO покажа дека во 2017 година бројот на меѓународни пристигнувања на туристи се зголеми во интервал од 4% годишно, што одговара на долгорочниот перспективен развој на туризмот до 2030 година<sup>4</sup>. Оттука може да се каже дека туризмот е дел од процесот на глобализација, бидејќи туристичкиот тек меѓу државите придонесува за проток на капитал, стоки и информации од една до друга земја, развој на трговија, транспорт, комуникациски системи и сл., додека глобализацијата на односите од областа на туризмот се смета за мултифакторски и мултидимензионален процес заради растот на современите превозни средства, информациски и комуникациски технологии, меѓународни форми на економска активност, либерализација за односите на светската економска активност и социо-економските промени во општеството. Во продолжение е даден краток опис на развојните фази на туризмот во ерата на глобализација со посебен осврт на улогата на комуникативниот процес во глобалниот туризам.

### **3. Развојот на туризмот во ерата на глобализацијата**

Глобализацијата наметна зголемен конкурентен притисок и како резултат на тоа компаниите треба да се натпреваруваат во многу покомплексно опкружување. Развојот на новите технологии овозможи далеку поголема контрола, поголем број на хомогени оперативни системи, како и подобра координација на гранките, без разлика на географската дестинација или оддалеченоста. Промените во политичкото и законското опкружување ја олеснија слободата на трговијата, дерегулацијата на транспортот во туризмот и развојот на системи кои придонесоа меѓународните инвестиции да бидат пофлексибилни и прилагодливи. Во овој дел ќе укажеме на неколку фази во развојот на туризмот во процесот на глобализација. Првата фаза ги вклучува обидите на националниот туристички систем за пристап до нови пазари. Целта на носителите на туризмот е да се привлечат поголем број на клиенти кои ќе се ориентираат кон бизниси, дестинации или земји каде туристичкиот производ ќе се продава или потроши. Комуникацијата излегува надвор од промотивните кампањи на меѓународните пазари за потрошувачите, што претставува силна врска помеѓу туристичките здруженија и другите организации што соработуваат и истата овозможува да се надминат постојните бариери во многу земји. Втората фаза ја опишува интеграцијата и проширувањето на туристичкиот бизнис надвор од националните граници. Инвестициите во туризмот надвор од сопствената земја се предмет на истражување на голем број автори. Во туризмот, репродукцијата и екстерното проширување на успешните деловни концепти признати од повеќето потрошувачи е моќна виша сила за глобализацијата. Трансферот на капитал е впечатлив во оваа индустрија, а

<sup>4</sup> исто

добрите и лошите страни на културната и економската хегемонија се дискутираат во голема мерка, главно кога трансферот е во земјите во развој. Третата фаза се однесува на просторната фрагментација и преместување на производните процеси. Во последните години акцентот се става во создавањето на зголемена профитабилност преку широка фрагментација и оптимизирање на целиот ланец на вредности. Додека голем дел од ресурсите се исклучиво локални или национални, достапноста на меѓународните пазари се повеќе влијае на составот на локалниот туристички производ и процесот на производство. Во оваа услуга со висок степен на апсорпција на трудот, снабдувањето со човечки и нематеријални ресурси е од најголемо значење. Конечно, во четвртата фаза, е доведен во прашање идентитетот на индустријата и новите видови на пазари и деловни концепти<sup>5</sup>. Постепеното спроведување на глобализацијата ќе им овозможи на компаниите да ги контролираат трошоците, да го зголемат уделот на пазарот, да развијат вештини за пристап и други важни ресурси. Глобализацијата се повеќе се истакнува со развојот на комуникациските и информатичките технологии. Во принцип, засегнатите страни од туристичкиот систем ќе искушат постепена потреба, иако неизбежна, земајќи ги предвид идните можности и конкурентските сили. Во продолжение е даден подетален опис на улогата на комуникацијата во глобалниот туризам.

### 3.1. Улогата на комуникативниот процес во глобалниот туризам

Глобализацијата создаде нови можности за развој на туристичкиот сектор преку развојот на транспортот и технолошко- комуникацискиот напредок. Брзото ширење на информациите ја подобри ефикасноста во функционирањето и квалитетот на услугите што им се нудат на потрошувачите, создавајќи поголема побарувачка за нови туристички услуги, онлајн резервации за хотели, брошури, видео, електронски фондови, трансфери и сл. Зголемената употреба на интернетот придонесе продажбата на туристичките производи и услуги, како и резервациите да се одвиваат електронски. Развојот на пософистицирани веб-страници овозможи директна комуникација на клиентите со туристичките субјекти, интернетот го олеснува глобалниот пристап и нуди пониски цени, поради што се зголемува побарувачката за туристички производи и услуги. Развојот на технологијата и интернетот драматично влијаат на туристичкиот бизнис и значително ја намалуваат потребата на посредници. Во процесот на глобализација потрошувачите се одликуваат со тотално поинакво однесување, станувајќи поинтензивно и преку информатичко- комуникациските технологии им овозможува запознавање со нови култури кои од друга страна придонесоа за развој на нови идеи и мислења. Туристот од XXI век зависи од развојот на

---

<sup>5</sup> Nedeljković O., Jovanović R., Đokić M., Trendovi i uticaj globalizacija na turizam, Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije, Godina III, broj I str. 73-86, DOI: 10.7251/EMC1301073N <http://doisrpska.nub.rs/index.php/economyandmarket/article/view/694> (accessed of 25.05.2020)

комуникациската и информатичката технологија, од фактот дека тој може да ги избере посакуваните услуги и да ги испланира своите патувања. Новиот потрошувач има пристап до многу поголем пазар на разновидни производи и услуги со висок квалитет, лесен пристап до информации, поевтин транспорт и поголема флексибилност при патувањето. Потрагата по нови искуства како мотивација за викенд патувања и голема грижа за животната средина го принудуваат развојот на алтернативни форми на туризам. Туристичките компании како одговор на промените на пазарот, развија нови комуникациски стратегии. Процесот на комуникација, претрпе големи промени, прилагодувајќи се на новите побарувања на пазарот, со пристапи прилагодени на туризмот зависен од развојот на информатичката технологија, барајќи нови искуства како мотивација при изборот на нивните одмори. Се појавуваат нови стратегии за комуникација и нови партнерства за промовирање на овие нови форми на туризам. Комуникацијата е од суштинско значење во постигнувањето и одржувањето на интерконекциите на кои субјектите во туристичкиот бизнис и операторите мора да комуницираат ефективно, обезбедувајќи точни, јасни, објективни, доследни, целосни информации. Да се дознае точната порака до оние кои се вклучени е можеби еден од најважните фактори за утврдување на успехот во туристичкиот сектор. Овој успех е секогаш поврзан со можноста да се знае како да се издаде производ за привлекување на туристи, истите да го купат, без да ги исполнат нивните очекувања. Во прдложение дадени се податоци во однос на улогата на туризмот во развојниот процес и влијанието од глобалните економски кризи врз секторот туризам.

#### **4. Развој на туристичкиот сектор во период на глобална криза и идните очекувања за развој**

Процесот на глобализација изврши големи промени во развојот на туристичкиот сектор. Зголемениот број на патувања, начините на комуникација предизвикани од развојот на информатичките технологии, значително зголемената туристичка понуда и сл., придонесоа туризмот да достигне високо ниво на раст и да биде еден од клучните показатели во развојот на БДП. Самиот процес на глобализација не го заобиколи ни туризмот, туку напротив, динамичните промени и економските односи условија дека светскиот туризам добива нова димензија. Развојот на туристичкиот сектор, претставува клучен двигател на социо-економскиот напредок ширум светот, креира работни места, го поттикнува развојот на инфраструктурата и привлекува инвестиции. За многу земји во развој, туризмот е главниот извор на приход, вработување, особено важен за локалните заедници и создава можности за развој. Придонесот за туризам во глобалната економска активност се проценува на 5% и создава работни места 6-7% од сите работни места ширум светот (директно или индиректно). Придонесот на туризмот во бруто домашниот производ (БДП) ширум светот



изнесува околу 5% и опсег за напредни и диверзифицирани економии, од 2% (во земји каде што туризмот е релативно мал сектор) до 10% од БДП (во земји каде туризмот е важен столб на економијата)<sup>6</sup>. За земјите во развој или островските држави каде што туризмот е клучен економски сектор, процентот на БДП има тенденција да биде уште поголем. Со цел да ја согледаме улогата на туристичкиот сектор во креирањето на БДП, во овој дел од трудот ќе се осврнеме на влијанието од глобалните економски кризи врз секторот туризам. Последната глобална економска криза со која се соочи светот беше финансиската криза во 2009 год. Причините за оваа криза се различни, па така голем број на научници и економисти идентификуваа различни причини за истата, но нема длабока анализа за улогата што ја има комуникацијата до тогашната економска состојба. Комуникативниот процес игра важна улога во постигнувањето на системот за интерконекција и неговиот недостаток или неефикасно спроведување на некој начин доведува до колапс на системот. Туризмот кој игра значајна улога во светската економија, исто така имаше остар пад и како негативен ефект од глобализацијата, глобалната рецесија ја направи 2009 година да биде една од најтешките години за секторот за туризам. Од табелата 1 може да се воочат меѓународните туристички движења за деловни активности, задоволство или други цели во 2009 година изнесувале 880 милиони, што соодејствува на пад на светски рамки од 4,2%. Секторот забележа раст за 2% во последниот квартал од 2009 година, по првите три квартали забележано е намалување од 10%, 7% и 2%, соодветно. На следната табела се прикажани меѓународните туристички движења во периодот на глобалната економска криза 2009год.

**Табела 1: Меѓународни туристички движења од 2008 до 2009**

<b>International tourist arrivals from 2008 to 2009</b>				
<b>Tourism international arrivals</b>				
<b>Place</b>	<b>Millions of tourists</b>		<b>Changes% compared to previous year</b>	
	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2008 – 2007</b>	<b>2009 - 2007</b>
1. France	79.2	74.2	-2.0	-6.3
2. USA	57.9	54.9	3.5	-5.3
3. Spain	57.2	52.2	-2.5	-8.7
4. China	53.0	52.2	-3.1	-4.1
5. Italy	42.7	43.2	-2.1	1.2
6. Great Britain	30.1	28.0	-2.4	-7.0
7. Turkey	25.0	25.5	12.3	2.0
8. Germany	24.9	24.2	1.9	-2.7
9. Malayezia	22.1	23.5	5.1	7.2
10. Mexic	22.6	21.5	5.9	-5.2

Извор: World Tourism Organization - www.unwto.org, August 2010

На глобално ниво, иако имаше намалување предизвикано од економската криза во повеќето туристички дестинации во 2009 година, постојат значителни

<sup>6</sup> According to UNWTO Tourism Highlights, 2010 Edition.

разлики во првите десет глобални дестинации, земајќи ги предвид меѓународните туристички движења. Според годишниот извештај на Светската туристичка организација (СТО), меѓународниот туризам закрепнал во 2010 година. Движењата на туристите пораснале за околу 7% на 935 милиони, по падот од 4% во 2009 година, односно година која е најтешко погодена од глобалната економска криза, па така 2010 година е прогласена како „година на закрепнување“, со што зголемувањето е скоро 7% во однос на 2009 година, преку зголемување на приходите од меѓународен туризам од околу 693 милијарди евра. Иако растот е бавен во 2011 година - ефектот на претпазливост се чувствуваше на глобално ниво и бавно економско закрепнување - нагорниот тренд се одржуваше како резултат на значителните напори направени од професионалните комуникатори во туризмот. Повеќето дестинации низ целиот свет покажаа позитивни броеви, но закрепнувањето беше постигнато со различни брзини и беше водено пред се од економиите во развој. Закрепнувањето дадено со раст од 5% во развиените економии и 8% во земјите во развој ја рефлектира глобалната економска состојба која доминираше од 2011 година па наваму<sup>7</sup>.

Табела 2: Приходи од меѓународниот туризам од 2008 до 2009

Table 2

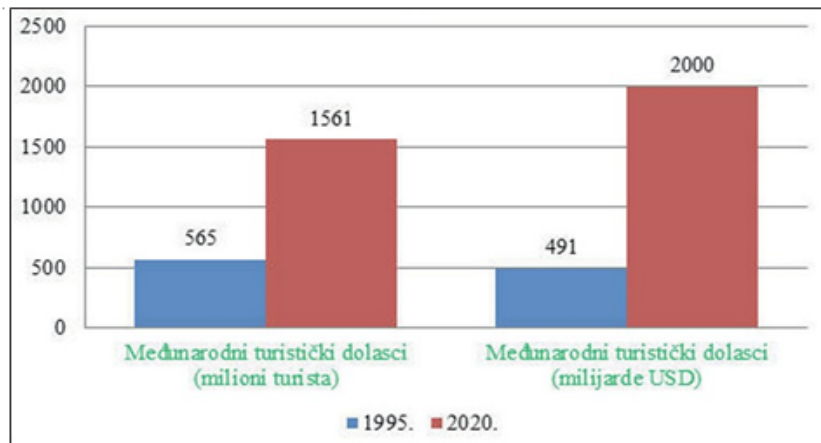
Receipts from international tourism from 2008 to 2009				
Receipts from international tourism				
Place	Billions \$		Changes compared to previous year (%)	
	2008	2009	2008 – 2007	2009 - 2007
1. USA	110.0	93.9	13.5	-14.6
2. Spain	61.6	53.2	6.9	-13.7
3. France	56.6	49.4	4.2	-12.7
4. Italy	45.7	40.2	7.2	-12.0
5. China	40.8	39.7	9.7	-2.9
6. Germany	40.0	34.7	11.1	-13.3
7. Great Britain	36.0	30.0	-6.7	-16.6
8. Australia	24.8	25.6	11.0	3.4
9. Turkey	22.0	21.3	18.7	-3.2
10. Austria	21.6	19.4	15.5	-10.1

Извор: World Tourism Organization - [www.unwto.org](http://www.unwto.org), August 2010

На графикон 1 се прикажани паралелите помеѓу меѓународните движења спрема бројот на туристи, односно спрема приходите во милијарди долари. Компарацијата опфаќа податоци за 1995год и 2020 год.

<sup>7</sup> Gabriel H., I., Gabriel F., L., Globalization – tourism – communication, competitiveness triangle on the market affected by the economic crisis, Theoretical and Applied Economics Volume XIX (2012), No. 7(572), pp. 133-146

**Графикон 1: Официјални предвидувања UNWTO за период до 2020 година**



Извор: Global Forecast and Profiles of Market Segments: Tourism 2020 Vision, 2001

Оттука може да се заклучи дека туристичките движења драстично се зголемиле од 565 милиони во 1995 год., до 1561 милион туристи во 2000 год. Што се однесува до приходите исто така може да се заклучи дека истите забележуваат значителен пораст од 491 милијарди американски долари во 1995 год., до 2000 милијарди американски долари во 2000 год. Прогнозирањата на меѓународните туристички движења спрема светските региони (Табела 3) покажуваат дека водечки туристички рецептивен регион ќе биде Европа, но со нешто помал удел, односно 46%, на второ место ќе биде Азија и Пацификот со удел од 25%. Најпосетувана од сите земји се очекува да биде Кина со прогноза од 137 милиони меѓународни движења, потоа САД со 102,4 милиони, потоа следат Франција, Шпанија и Хонг Конг. Во оваа анализа Светската туристичка организација (UNWTO) експанзијата на туризмот ја гледа во освојување на сите делови на планетата. Имено според нејзините проценки се предвидуваше дека туризмот до 2020 год., би требало да достигне 1,8 милијарди реализирани меѓународни патувања, со просечен годишен раст од 4%.

**Табела 3: Прогнози на меѓународните туристички движења спрема светски региони**

Tabela 1: Zvanična predviđanja UNWTO za period do 2020. godine po regionima u broju međunarodnih turista (umilionima)

Regije	Bazna godina 1995. (dolasciumil.)	Predviđanja dolazaka 2020 (umil.)	Prosečan god. rast (%) 1995-2020.	Udeo tržišta (%) 1995. 2020.	
Svet	565,4	1.581	4,1	100	100
Afrika	20,2	77	5,5	3,6	5,0
Amerika	108,9	282	3,9	19,3	18,1
Istočna Azija i Pacifik	81,4	397	6,5	14,4	25,4
Evropa	338,4	717	3,0	59,8	45,9
Srednji istok	12,4	69	7,1	2,2	4,4
Južna Azija	4,2	19	6,2	0,7	1,2
Međunarodna putovanja	464,1	1.183	3,8	82,1	75,8
Interkontinentalna putovanja	101,3	378	5,4	17,9	24,2

Извор: Global Forecast and Profiles of Market Segments: Tourism 2020 Vision, 2001

Што се однесува до глобалната сеуште актуелна криза предизвикана од пандемијата со вирусот Covid- 19, криза која го зафати целиот свет, рано е да се зборува за последиците и нејзиното влијание врз туристичкиот сектор. Иако погоре укажавме на влијанието на глобалната економска и финансиска криза врз развојот на туризмот, целта ни беше да укажеме на последиците со кои се соочува овој сектор во периодот на кризи. Во сегашната ситуација, многу е рано да се прогнозира со кои последици ќе се соочи туризмот, иако се очекува истите да бидат подлабоки и подолгорочни во однос на последиците предизвикани од глобалната криза во 2009 год.

### **5. Влијанието на глобализацијата во туристичкиот сектор во Р. Македонија**

За да покажеме на кој начин глобализацијата извршила одредено влијание на туристичкиот сектор во нашата земја, посебно од економски аспект, ги анализиравме односот на бројот на странски и домашни туристи, приходите од туризмот и движењето на БДП по глава на жител. Според последните податоци со кои располага Државниот завод за статистика во периодот од 2015 год., до 2019 год., бројот и на странски и на домашни туристи континуирано се зголемува. Така во 2015 год., вкупниот број на туристи изнесува 816 067 за во 2019 год., истиот се зголеми за 1 184 963 туристи.

## Табела 4 Број на туристи, по региони, по години

Број на туристи, по региони, по години

	2015			2016			2017			2018			2019		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
Република Македонија	816 067	330 537	485 530	856 843	346 359	510 484	998 841	368 247	630 594	1 126 935	419 590	707 345	1 184 963	427 370	757 593

Извор: <http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/sq/7018a8f0-510c-4488-b06c-3ee34f1558d2>

Во истиот период е прикажано и процентуалното учество на странски и домашни туристи во вкупниот број на доаѓања. Од изнесените податоци може да се заклучи дека бројот на странски туристи е поголем, отколку бројот на домашни туристи. Сето тоа укажува дека нашата земја е атрактивна дестинација за странските туристи, а со тоа и самиот процес на глобализација, односно рушењето на границите помеѓу земјите придонесе да се зголеми бројот на странски туристи.

## Табела 5: Учество на домашни туристи

Поважни индикатори во Туризмот, по години

	2015	2016	2017	2018	2019
Учество на домашните туристи во вкупниот број на доаѓања на туристи, во %	40.50	40.42	36.87	37.23	36.07

Извор [http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat/MakStat\\_TurizamUgostitel\\_Turizam/620\\_Turizam\\_RM\\_IndikatoriGod\\_ml.px/table/tableViewLayout2/?rxid=81fc666d-257c-425a-9ef3-aa0e161083aa](http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat/MakStat_TurizamUgostitel_Turizam/620_Turizam_RM_IndikatoriGod_ml.px/table/tableViewLayout2/?rxid=81fc666d-257c-425a-9ef3-aa0e161083aa)

## Табела 6: Учество на странски туристи

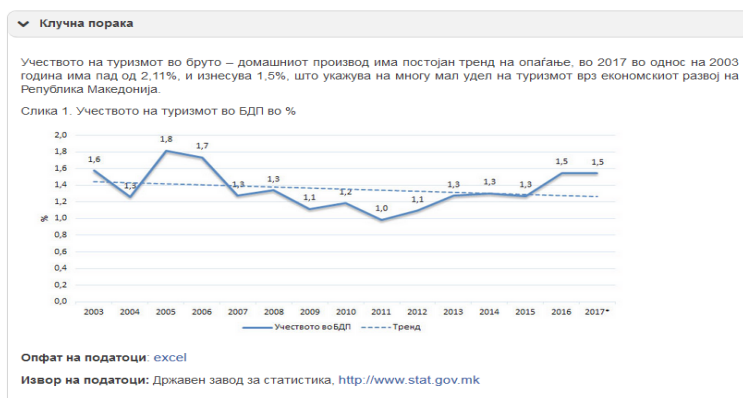
Поважни индикатори во Туризмот, по години

	2015	2016	2017	2018	2019
Учество на странските туристи во вкупниот број на доаѓања на туристи, во %	59.50	59.58	63.13	62.77	63.93

Извор [http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat/MakStat\\_TurizamUgostitel\\_Turizam/620\\_Turizam\\_RM\\_IndikatoriGod\\_ml.px/table/tableViewLayout2/?rxid=81fc666d-257c-425a-9ef3-aa0e161083aa](http://makstat.stat.gov.mk/PXWeb/pxweb/mk/MakStat/MakStat_TurizamUgostitel_Turizam/620_Turizam_RM_IndikatoriGod_ml.px/table/tableViewLayout2/?rxid=81fc666d-257c-425a-9ef3-aa0e161083aa)

Во однос на учеството на туризмот во бруто – домашниот производ има постојан тренд на опаѓање, во 2017 во однос на 2003 година има пад од 2,11%, и изнесува 1,5%, што укажува на многу мал удел на туризмот врз економскиот развој на Република Македонија.

## Графикон 2: Учетството на туризмот во БДП во %



Извор: Државен завод за статистика, <http://www.stat.gov.mk>

Од сликата може да се заклучи дека учеството на турзмот во БДП е релативно ниско и има опаѓачки карактеристики во периодот од 2003 до 2011 година, односно во 2011 споредено со 2003 година има пад од 37,6%. Учетството на турзмот во БДП има пораст во периодот од 2011 до 2017 година од 56,87%, што укажува на поголемо учество на туризмот врз економскиот развој на нашата земја. Туризмот имал најголем удел во 2005 година со учество од 1,82%, а најмал од 0,98% во 2011 година. Следењето треба да овозможи увид во која мерка се подобруваат ефектите од туристичкиот развој. Со цел да се насочи туризмот кон нагорна линија, односно да се придонесе во неговиот раст и развој предлагам донесување на сеопфатна стратегија преку која ќе се согледаат недостатоците но и можностите за негов раст и развој. Оваа стратегија ќе придонесе:

- Подобрување на конкурентноста на туристичката понуда во земјата, преку креирање на поволна бизнис клима и зголемена валоризација на културните и природните богатства;
- Зголемување на бројот на домашни и странски туристи, раст на приходите од туризмот, со крајна цел зголемено учество на туризмот во вкупниот БДП на земјата;
- Зголемување на туристичката понуда и градење на препознатлив туристички имиџ со воведување на светски стандарди кај туристичко-угостителските услуги;
- Унапредување на меѓународната туристичка соработка;
- Поддршка на туристичките дестинации надвор од туристичка сезона;
- Конкурентна бизнис клима за раст на бројот на мали и средни претпријатија и нови работни места од областа на туризмот и угостителството;
- Натamoшен развој на активниот туризам како потенцијал за силен локален економски развој

### **Заклучни согледувања**

Современиот развој на туризмот е под силно влијание на процесите на глобализација па така порастот на потребите за информации, авио и другите облици на транспорт, големиот број на дестинации, промената во навиките и преференциите на туристите доведоа до потребата за прилагодување на работењето. Под влијанието на глобализација дојде до промени во структурата на туристичките потреби која пак излезе од рамките на познатите туристички модели притоа обликувајќи го туризмот во склад со новите животни стандарди и нови вредности. Еден од важните фактори кои го вклучуваат туризмот во процесот на глобализација е секако и различниот институционален оквир и организација кои го насочуваат туризмот во склад со глобалните принципи на различни нивоа од глобално, преку регионално и национално па се до локално ниво. Она што ја карактеризира тенденцијата во светскиот туризам се промените во туристичката побарувачка која доведува до диверзификација во границите на туристичкиот сектор и надвор од него што дополнително укажува во прилог на фактот дека современите туристи избираат дестинации кои не се во границите само на една земја или регион. Факт е дека глобализацијата не е едноставен процес таа релација глобално- локално во туризмот може да се набљудува преку две призми. Прво под налетот на глобалниот(масовен) туризам се загрозува традиционалната локална култура, стил на живот, навики, обичаи, нивото на сатурација и деградација на природните и културни вредности. Второ како одговор на се поголемата пропорција на туризмот под влијание на глобалните трендови како и ширењето на западната економска, политичка па и културна доминација, се развива глобална свест за неопходното негување на едноставностите и зачувување на природните и општествените вредности, па се воведоа нови начини за нивна заштита преку развој на нови облици на туризмот и се поголемо вреднување на содржината во туристичката понуда. Во последните неколку децении туристичкиот сектор се покажа како инструмент на глобален раст, развој и креирање на нови работни места. Она што го карактеризира современиот туризам е делувањето во услови на комплексно меѓународно работно опкружување. Според овие факти туризмот се препознава како значаен катализатор на социо-економскиот развој во светот. Во ситуација кога промените се единствена константа во глобалната заедница, многу е тешко да се предвиди што е она што не очекува кога иднината на туризмот е во прашање. Уште една околност во предвидувањата на иднината на туризмот е секако и самата динамика на овој сектор која го карактеризира изразена комплексност и големо влијание од страна на случувањата во туристичкиот сектор. Се она што се случуваше во туризмот на глобално ниво во последните децении недвосмислено зборува за тоа дека туризмот стана еден од водечките сектори во светот. Не е потребно да се прашуваме дали туризмот има иднина, затоа што секоја актуелна појава во светот денес има своја иднина, но прашањето треба да се постави

што добиениот одговор да се однесува на тоа дали туризмот има иднина која ветува, дали таа иднина ќе биде поволна и на крај каде се границите на развојот на туризмот. За жал да се пишува за актуелните и идни трендови во туризмот практично не е можно без конкретен осврт и на негативните последици кои се однесуваат на состојбата во светот, болести(вируси), терористички напади, инфлаторни движења, водењето на туристичката политика и сл. Сето ова јасно зборува дека во иднина туризмот мора да се прилагодува на појавите и надвор од својот сектор со што ќе биде најзначајна и воедно најосетлива компонента во глобалните, актуелни и идни трендови кои ќе влијаат врз производството и потрошувачката во туризмот. Исто така, може да се забележи дека во актуелните достапни анализи на туристичките трендови постојат извесни контрадикторности кои се однесуваат на перманентниот раст на глобалните туристички активности од една страна, додека од друга страна се обраќа големо внимание на екстремната сиромаштија во неразвиените земји, во кои туризмот е перцепиран како едно од решенијата за преживување во таа сиромаштија. И покрај се поголемиот развој на туристичкиот сектор, одредени дестинации водат отворена борба против масовните туристички движења кои се закануваат да го загрозат животот на локалните жители. Поради тоа што туризмот со себе носи позитивни и негативни последици, многу е важно посебно внимание да се обрати на следење на неговите ефекти и правовремено да се реагира. Генерално може да се каже дека низ се посилената глобализација, променливите желби и потреби на потрошувачите, компаниите мораат перманентно да ги истражуваат пазарите, како би обезбедиле свој опстанок, раст и развој. Туризмот е динамична категорија која континуирано се развива во светот. Низ самиот развоен тек од една страна туризмот нуди нов облик на патување, аранжмани, нови дестинации, додека од друга страна создава потреба за нови облици на организација, нови ресурси и стратегии. Како појава е присутен во сите земји но по обемот и ефектите различно се манифестира.

### **Користена литература**

#### **Книги**

1. Đurašević, S., *Turistička putovanja: savremeni kon-cepti prodaje*. Podgorica: CID, 2008
2. Reisinger, Y., *International Tourism: Cultures and Be-havior*. Oxford: Elsevier, 2009

#### **Меѓународни списанија**

1. Arnaut, E. *Globalizacijski procesi u turizmu i utjecaj megatrendova na konkurentnost turističke industrije BiH*, *Tranzicija*, 11, 2009, pp 29–41
2. Brdar I., Džamić V., Radojević T., Đorđević Boljanović J., Dobrijević G.,



- Pozitivni efekti procesa globalizacije na turizam*, Univerzitet Singidunum, Danijelova 32, Beograd, Srbija
3. SITCON 2015 - KEY ISSUES ON TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS DOI: 10.15308/sitcon-2015-43-46
  4. Vojković, G., Miljanović, D., & Devedžić, M., *Neki aspekti interakcije lokalno-globalno u turizmu*, Glasnik srpskog geografskog društva, (1), 2005, pp 227–234
  5. Gabriel H. I., Gabriel F. L., *Globalization – tourism – communication, competitiveness triangle on the market affected by the economic crisis*, Theoretical and Applied Economics Volume XIX (2012), No. 7(572), pp. 133-146
  6. Gradinac, O., & Jegdić, V. *Međudestinijska saradnja kao faktor jačanja konkurentnosti turističke destinacije*. Poslovna ekonomija 10(2), 2016, pp 284–300
  7. Hjalager, A., *Stages in the economic globalization of tourism*. Annals of Tourism, Research, 34(2), 2007 pp 437-457
  8. Karpenko Y., Stetsenko V., *Management and decision making- The impact of globalization on the development of tourism management* The 16th International scientific conference information technologies and management, 2018 April 26-27, 2018, ISMA University, Riga, Latvia
  9. Mihajlović, I. Krželj – Čolović Z., - *The impact of globalisations on the development of tourism within social and economic changes*, University od Dubrovnik, Department of Economics and Business Economics, Croatia-European Scientific Journal August 2014 /SPECIAL/ edition ISSN: 1857 – 7881 (Print) e - ISSN 1857- 7431
  10. Milošević M. S., Škrbić I., Jegdić V., *Globalizacija: Medijator savremenog turizma*, Poslovna ekonomija I business economics, Godina XI Broj IStr208 –229doi:10.5937/poseko11-13256
  11. Pavlić, I. *Suvremene tendencije u razvoju svjetskog turizma i globalizacijski procesi*. Naše more, 51 (5–6), 2004, pp 214–226
  12. Porter, M., *Strategy and the Internet*, Harvard Business Review, Vol. 79. , No. 3., 2001, pp 63- 58
  13. Škrbić, I., Jegdić, V., Milošević, S., & Tomka, D. *Development of Sremski Karlovci Wine tourism and Integration in the Regional Tourism offer*. Ekonomika poljoprivrede , 62 (1), 2015, pp 229–244

### **Веб адреси**

- Hołowiecka B., Kostulska G., E., and Kwiatkowski G., *Impacts of Globalization on Tourist Preferences and Activity*. In The Scale of Globalization. Think Globally, Act Locally, Change Individually in the 21st Century, 55-62. Ostrava: University of Ostrava, 2011. ISBN 978-80-7368-963-6 <http://conference.osu.eu/>

[globalization/publ2011/55-62\\_Holowiecka-Grzelak-Kostulska-Kwiatkowski.pdf](#). (accessed of 25.05.2020)

- Nedeljković O., Jovanović R., Đokić M., *Trendovi i uticaj globalizacija na turizam*, Časopis za ekonomiju i tržišne komunikacije, Godina III, broj I str. 73-86, DOI: 10.7251/EMC1301073N <http://doisrpska.nub.rs/index.php/economyandmarket/article/view/694> (accessed of 25.05.2020)