

THE IMPACT OF COVID PANDEMIC ON TOURISM SECTOR DEVELOPMENT

LL.M Jasmina Risteska

PhD Candidate, University “St. Kliment Ohridski “- Bitola
Faculty of Tourism and Hospitality, Kay Macedonia 95, Ohrid
E-mail: jasminaristeska@rocketmail.com

Abstract

Over the last few decades, tourism is one of the most dynamic and fastest growing economic sectors in the world. With the continuous development tourism is experiencing constant growth and development, thus becoming one of the fastest growing sectors of the economy in the world. The dynamic development of the tourism sector has contributed to increased mobility of tourists with the “disappearance of distance” presenting itself as a catalyst for changes in the environment and has a strong impact on tourism trends. The Covid-19 virus pandemic has had a devastating effect on the global economy, which has hit the tourism sector hard. Given the strategies taken and the necessary measures to dampen the impact of the pandemic, it seems unlikely that tourism will return to normal any time soon. Even after the progressive lifting of restraint measures, surviving travel companies will continue to face the challenges of a likely slow recovery. Together with the energy industry, tourism and hospitality are some of the world’s largest employers. However, unlike the energy industry, tourism and hospitality are less necessary and therefore very sensitive to significant shocks like this pandemic. It is essential to examine how the tourism sector will recover after Covid-19 and how this sector can be made sustainable in a dramatically changed world.

Keywords: tourism sector, covid pandemic, post-covid tourism, future forecasts

ВЛИЈАНИЕТО НА КОВИД ПАНДЕМИЈАТА ВРЗ РАЗВОЈОТ НА ТУРИСТИЧКИОТ СЕКТОР

м-р Јасмина Ристеска

Универзитет „Св. Климент Охридски“- Битола
Факултет за туризам и угостителство, Кеј Македонија 95, Охрид
E-mail: jasminaristeska@rocketmail.com

Апстракт

Во текот на последните неколку децении, туризмот претставува еден од најдинамичните и најбзорастечки економски сектори во светот. Со оглед на

континуираниот развој децении наназад туризмот доживува постојан раст и развој со што станува една од најбрзорастечките сектори на економијата во светот. Динамичниот развој на туристичкиот сектор 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. Пандемијата од вирусот Ковид-19 предизвика катастрофално влијание врз глобалната економија каде што сериозно погоден беше туристичкиот сектор. Согласно преземените стратегии и неопходни мерки за амортизирање од ударот на пандемијата, се чини малку веројатно дека туризмот ќе се врати во нормала во скоро време. Дури и по прогресивното укинување на мерките за ограничување, преживеаните туристички компании ќе продолжат да се соочуваат со предизвиците на веројатно бавно закрепнување. Заедно со енергетската индустрија, туризмот и угостителството се едни од најголемите светски работодавци. Сепак, за разлика од енергетската индустрија, туризмот и угостителството се помалку неопходни и затоа се многу чувствителни на значителни шокови како на оваа пандемија. Од суштинско значење е да се испита како туристичкиот сектор ќе закрепне по Ковид-19 и како токму овој сектор може да се направи одржлив во драматично променетиот свет.

Клучни зборови: туристички сектор, ковид пандемја, пост-ковид туризам, идни прогнози

1. Вовед

Современите услови во туристичкиот бизнис наметнаа серија промени, кои не само што ги променија афинитетите и потребите на туристичката побарувачка на пазарот, туку исто така го насочија туризмот кон тоа да се фокусира на нови, современи стратегии и аспекти на дејствување. Поради фактот што туризмот се истакнува како значително комплексна и специфична индустриска гранка, истата значително стана сензитивна на многубројните промени што глобализацијата секојдневно ги носи на туристичкиот пазар. Со ваквите промени се менуваат и туристите и нивните потреби, а со тоа и маркетинг-оперативните дејствувања се насочија повеќе кон истакнување на важноста на туристичкиот производ, односно дестинацијата. Се смета дека во ерата на развојните глобални процеси феноменот туризам го достигнува својот растеж. Низ разновидни културни, рекреативни, забавни и спортски содржини тој сè повеќе се наметнува како културна и цивилизациска потреба на современиот човек. Во тие развојни процеси туристичкиот сектор е перманентно пратен од голем број на комплексни и разновидни промени кои претставуваат значајни јадра во одвивањето на туристичките активности. Преку овие промени се конципира содржината на туристичката понуда од страна на туристичките компании или други носители на туристички содржини на локално, регионално и национално ниво. Развојот на туризмот во современи услови, кога туристичкиот пазар се карактеризира со перманентно зголемување на побарувачката и промени

во барањата на современите туристи, туристичките компании се принудени својата деловна политика да ја насочат кон потрошувачот – турист. Денес кога глобалните развојни процеси се на високо технолошко ниво, туристите бараат и очекуваат многу придружни содржини, кои во модерниот туристички сектор е еден од начините на диференцијација на понудите. Ако актерите на страната на туристичката понуда се флексибилни и одговорни на промени и се во можност брзо да се адаптираат на зголемените барања на туристите, тие се со поголема веројатност дека таа туристичка компанија ќе привлече повеќе гости и ќе постигне позитивни економски резултати. Туристичките услуги благодарение на модерната информатичка комуникација и технологија, првенствено интернетот и развојот на интернет-дистрибутивните системи и социјалните мрежи, доживува исклучително големи промени. Класичните посети на туристичките агенции сè повеќе се заменуваат со: веб-сајтови на хотели, интернет-системи за дистрибуција (како што е Booking.com, Expedia, Travelocity, итн.), профили и фан сајтови на хотелски компании на фејсбук и други социјални мрежи. Кога станува збор за развојот на информатичко-комуникациските технологии, мораме да кажеме дека, освен промоцијата на туристичките услуги, клучната предност што ја нудат туристичките компании е способноста да продаваат услуги низ целиот свет. Денес, носителите на понуди во туризмот се соочуваат со понови и сè поголем број на комуникациски и интернет предизвици кои потекнуваат во главно од опкружувањето и промените во однесувањето на туристите на туристичкиот пазар. Глобализацијата, острата конкуренција, заситеноста на пазарот, рапидниот раст и развој на новата технологија и софистицираните и променливи туристи бараат сè поголемо приспособување на новите околности и што е можно поефективни и современи стратегии на дејствување.

Цели на истражување

Овој труд како примарни цели на истражување ги дефинира следниве:

- Развојот на туристичкиот сектор во периодот пред пандемијата со корона вирусот;
- 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;
- Процесот на дигитализација и примената на дигиталните алатки како репер за успешно позиционирање на меѓународниот пазар.

Методи на истражување

За реализација на целта која сме ја поставиле при конципирањето на овој предмет на истражување, која претставува актуелна тема недоволно

обработена во нашето подрачје, ќе се водиме од дедуктивниот метод, односно од општите законитости и принципи ќе ги откривавме посебните. Појавите за кои нема официјални информации, а кои се важни за согледување на состојбите и тенденциите во областа на туризмот ќе бидат квалитативно анализирани, односно од добиените сознанија ќе ги изведеме оние карактеристики кои најмногу ја детерминираат анализираната појава. Оттука, основните методолошки пристапи во изработка на овој труд ќе се имплементираат преку: основни методи, општо–научни, методи хипотетско-дедуктивни, аналитичко-дедуктивни и компаративни методи. Трудот е поделен на неколку делови кои опфаќа краток опис на развојот на туризмот пред појавата на ковид пандемијата; Опис на влијанието на пандемијата во развојот на туризмот; Социјалните медиуми односно процесот на дигитализација како нова ера, особено во комуникациските и промотивни активности во туристичкиот сектор; Последици и идните прогнози во туристичкиот сектор во периодот по Ковид пандемијата.

2. Улогата и значењето на туристичкиот сектор во економскиот развој

Со цел да го согледаме влијанието на глобалната криза предизвикана од вирусот Ковид- 19 врз туристичкиот сектор најпрво ќе укажеме на неговата важност како двигател за создавање работни места и промовирање на локалниот економски развој. Туризмот придонесува за создавање работни места директно и индиректно, така што во 2019 година сочинува околу 330 милиони работни места ширум светот, што е еквивалентно на 10,3 проценти од вкупното глобално вработување и едно од 10 работни места на глобално ниво¹. За секое директно создадено работно место во туристичкиот сектор, се создаваат скоро една и пол дополнителни работни места на индиректна основа што значи само во потсекторите за трудоинтензивно сместување и услуги за храна обезбедуваат вработување за 144 милиони работници ширум светот. Ова вклучува приближно 44 милиони работници и 7 милиони работодавци². Поголемиот дел од туристичките компании се микро, мали и средни компании со помалку од 50 вработени. Според извештаите на Организацијата за економска соработка и развој (ОЕЦД), туристичкиот сектор директно придонесува, во просек, со 4,4% од БДП и 21,5% од извозот на услуги во земјите на оваа организација. Оттука туризмот претставува трудоинтензивна гранка која директно придонесува со 6,9% од вработеноста во просек во земјите на ОЕЦД³. Туристичкиот сектор е водечки извор на вработување и создавање работни места за ниско квалификувани работници, заедно со работни места со повисоки квалификации,

¹ WTTC Travel and Tourism Economic Report 2019. (<https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf>)

² https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/WCMS_740877/lang--en/index.htm

³ https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses

притоа вработувајќи работници сезонски, со скратено работно време и сл. Со влијанието на кризата што продолжува во иднина и намалениот капацитет за многу гранки во индустријата, многу од овие работни места се директно погодени. Во нормални околности, секторот може да помогне во обезбедување разновидни можности за вработување на мигранти, жени, студенти и постари работници, не само во поголемите градови, туку и во оддалечени, рурални и крајбрежни области, каде алтернативните можности можат да бидат ограничени. Меѓународната организација на трудот (МОТ) проценува дека пандемијата може да предизвика загуба на 305 милиони работни места, од кои поголемиот дел се од туристичкиот сектор⁴. Влијанието на пандемијата врз туристичките компании е огромно со оглед на тоа дека околу половина од светската популација беше ограничена од мерките за ограничување. Хотелите, рестораните, тур-операторите, авиокомпаниите и бродовите за крстарење ја прекинаа својата работа на неодредено време. Во потсекторите за сместување и услуги за храна, голем број на бизниси се соочија со извонредно тешко деловно опкружување и со големи влијанија врз можностите за вработување, што е одраз на нивната сериозна ранливост кон сегашната економска криза. Со драстичниот пад на економската активност, работниците во трудоинтензивната индустрија сега се соочуваат со разорно намалување на работното време и потенцијални загуби на работни места. Длабоко се погодени сите сектори врз кои туризмот има важни мултипликативни ефекти, вклучително цивилното воздухопловство, ракотворби, земјоделство и обезбедување храна и пијалоци. Откажувањата на летовите и затворањето на аеродромите резултираа голем број на работни места во секторот цивилно воздухопловство да се стават во мирување. Друг предизвик е високата инциденца на неформални работни аранжмани во туристичкиот сектор, делумно поради неговата сезонска природа, комбинирана со слаба регулација, спроведување и организација на трудот.

3. Влијанието на Ковид- 19 врз туристичкиот сектор

Релевантните носители на политики реагираа брзо за да му помогнат на туристичкиот сектор, притоа нудејќи финансиска поддршка на бизнисите. Според проценката на Светската туристичка организација на Обединетите нации, глобалните меѓународни пристигнувања на туристи ќе се намалат за 20-30% во 2020 година во споредба со 2019 година или загуба од 300-450 милијарди американски долари. Компаративно падот од епидемијата на САРС во 2003 година меѓународните пристигнувања на туристи паднаа за

⁴ OECD Tackling coronavirus (Covid- 19) contributing to a global effort “Evaluating the initial impact of COVID-19 containment measures on economic activity”, June 2020 (https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=126_126496-evgsi2gmqj&title=Evaluating_the_initial_impact_of_COVID-19_containment_measures_on_economic_activity)

само 0,4% таа година.⁵ Организацијата за економска соработка и развој вели дека имплицитниот шок може да предизвика пад од 45-70% во меѓународната туристичка економија во 2020 година.⁶ Советот за светски патувања и туризам (WTTC) предвидува дека во 2020 година, пазарот за патувања и туризам може да изгуби 75 милиони работни места ширум светот и 6,4 милиони работни места во ЕУ.⁷ Особено тешко погодени беа авионските превозници кои престанаа со работа, додека други привремено ги откажаа сите летови. Меѓународната асоцијација за воздушен транспорт (ИАТА) соопшти дека овие компании можат да изгубат повеќе од 252 милијарди американски долари во 2020 година. Во зависност од времетраењето на кризата, ревидираните сценарија покажуваат дека потенцијалниот шок може да се движи со пад на 60-80% во меѓународната туристичка економија во 2020 година.⁸

3.1 Политики и поддршка за функционирање на туристичкиот сектор

Надвор од непосредните мерки за поддршка на туристичкиот сектор, земјите исто така се свртија кон развој на мерки за закрепнување. Овие мерки вклучуваат укинување на ограничувањата за патувања, враќање на довербата на патниците и преиспитување на туристичкиот сектор во иднина. Туризмот е значаен дел од многу национални економии, а непосредниот и огромен шок што произлегува од пандемијата на коронавирусот исто така влијае и на пошироката економија. Бидејќи, владите ширум светот воведоа ригорозни мерки за спречување на вирусот, ограничувањата на патувањата, деловните операции и интеракциите меѓу луѓето ја доведоа туристичката економија во ќорсокак. Многу земји сега влегуваат во нова фаза во борбата против вирусот, додека истовремено управуваат со повторното отворање на туристичката економија. Една година по кризата, ситуацијата продолжува да се развива и изгледите остануваат неизвесни. Закрепнувањето сега се очекува да започне подоцна и да биде побавно, отколку што претходно се предвидуваше. Мерките за ограничување веројатно ќе бидат на сила подолго и се очекува да бидат укинати само постепено, со можност за пресврт во случај на појава на нови бранови. Закрепнувањето од страната на побарувачката ќе потрае некое време, имајќи ги предвид последиците од економската и здравствената криза и прогресивното укинување на ограничувањата за патувања, додека довербата на потрошувачите ќе се соочи со подлабоки влијанија колку подолго трае пандемијата. Ова ќе има невидени импликации за многу национални економии. На краток рок, очекувањата се дека домашниот туризам нуди главна можност за поттикнување на закрепнување и поддршка на туристичкиот сектор. Домашните туристички

⁵ https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm

⁶ <http://www.oecd.org/cfe/tourism/>

⁷ ILO Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020.

⁸ <https://www.iatatravelcentre.com/international-travel-document-news.htm>

текови беа под силно влијание на ограничувањата на движењето на луѓето, но се очекува да закрепнат побрзо, откако ќе бидат укинати мерките за ограничување.

Иако, многу внимание е насочено кон меѓународниот туризам, не само поради достапноста на повеќе податоци, домашниот туризам беше сериозно под влијание на мерките за ограничување. Домашниот туризам се очекува да игра важна улога во водењето на почетната фаза на закрепнување, со оглед на неизвесните изгледи за меѓународните патувања. Земјите каде домашниот туризам веќе претставува значителен удел во туристичката економија, веројатно побрзо ќе забележат закрепнување во секторот, отколку земјите кои се во голема мера зависни од меѓународните туристички текови. Многу земји, и туристичкиот сектор, се придвижуваат да го промовираат домашното патување и да ги задоволат посетителите од нивната земја. Како и да е, малку е веројатно дека домашниот туризам може да го компензира падот на меѓународни туристички текови, особено во дестинации кои во голема мера се зависни од меѓународните пазари. Надвор од туристичката економија, пандемијата предизвика светска економска криза и многу економии паѓаат во рецесија. Со оглед на тоа дека изгледите ќе станат помрачни, ова за возврат ќе има последици во однос не само за закрепнувањето на туристичкиот сектор туку и на економијата воопшто. Реалноста е дека глобалниот туризам ќе биде сериозно погоден не само во текот на 2020 година, туку и наредните години, дури и ако ширењето на вирусот биде ставено под контрола во наредниот период. Туристичките бизниси беа меѓу првите што беа затворени по воведувањето мерки за спречување на вирусот, бидејќи туризмот нужно вклучува интеракција меѓу луѓето кои патуваат од нивното место на вообичаено живеалиште до дестинациите во нивната сопствена земја и во други земји. Туристичките активности, веројатно ќе бидат меѓу последните што ќе започнат да се ревитализираат. Дури и кога овие деловни активности ќе се отворат, тоа ќе биде под нови оперативни процедури веројатно ќе има влијание врз однесувањето на туристите, влијаејќи врз продолжувањето и закрепнувањето на домашниот и меѓународниот туризам.

3.2 Туристичкиот сектор за време на кризи

Ревидираните проценки на ОЕЦД укажуваат на пад на 60% во меѓународниот туризам во 2020 година, искачувајќи се на 80%, доколку закрепнувањето се одложи до декември. Последен пат се склучи глобалната туристичка економија веднаш по финансиската криза во 2008 година кога меѓународните пристигнувања се намалија за 3,9%. Ова е во согласност со неодамнешните проекции од други организации, кои слично укажуваат на значителен пресврт во однос на претходните проекции за раст.⁹ Најновите проценки на Светската туристичка организација укажуваат на пад од 22% на пристигнувањата на меѓународните туристи во првите три месеци од годинава,

⁹ OECD Tourism policy responses to the coronavirus (COVID-19), 2 June 2020.

додека за 2020 година се предвидува пад од 58% до 78%, што би значело загуба од 910 милијарди до 1,2 трилиони американски долари во приходите од извоз од туризам.¹⁰ Сепак, растат очекувањата дека закрепнувањето до нивото пред кризата може да трае две години или повеќе. Меѓународната асоцијација за воздушни патувања (ИАТА) предвидува дека авиокомпаниите најверојатно нема да остварат враќање на нивото на сообраќај пред кризата пред почетокот на 2021 година.¹¹ Компаративно, кризите како САРС во 2003 година, епидемијата на Х1Н1 во 2009 година и МЕРС во 2015 година беа од помал обем и влијанието врз туризмот беше помало, додека сегашната пандемија е глобална и ќе опфати многу подолг период од претходните здравствени кризи. Искуството од овие кризи покажува дека потребите за меѓународните патувања за многу краток временски период се вратија во нормала за разлика од сегашната пандемија каде што токму закрепнувањето на туризмот ќе се одвива побавно. Сè уште не е јасно кога ќе се случи пошироко отворање на границите и под кои услови. Таму каде што границите делумно останаа отворени беа воведени задолжителни 14 дневни карантински периоди за луѓето кои доаѓаат од странство. Сепак, ситуацијата останува флуидна, бидејќи земјите бараат да најдат решенија за управување со вирусот, истовремено намалувајќи го влијанието на мерките за ограничување, вклучително и врз туризмот. Ограничувањата постепено се отстрануваат во повеќето земји, бидејќи луѓето се враќаат на работа и повторно почнуваат да патуваат во ограничен обем. Ова се очекува да биде постепен и нелинеарен процес, бидејќи земјите се обидуваат да управуваат со постепено враќање во секојдневниот живот, додека го содржат вирусот, и сè уште не е јасно кога ќе биде можно целосно враќање во туристичките активности. Ова е ситуација која внимателно ќе се следи, а владите сакаат да ја потенцираат потенцијалната потреба за повторно воведување ограничувања, доколку циркулацијата на вирусот повторно се зголеми. Отворањето на секторот ќе биде потешко, отколку неговото исклучување и ќе бара избалансиран измерен пристап. Додека туризмот е под силно влијание на пандемијата и мерките воведени за да се ограничи вирусот, туристичките текови се исто така потенцијален вектор за ширење на вирусот. Додека доцнењето во повторното отворање и континуираната неизвесност создаваат понатамошни предизвици за секторот, пребрзото движење ризикува понатамошно намалување на довербата на владата и потрошувачите во работењето на секторот на подолг рок. Евентуалните влијанија ќе зависат не само од должината на пандемијата, која ќе има последици за опстанок на бизнисот, туку и од потенцијалните долгорочни промени во однесувањето на патувањето како резултат на кризата - дали луѓето ќе бидат повнимателни во врска со патувањата во странство во иднина? Кризата се очекува да има трајно влијание врз однесувањето на потрошувачите,

¹⁰ ILO Sectoral Brief, The impact of COVID-19 on the tourism sector, May 2020

¹¹ <https://www.iatatravelcentre.com/international-travel-document-news.htm>

забрзувајќи го преминот кон интернет, со поголем акцент на хигиената и здравиот живот и поголема употреба на безготовинските и бесконтактните начини на плаќање. Влијанието врз однесувањето на патувањата останува да се види, но туристичките бизниси, како што се крстареењето и авијацијата, веќе се подготвуваат да ги подобрат здравствените прегледи и хигиенските мерки и постои големо признание дека треба многу да се стори за да се врати довербата на патниците. Ваквите мерки треба да бидат целосно применливи од страна на малите и микро-бизниси, а владата треба да игра улога во работата со врвните национални тела на индустријата за поддршка на овие деловни активности. Бизнисмените ќе треба да преземат чекори за заштита на работниците, кои се на првата линија во давањето туристички услуги. Друго прашање ќе биде колку ќе бидат добредојдени посетителите на дестинациите, бидејќи негативната перцепција на туристите како носители на ризик од страна на земјата домаќин исто така може да биде последица на пандемијата, додека локалните заедници на дестинации кои пред кризата доживуваа проблеми поврзани со голем обем на посетители и пренатрупаност, ги вратија своите локални области.

4. Последици врз туристичкиот сектор од влијанието на Ковид кризата

Пандемијата имаше негативен ефект врз функционирањето на компаниите во туристичкиот сектор, особено во малите и средни компании, бидејќи повеќето фирми во туристичкиот сектор се мали во обем. Со оглед на нивните често ограничени ресурси и постојните пречки за пристап до капитал, периодот во кој малите и средни компании можат да преживеат шок веројатно ќе биде пократок отколку за поголемите фирми. Туристичките бизниси што беа одржливи пред пандемијата сега може да бидат ранливи. Трошоците поврзани со превенција и промени во работните процеси, како што се усвојување дигитални алатки и имплементација на нови оперативни протоколи, исто така можат да бидат релативно високи. Владите на многу земји воспоставија политики за нивна поддршка, со одговори на политиките што честопати се следеа по овој редослед на мерки: здравствени мерки и информации за тоа како да се придржуваат до нив, мерки за решавање на ликвидноста со одложување плаќања, мерки за обезбедување на дополнителни и полесно достапни кредити за зајакнување на отпорноста на овие компании, мерки за да се избегнат последиците од неорганизирани отпуштања и структурни политики. Покрај тоа што се карактеризира со многу голема група на мали и микро-бизниси, туристичкиот сектор е многу распарчен и разновиден, опфаќајќи широк спектар на индустрии. Секторот се соочува со посебни предизвици туристичките услуги честопати се меѓусебно зависни и кризата во еден под-сектор, како што е авијацијата, може да има погубни последици врз туристичкиот синџир на вредности. Клучен предизвик ќе биде како повторно сите овие меѓусебно поврзани делови

повторно да работат заедно, да обезбедат непречено туристичко искуство за посетителите. Дури и под нормални околности, некои дестинации имаат тенденција да бидат непропорционално ранливи на ефектите од ваквите кризи како резултат на нивната голема зависност од туристичкиот сектор. Овој диспаритет веројатно ќе се влоши значително по пандемијата. Покрај тоа, претходните искуства сугерираат дека најпогодените локални економии нема да можат брзо да се вратат назад, а локалните пазари на труд може да страдаат во наредните години, влошувајќи ги регионалните разлики во невработеноста, економската неактивност и квалитетот на работата.

4.1 Идните совемени трендови во развојот на туристичкиот сектор

Малите и средни бизниси сè уште се во режим на преживување во неколку земји. Како одговор на новонастанатата ситуација од владите се бара веднаш да развијат и да воведат мерки што ќе обезбедат финансиско олеснување на овие бизниси, мерки за поддршка на работниците, бидејќи туристичките компании беа принудени да направат кратења на работните места и да замрзнат вработувања. Друга клучна област идентификувана од приватниот сектор е обезбедувањето клучни и навремени податоци и насоки како да се реагира на регулативите што брзо се развиваат. Една област каде што пандемијата дава можност за потенцијален развој е во областа на дигитализацијата. Првичните индикации се дека сегашната криза ја забрзува дигиталната трансформација на секторот. Дигитални решенија се развиваат за да се создаде виртуелен туризам, како што е случајот со неколку музеи кои ги отвораат своите виртуелни врати за туристите широм светот во обид да ги поддржат оние кои доживуваат подолг период на социјално дистанцирање. Процесот на дигитализација ќе ги промени работните трендови во овој сектор. Развојот на технологијата и дигитализацијата ќе донесат голем број на нови предизвици на кои ќе треба да се одговори, но и можности кои е потребно да се искористат. Клучното влијание на технологијата врз туризмот во блиска иднина ќе се манифестира, во интеграцијата на мобилните технологии, во хотелските деловни процеси и адаптацијата кон новите услови во реално време од една страна и дигиталната интеракција со гостите од друга страна. Во свет каде се поголем примат заземаат социјалните мрежи, паметните телефони се практично неизбежни, а дигитализацијата и интернетизацијата незапирливо се шират низ целиот свет. Дигитализираниот туристички сектор мора да генерира нови деловни можности за да обезбеди континуирана конкурентност, раст и одржлив развој. Примената на современи технологии, вештачката интелигенција, зголемената и виртуелната реалност резултираа во туристичка понуда која е попривлечна, поефикасна, инклузивна и економско-социјално и еколошки одржлива. Дигитализацијата има позитивно влијание врз животната средина, иновациите во производството, паметните уреди и ефикасно користење на ресурсите кои

придонесуваат за поголем одржлив раст на индустријата. Паметните алатки ги трансформираа телекомуникациите и медиумите и понудија сеопфатен модел за паметни патувања - оној што вклучува паметни визи, граници, безбедносни процеси и инфраструктура со што придонесе кон нова револуција во туризмот. Со консолидација на овие алатки, патниците можат да ги резервираат летовите и да се најавуваат преку интернет, да резервираат пансиони преку своите паметни телефони, да поминат низ автоматски порти на дозвола и сл. Развојот на новите апликации и новите софтверски алатки претставуваат значаен предизвик со кои ќе се соочува туристичкиот сектор во иднина. Со цел да се стекнат со конкурентни предности, туристичките субјекти мораат да бараат нови начини да ја прилагодат нивната понуда до нивната целна публика, а дигитализацијата е еден од начините да се стекнат со тие конкурентни предности.

4.2 Дигиталните алатки клучен предизвик во развојот на туризмот

Процесот на дигитализација на туристичкиот сектор ќе помогне да се зголеми неговата конкурентност, бидејќи клиентите ќе имаат подобар квалитет на услугата, а компаниите за туристички услуги ќе добијат поголеми приходи од нивните активности. Користењето на можностите на иновативни и дигитални технологии во областа на туризмот има позитивно влијание со што истиот се одликува со поголема конкурентност во современиот дигитален свет. Развојот на иновативните процеси игра значајна улога во развојот на туризмот. Тој придонесува за поголема конкурентност на туристичкиот сектор, зголемување на работните места, зголемување на бројот на патници и сл. Според, Светската туристичка организација во 2017 година, меѓународните патувања на туристи достигнаа нов рекорд над 1,3 милијарди додека, 10,4% од БДП во 2017 година туристичката индустрија поддржа 313 милиони работни места или 1 на 10 работни места на глобално ниво.¹² Меѓународното здружение за воздушен сообраќај (ИАТА) проценува дека бројот на патници во 2035 година ќе изнесува 7,2 милијарди, што е скоро двојно од 3,8 милијарди регистрирани во 2016 година, а во текот на следните 20 години ИАТА предвидува дека годишната стапка на раст на патниците ќе достигне 3,7%.¹³ Според овие податоци туризмот ќе претрпи масовна трансформација особено како резултат на напредокот во информатичките технологии и процесите на дигитализација. Дигиталните апликации се новите алатки со чија помош ќе функционира туризмот во иднина. Тоа значи дека примената на нови дигитални софтверски решенија ќе бидат единствената насока кон која ќе се придвижува туристичкиот сектор. Во овој дел од трудот ќе укажеме само на неколку дигитални платформи како што се: Hoteza Mobile и Hoteza HotPad- апликации кои ги нудат сите

¹² <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration>

¹³ <https://www.goodrebels.com/tourism-sector-impact-digitalization/>

потребни информации поврзани со престојот во хотел, овие апликации можат да се користат на 68 јазици, на уреди со Android или iOS и можат да бидат интегрирани со кој било хотелски систем (PMS, RMS, IPTV, POS). Со можност за директна комуникација со гостинот, апликациите и системот како целина му обезбедуваат на угостителот богатство на податоци и информации со кои може да ја подобри својата деловна активност. Апликацијата AssorHotels им овозможува на клиентите да доживеат тотално потопување со виртуелната реалност користејќи ги своите паметни телефони. Покрај тоа, таа обезбедува над 2.000 туристички дестинации и 4.200 адреси за да се потврди нејзината важност и примена. Jumia Travel која користи екстранет апликација и на Android и на iOS оперативни системи за паметни уреди во својата стратегија користи врвна технологија за понатамошно зајакнување на своите хотелски партнери на сите пазари. Rijeka Marketplace е иновативна дигитална платформа развиена на blockchain технологија и претставува основна инфраструктура за развој на паметна дестинација на Риека и околината. Оваа дигитална платформа им овозможува на давателите на услуги поголема прегледност и безбедна продажба на услуги, преку интернет порталот www.rijekamarketplace.com. На посетителте им нуди голем избор на лесно достапни услуги, кои се користат со само неколку кликања, преку дигитален паричник, инсталиран на мобилниот телефон на корисникот.

5. Прогнози и предизвици на туристичкиот сектор по Ковид пандемијата

Предизвик во текот на следниот период ќе биде како да се развијат мерките за ублажување на вонредни состојби во подолгорочни мерки за закрепнување и стимулации кои можат поефикасно да го поддржат закрепнувањето на секторот и особено оние одржливи бизниси што можат да бидат во неволја, но се клучни за повторно функционирање на туристичкиот сектор. Ова е особено сложен предизвик, бидејќи некои бизниси што беа одржливи пред пандемијата може да не бидат во периодот по оваа пандемија, со примена на социјално дистанцирање и други ограничувања што ќе се применуваат за неодредено време. Особено, предизвик на владите ќе биде одредување на соодветно времетраење за да се понуди деловна поддршка и идентификување на деловните субјекти. Потребно е внимание и на она што е потребно прилагодување на сегашните мерки за подобро решавање на потребите на туристичките бизниси. Клучните области на владино дејствување вклучуваат:

- Користење на координативни мерки и работни групи. Некои земји воспоставија механизми за координација, како што се комитети на кабинетите и работни групи, за да го следат влијанието на пандемијата врз туризмот и да одговорат на ситуацијата што брзо се развива. Овие механизми често имаат за цел да ги идентификуваат оние подсектори во

најголема неволја и каде што е потребна непосредна помош, како и да развијат патокази за поддршка за обновување и планови за акција.

- Укинување на ограничувањата за патувања. Во моментот постои голема неизвесност кога ќе бидат укинати ограничувањата за патување. Координацијата во и низ земјите ќе биде клучна во осигурувањето дека здравствените потреби се решаваат, а истовремено се овозможува обновување на туризмот во догледно време. Во врска со ова, некои земји со слични случаи на коронавирус и процеси на управување со случаи (на пр. тестирање и следење наспроти периоди на карантин) ги истражуваат можностите за отворање на „коридори“ или „меурчиња“ за патување како прв чекор за отворање на земјите кон меѓународниот туризам.
- Враќање на довербата на патникот и стимулирање на побарувачката. Истражувањата од ИАТА, покажуваат дека 40% од испитаниците имаат намера да чекаат шест месеци или повеќе пред да патуваат, откако ќе бидат укинати ограничувањата¹⁴. Патниците треба да бидат уверени во безбедноста на патувањето, а владите ќе треба да соработуваат со приватниот сектор за да воспостават нови стандарди во однос на безбедноста, хигиената, тестирањето и процедурите. Пододнакво, владите ќе треба да преземат чекори во насока обезбедување на сигурност, односно дека придобивките поврзани со враќањето на посетителите ги надминуваат сите загрижености за потенцијалните здравствени ризици.

Понатаму што се однесува до мерките за помош на туристичкиот сектор беа понудени пакет мерки и советодавна поддршка за туристичките бизниси, за да им овозможи да одговорат на предизвиците и заканите со кои се соочуваат во моментот.

Додека фокусот во последните месеци со право беше насочен кон заштита на работниците и посетителите и поддршка на опстанокот на бизнисот, креаторите на политиките ги разгледуваат и подолгорочните импликации на кризата врз секторот и структурната трансформација што ќе биде потребна за да се изгради посилен, одржлив и еластичен туристички сектор во иднина. После непосредниот одговор на кризата, дигиталната трансформација ќе остане релевантна и одлуките на креаторите на политиките кои ќе играат важна улога во обликувањето на туристичкиот сектор во контекст по Ковид-19. Надвор од потребните непосредни одговори, креаторите на политиките ќе треба да извлечат поуки од лекциите од кризата Ковид-19, да ги подобрат стратегиите за управување со кризи за подобро подготвување на дестинациите и пошироко секторот да одговори на идните шокови. Како што се развива ситуацијата, земјите разменуваат ресурси за да обезбедат брзо закрепнување по кризата.

¹⁴ <https://www.iatatravelcentre.com/international-travel-document-news.htm>

Заклучни согледувања

Мерките за поддршка на туристичките бизниси и зачувување на работните места и приходите ќе се покажат како клучни за секторот во блиска иднина и ќе бидат особено важни за малите, микро и средни компании. Овие мерки вклучуваат нови заеми под поволни услови, субвенционирање, различни видови на грантови, сет мерки и пакети за зачувување на работните места, од кои некои се секторски насочени, но пристапот до овие мерки да им биде овозможен токму на малите, микро и средни компании на кои му е потребна помош. Прилагодувањето на условите за позајмување на постојните кредитни линии да биде попререференцијално за овие компании преку гаранции и намалени или фиксни каматни стапки. Насочениот стимул за туристичката индустрија да вклучи идентификување на алтернативни извозни пазари или синџири на снабдување за туристички бизнис, како и мерки за унапредување на домашниот туризам. Обука и градење на капацитети за туристичките работници преку бесплатни или субвенционирани курсеви на интернет и обезбедување на техничка помош во деловните процеси и процесите на дигитално управување за туристички претприемачи која ќе биде прилагодена за решавање на посебните предизвици на вонредната состојба и процесот на повторно активирање по кризата. Преку социјални дијалози земјите да развиваат креативни политики за ублажување на ефектите од кризата. Поради широкиот опсег на економските последици, механизмите за социјален дијалог, вклучуваат претставници од сите сериозно погодени сектори, вклучувајќи го и туризмот. И покрај тоа што самите механизми не се специфични за секторите, организациите на работодавци за туризам и работничките организации се вклучени во дискусиите за мерките на политиката релевантни за туристичкиот сектор. Овие социјални дијалози вклучуваат изнаоѓање решенија на локално, регионално и национално ниво, што доведува до сеопфатна политика за поддршка на погодените сектори, вклучително и туризмот. Панелите за кризни вработувања се однесуваат воглавно во промовирањето на координација со владините агенции и граѓанското општество како одговор на кризата, како и да ги анализира проекциите за вработување и ефектите од политиките за поддршка на владата.

Користена литература

Книги

1. EPRS | European Parliamentary Research Service “COVID-19 and the tourism sector” Research Service PE649.368–April 2020,
2. Europska komisija, Komunikacija komisije Europskom parlamentu, vijecu, *Europskom gospodarskom I socijalnom odboru I odboru regija, Turizam i promet od 2020. Nadalje*, Bruxelles, 13.5.2020. COM(2020) 550 final

3. ILO “ACTRAV Analysis: *Governments’ responses to COVID-19*” 6 April 2020.
4. ILO Sectoral Brief, *The impact of COVID-19 on the tourism sector*, May 2020
5. Isabel Cortés Jiménez C., I., Ortuño A., M., *The role of the tourism sector in economic development Lessons from the Spanish experience*, Regional Quantitative Analysis Research Group (AQR) Department of Econometrics, Statistics and the Spanish Economy (University of Barcelona)
6. Government of Jamaica: Ministry of Tourism “*CARE: COVID-19 Allocation of Resources for Employees*” 16 April 2020.
7. Government of the Republic of Korea “*Proactive measures to support employment security in response to COVID-19*” 28 February 2020; OECD “.
8. OECD *Tourism policy responses to the coronavirus (COVID-19)*, 2 June 2020.
9. UNCTAD, *The contribution of tourism to trade and development*, Second session Geneva, 3 – 7 May 2010.
10. USAID and EPI Center, *Студија за ефектите врз приватниот сектор-туризам и угостителство погоден од здравствено - економската криза предизвикана од пандемијата COVID-19, со препораки за справување со економските ефекти*, Скопје, мај, 2020 година.

Меѓународни списанија

11. Ardahaey T., F., *Economic Impacts of Tourism Industry*, International Journal of Business and Management, Vol. 6, No. 8; August 2011
12. Chang L.,Ch., McAleer M., Ramos V., *A Charter for sustainable tourism after COVID- 19*, published 1 May 2020
13. Hernández M., R., *Tourism events: impacts on imports*, International Journal of Event Management Research Volume 3, Number 1, 2007
14. Risteska J. *The digital transformation process and future trends in tourism sector* , Knowledge international journal vol.41 (1), p.249-254, August 2020
15. Sigala M., *Tourism and COVID-19:Impacts and implications for advancing and resetting industry and research*, Journal of Business Research 117 (2020) 312–321

Веб-адреси

16. https://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm (accessed of 05.03.2021)
17. <http://www.oas.org/dsd/publications/unit/oea78e/ch10.htm> (accessed of 05.03.2021)
18. <https://www.unwto.org/sustainable-development/small-islands-developing-states> (accessed of 10.03.2021)

19. https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/travel-and-transportation-during-coronavirus-pandemic_en (accessed of 12.04.2021)
20. <https://www.iso.org/news/ref2523.html> (accessed of 12.04.2021)
21. <https://www.ebrd.com/news/2020/ebd-and-unwto-boost-tourism-recovery.html> (accessed of 30.04.2021)
22. <http://www.oecd.org/cfe/tourism/> (accessed of 30.04.2021)
23. <https://www.iatatravelcentre.com/international-travel-document-news.htm> (accessed of 30.04.2021)
24. <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2018/09/25/digital-platforms-and-the-future-of-tourism-a-world-tourism-celebration> (accessed of 05.05.2021)
25. <https://www.goodrebels.com/tourism-sector-impact-digitalization/> (accessed of 05.05.2021)
26. WTTC Travel and Tourism Economic Report 2019 (<https://www.slovenia.info/uploads/dokumenti/raziskave/raziskave/world2019.pdf>) (accessed of 05.05.2021)
27. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/WCMS_740877/lang--en/index.htm (accessed of 07.05.2021)
28. https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=124_124984-7uf8nm95se&title=Covid-19_Tourism_Policy_Responses (accessed of 07.05.2021)
29. OECD Tackling coronavirus (Covid- 19) contributing to a global effort ‘*Evaluating the initial impact of COVID-19 containment measures on economic activity*’, june 2020 () (accessed of 07.05.2021)