



ОПШТИНА ОХРИД



**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО -
ОХРИД**

Анализа на економскиот импакт на туризмот во Општина Охрид

Според Договор број

09-14864/1 од 29.10.2019

Општина Охрид и

Оглас за набавка број 8628/2019

Анализата на економскиот импакт

на туризмот во општина Охрид е изработена од:

Факултет за туризам и угостителство - Охрид

Главен истражувач:

Проф. Д-р Александар Трајков

Истражувачи:

Проф. Д-р Науме Мариноски

Проф. Д-р Цветко Андреески

Содржина

Апстракт	5
Вовед	6
1. Значење на економските влијанија на туризмот во општината Охрид.....	8
2. Методи на анализа на туристичката потрошувачка.....	9
3. Фактори кои го определуваат економско влијание на туризмот	10
3.1 Економско влијание на емитивните фактори	10
3.2 Економски влијанија на комуникативноста и туризмот	12
3.3. Економски влијанија на туристичките атрактивности	13
3.4. Економски ефекти на туристичката рецептивност.....	15
3.5. Економското значење на посредничките фактори во туризмот	18
3.6. Организација на туризмот во Охрид како туристичка дестинација (ДМО- дестинациска менаџмент организација)	19
4. Истражување и структура на потрошувачката во туризмот во општина Охрид и влијанието врз националниот БДП.....	21
5. Анализа и проценка на загубените приходи по основ на извоз на туристички услуги во општина Охрид	24
5.1. Креирање модели на сериите и предвидување на идни вредности.....	27
6. Меѓусекторски влијанија и коефициент на мултипликација на аутпут	38
6.1. Влијание врз градежништво	43
6.2. Влијание врз трговија	44
6.3. Влијание врз земјоделство	45
6. 4. Влијание врз транспорт.....	46
7. Анализа на влијанието врз развојот на руралните области во општина Охрид	51
7.1. Економски развој под влијание на туризмот и воспоставена туристичка препознатливост во крјбрежниот појас на Охридското Езеро.....	52
7.2. Економски развој под влијание на туризмот во приградските населби на градот Охрид	52
7.3. Економско влијание во новосоздадени туристички локалитети, со туристички имиџ и обезбедена посета на туристите	53

7. 4 Недоволно туристички развиени локалитети со потенцијално економско влијание	54
8. Анализа на Објектите за сместување и сервисни дејности со храна во општина Охрид	54
9. Карактеристики на пазарот на труд (вработеноста) во туристичкиот сектор во општина Охрид.....	59
9.1. Вработеност во деловни субјекти според дејности во општина Охрид	59
9.2. Анализа на вработеноста во објектите за сместување и исхрана.....	61
9.3. Понуда на работна сила во туристичко угостителскиот сектор во општина Охрид	63
10. Проценка и анализа на ефектот од туристичките ноќевања во Охрид врз јавните приходи	65
Заклучок.....	68

Апстракт

Современите тенденции во развојот на туризмот покажуваат дека тој е еден од најзастапените развојни чинители. Неговиот импакт се одразува на севкупниот економски и општествен домен. Тој преку зголемувањето на бројот на туристи кои се вклучуваат во оваа дејност и остварените приходи во неа, како од и од појавата на нови форми на услуги го определува развој на стопански и нестопански дејности. Влијанието на се поширокиот фронт на туристички баратели на услуги има влијание на создавање на нови туристички содржини како дел од туристичката понуда на Охрид. Охрид претставува синоним на туризмот не само во национални туку и меѓународни рамки. Клучна улога во овој поглед претставуваат економските придобивки од развојот на туризмот. Тие се фактор во оваа дејност да се вклучи се поголем број на даватели на услуги кои, овозможувајќи им економски придобивки дополнително ги стимулира да посегна кон нови квантитативни и квалитативни туристички производи и поединечни услуги. На тој начин Охрид се определува како препознатлива дестинација во која економските придобивки имаат нагласен карактер. На овој начин тој го реокупира вниманието на пошироките туристички баратели на услуги кон нови туристички содржини, што води кон континуирано подобрување на економскиот одраз на туризмот во оваа туристичка дестинација. Економскиот импакт се изразува во креирање на современи активности и рационално користење на просторните, културните и човечките ресурси. Ова влијание претставува основа на поврзаноста на различните даватели на услуги чинителите кои и одговараат на се посоефицицираната туристичка побарувачка. На тој начин економскиот импакт има позитивни одрази во настапот на туристичкиот пазар и ширењето на неговите граници.

Општината Охрид е во состојба да ги следи позитивните примери во обезбедувањето на подобрени економски резултати. Економското влијание пак овозможува да се, унапредат, развијат и афирмираат извонредните потенцијали кои не се доволно искористени. Туристичката потрошувачка овозможува ефектите да ги почувствува економијата на во различните сектори во општина Охрид.

Вовед

Охрид претставува прпознатлива икона на науката, културата и образованието, најзначајна лулака на туристичката традиција, град со впечатлива душа и гостопримство. Поради раритетните природни и културни карактеристики има епитет на светски град, отворен за посетители од сите меридијани. Неповторливата природа и содржајноста на милениумското творештво го вознесле во интересот и патронатот на УНЕСКО, со изразити инспиративни карактеристики. Вредносните корени досегаат во длабоката геолошка историја. Терцијерната алпска орогенеза ја создаде највпечатливата конфигурација. Типски хорстови ја окружуваат извонредната пејсажна структура. Од длабините на Тетис се формираат виспените вериги на младите планини. Охридското Езеро е „дел од море фрлено меѓу планиските висови“. Овој бисер на миоценот се смета за една од најстарите лимнолошки творби. Играта на создавање на феномените сеуште трае. Активност на Дувало ни посочува сведоштво на вулканолошка форма која е единствена на овој простор. Посетителите во охридскиот регион се во состојба не само да посетуваат, туку и да откриваат. Тие се во прилика да ги согледаат вредностите на абразијата, да се сретнат со клифови и идеално формирани структури на отсеци. Висовите се причина за восхит на прекрасните панорами од видиковците. Тие се мета на планинарите и алпинистите, но и љубителите на адреналинските активности. Богатата карстна структура е основа за површински и подземни форми. Пред нас е можност да ја предочиме реткоста на конфигурацијата, но преку пештерите да влеземе во утробата на земјата.

Извонредните климатски карактеристики овозможуваат ноќите во Охрид да се мошне пријатни што се должи на големата проветреност. Така се добива епитет на воздушна бања. Благите температури се причина Охридското Езеро да биде најзначајниот туристички капалишен простор во Р.Македонија. Релативно топлата вода во летните месеци и уредените песочно-шлунчести плажи се основа за вакви активности. За напливот на туристи да не ја загрози оваа неповторлива природа езерото е заштитено со колекторски систем. Сите напори се насочени кон едонството на природата, туристите и давателите на услуги. Тоа е едно од најпросирните езера во Европа, со вода во нијаси од тиркиз, до светло синило. Богатството на езерото е извонредната хидрологија и присуство на врела и сублакустриски извори кои се импресивна и ретка појава. Богатата растителност и животински свет се можност за подводни активности и риболов. Охридскиот ендемит пастрмката *Salmo letnica* Karaman е посенен симбол за научната и гастрономската јавност.

Богататиот био и геодиверзитет се основа Галичица да се прогласи за национален парк. Тука свој спокој наоѓаат бројни еколози и приврзаници на недопрената

природа. Околните планини се дел од содржајноста на престој. Богатството на со флористички видови овозможува допир со научни предизвици. Тие се користат за фотографирање и наблудување. Културата се должи токму на користењето на вредните природни потенцијали и креативниот дух на Охридани. Таа е обележје на долгата монументална димензија на проткајување. Денес е атрактивност со каква може да се пофали само мал број региони. Опстојувањето допира до неолитот. Токму креативниот дух овозможува во „Заливот на коските“ да се долови автентичниот начин на живеења во овие епохални рамки. Богатото културно наследство е презентирано преку артефактите на маталниот период на Антиката. Орнаментиката на мозаците е само дел од ризницата на оваа монументалност. Научните и стручните кругови не можат да им одолеат на „маските“ со светско културно значење, богатството на накит и посебно нимизматичката колекција, која врвни автори на археологијата успеале да ја создадат. Ранохристијанскиот период е дел од богатата духовност. Културниот циклус на византијаското творештво заслужува посебен пиетет кај научната јавност. Во Охрид е презентирани највпечатливиот дел од овие цивилизацијски дострели. Тоа се однесува на совршенството на ова архитектонско творештво, ремек делата на фрескосликарството и богатата збирка на икони и книги. Врз основа на долгата религијска традиција и пиететот дека овде е втемеленоста на христијанските вредности преку Охридската архиепископија, овој простор претставува ходочесна средина. Тоа му овозможува да постане центар на Словенската писменост. Благодареност и света чест им припаѓа на Св. Климент и Св. Наум Охридски, учители на Св. Кирил и Св. Методиј. Тие се и создатели на првиот Универзитет за кој се смета дека припаѓа на најстарите универзитети во Европа.

Во Охрид се проткајуваат религијаки и цивилизациските дострели. Во средниот век продира исламската култура создавајќи објекти кои сведочат за епохални влијанија. Врз основа на вакви проткајувања, прифаќањето на Евреите и Католиците тој се смета за „Ерусалим на Балканот“.

Една од карактеристиките во оваа средине е зачуваноста на селски населби во кои традицијата се проткајува со чистата природа. Тоа се идилични места погодни за посета и престој. Тие треба да бидат нишката на разбирањето традиционалните вредности.

Охрид е град на бројни манифестации. Фестивалот „Охридско лето“ има светска репутација. Тоа е можност за настап на дејци со највисока светска репутација во музичката и театралната уметност. Врз оваа основа се темели неговиот туристички развој, што е причина да се реализираат забележителни економски достигнуања.

1. Значење на економските влијанија на туризмот во општината Охрид

Анализата на економската улогата и значењето на туризмот во Општината Охрид, подразбира директни и индиректни секторски влијанија. Економскиот импакт е плод на различни фактори. По својот карактер тие се определени како фактори кои делуваат во различните сфери на туристичката дејност. Од овие фактори зависи и туристичката потрошувачка во Охрид како туристичка дестинација. Анализата на туристичката потрошувачка е во тесна врска со остварените приходи во дејностите кои на непосреден и посреден начин го определуваат стопанскиот развој во целина. Основниот интерес во согледувањето на процесите од економска природа подразбира јасно и недвосмислено утврдување на придобивките кои ќе бидат реализирани со туристичките активности во општината Охрид. Во таа смисла неопходно е да се пристапи кон согледување на состојбите, определување на можностите и програмирање на еволутивните процеси во наредниот период. При реализација на економските импакти треба да се воспостави систем на одржливост како проблематика на туризмот која подразбира дека нема да се загрозува природата и традициите во охридската туристичка дестинација и нејзиното опкружување. Тоа значи дека ќе се има предвид економското влијание на основна просторна вредност на Охрид и одржливоста како неизоставна форма на интегрален пристап во неговиот развој. Имено, туризмот претставува најповолна можност за одржливо користење на ресурсите во функција на меѓусебно поврзување на активностите во определена временска рамка и можните очекувани резултати од одржливиот развој на оваа дејност во Охрид како специфичната животна средина.

Економските ефекти се во тесна врска со туристичката потрошувачка. Таа претставува значаен функционален елемент. Туристичката потрошувачка се дефинира како дел од финансиски средства кои се користат за задоволување на туристичките потреби. Тоа значи дека туристичката потрошувачка е во функција да овозможи да се оствари патувањето и престојот како што пак потрошувачката треба да се сфати како последица на патувањето и престојот.

Нивото на потрошувачка се имплицира врз вкупните развојни карактеристики на туризмот. Тоа е функционална рамка на ефектите кои ќе се постигнат со овој развој.

Местото на туристичката потрошувачка како функционален елемент на туризмот произлегува од фактот дека нема туризам без туристичка потрошувачка. Дури и кога се работи за социјални форми на туризам во вид на испраќање на хендикепирани или

материјално загрозени лица во туристички локалитети и објекти туристичката потрошувачка не е спорна затоа што трошоците ги сноси државата, хуманитарните асоциации или донаторите.

Туристичката потрошувачка е присутна во сите фази на туристичката активност. Таа е присутна во фазата на подготовка за патувањето, за време на патувањето и за време на престојот. Туристите се снабдуваат со неопходните стоки или плаќаат услуги за туристичка намена уште во местото на постојано живеење. Во патувањата трошат во средствата за превоз или пак во локалитетите во кои застануваат. Тие трошат и на услуги и стоки кои им се неопходни во текот на патувањето.

Но, економските ефекти од туристичката потрошувачка атрактивно-рецептивните средни, односно во туристичките дестинации каков што е Охрид. Во основа економското значење на туризмот се јавува како последица на потрошувачката во туристичката дестинација. Туристите финансиските средства ги пренесуваат од местото на постојано живеење во овие, така што непосредните економски импакти се јавуваат во овој дефиниран туристички простор.

Потрошувачката може да биде пансионска и вонпансионска. Пансионска е договорена меѓу давателот и корисникот на услуги, и е утврдена по времетраење и просторна лоцираност. Вонпансионска ги опфаќа сите услуги и стоки за кои туристот троши финансиски средства по свој избор вон аранжманскиот или договорениот обем и квалитет.

2. Методи на анализа на туристичката потрошувачка

Утврдувањето на туристичката потрошувачка е една од аналитичките пристапи со кои економските ефекти од развојот на туризмот имаат основа за идентификација. Во овој поглед потребна е примена на различна методологија. Со неа се овозможува утврдување на нивото во сите сфери на туристичката активност, како и во сите дејности кои учествуваат во задоволувањето на туристичката потреба. Дејностите кои учествуваат во задоволувањето на туристичките потреби, учествуваат и во задоволувањето на потребите на домицилното население.

За утврдување на туристичката потрошувачка се користат следниве методи :

- методот на проценка врз основа на остварен туристички промет ги зема во предвид показателите за посетеност и престој и просечната потрошувачка остварена во поедини видови и категории на објекти даватели на услуги.
- методот на анкетирање на туристите се спроведува со цел туристите да се изјаснат за висината на нивната туристичка потрошувачка;

- методот на сезонски осцилации опфаќа утврдување на разликата во зголемената потрошувачка во текот на годината со оглед на сезонскиот карактер на туризмот;
- со методот на анализа на структурните елементи во потрошувачката се утврдува туристичката потрошувачка врз база на потрошувачката на витални производи(леб, месо и слично метод на анализа на структурни елементи во потрошувачката и
- за туристичката потрошувачка на странската клиентела се користи регистрираниот девизен прилив во Народна банка. Регистрираното остварување на девизниот прилив во Народната банка се прати во сферата на приходите од страна на странските туристи.
- Модел на предвидување, дескриптивна статистика, економетриски модели за предвидување, економска анализа и утврдување на коефициент на мултипликација.

Треба да се констатира дека комбинацијата на овие методи дава најдобри резултати. Тоа значи дека анализата треба да ги користи во рамките на утврдувањето на нивото на туристичка потрошувачка во општина Охрид.

3. Фактори кои го определуваат економско влијание на туризмот

Анализата на економското влијание на туризмот упатува на тоа дека резличните просторни целини или дестинации имаат и различни ефекти. Оваа различност произлегува од влијанието што го имаат определени појави и односи во различните сфери на туристичката дејност. Тоа значи дека за определување на економската улога и значење на туризмот во општина Охрид треба да се имаат предвид определени фактори. Овие фактори се јавуваат во следниве групи:

- емитивни;
- комуникативни;
- атрактивни;
- рецептивни;
- посреднички и
- организација на туризмот во Охрид како туристичка дестинација (ДМО-дестинациска менаџмент организација).

3.1 Економско влијание на емитивните фактори

Економското влијание на туризмот се јавува од појавата на туристичката потреба до нејзиното задоволување. Затоа е потребно при анализата на економскиот импакт на туризмот во Охрид да се има предвид и групата на фактори во емитивната сфера на

туристичката дејност. Врз донесувањето на одлуката за вклучување во туристичката активност во рамките на одржливиот развој како и врз можностите донесената одлука да се оствари делуваат факторите кои ги означуваме како иницијативни или поттикнувачки. Под оваа група на фактори ги подразбираме оние кои освен тоа што делуваат на создавањето на туристичката потреба и свеста за нејзино разрешување како поттик, претставуваат и рамка на можностите за вклучување на туристите и потенцијалните туристи во туристичката активност. Во оваа група фактори, во контекст на поттикнување на туристичката клиентела за вклучување во туризам со забележително зачувани природни потенцијали и традиција какви што се условите во Охрид. Тоа подразбира дека е неопходно да се имаат предвид можностите на туристите и нивната преокупација и аспирација за посета на оваа туристичка дестинација. Тие делуваат заедно со економските можности, односно со финансиските средства за туристичка намена на одлуката на туристите да се вклучат во оваа активност и во тој контекст да го посетат Охрид. Финансиските средства кои овозможуваат вклучување на туристите во туристичката активност се еден од најважните фактори. Овие средства се дефинирани како средства кои им припаѓаат на слободни средства, односно такви парични средства кои остануваат откако ќе се задоволат основните лични и семејни потреби. Финансиските средства за туристичка намена се средствата кои од овој фонд се користат за да можат нивните корисници да се вклучат во туристичката активност, односно со помош на нивното трошење да се овозможи задоволување на туристичките потреби во туристичка дестинација како Охрид. Тоа значи дека се работи за една од фундаменталните рамки при определбите за преземање на туристички активности. Фондот на овие средства зависи од висината на националниот доход, семејниот буџет и личните примања, како и висината на потрошувачката и нејзината насоченост.

Слободните финансиски средства имаат директно влијание врз нивото на туристичката потрошувачка, но не делуваат изолирано од другите фактори. Тоа се влијанија кои го определуваат нивото на туристичката потрошувачка и нејзината структура. Значи дека се работи за влијанија кои преку туристичката потрошувачка се одразуваат на стопанскиот и општествениот развој на оваа туристичка дестинација. Затоа е битно да се определи нивото на потрошувачката бидејќи економски ефекти се во тесна коорелативна поврзаност. Анализата треба да ги опфати емитивните зони на туризмот на Охрид. Тие се определуваат преку реализираниот туристички промет и развојните проекции во наредниот период. Така се определуваат и туристичките пазари на кои Охрид треба да настапува со своите производи.

Економските ефекти се подложни и на некономски влијанија во емитивната сфера. Иако немаат економски предзнак тие делуваат на вклучувањето на туристите во движењата кон Охрид. На тој начин се определени како пазарни категории. Овие фактори треба да се означат како фактори на „бегство“, бидејќи тие делуваат така што го тераат населението кое живее во средина која по своите карактеристики е

спротоставена на охридската, благородна и привлечна средина. Ваквите емитивни средини се со висок степен на загроеност. Затоа туристот сака да ја напушти емитивната средина во определен временски интервал. Нивната сложеност и ригидност е таква што едноставно го условуваат човекот да се влчуи во активности сврзани со автентични вредности и висок степен на заштита. На тој начин ја стимулираат туристичката потрошувачка во Охрид. Тие делуваат врз база на следниве специфичности: контрадикција (средина со спротивни карактеристики од охридската), деградација и девастација (средини со висок степен на загаденост, загроеност и уништеност на животниот простор), алиенација (отуѓеност на луѓето и отсуство на другарување) и замор (оптовареност на организмот и негови делови). Во оваа група се вбројуваат и расположивиот фонд на слободно време (време надвор од работното време како викенд и празнично, годишни одмиори и ферији, време во предрботниот и постработниот период), политичките (одсуство на политички, национални и професионални недоразбирање и развиена демократија како позитивна конотација и обратно како негативна конотација), организациските (поттикнувачки државни, јавни, стопански и невладини граѓански структури) и културните фактори (ниво на изградена свест и почит кон Охрид како културна средина). Во аналитичките сознанија за туристичката побарувачка упатуваат на насочување на туристичката понуда и туристичките производи на Охрид кон пазари со вакви специфичности.

Охрид како реномирана и препознатлива туристичка дестинација зависи и од комуникативните фактори кои треба постојано да се унапредуваат. Пристапност до оваа дестинација, квалитетот на сообраќајните услуги и мрежата на линии се предуслов за економскиот импакт што го има туризмот. Затоа кога сака да се мери влијанието на туризмот треба да се има предвид оддалеченоста на оваа дестинација од емитивните просторни целини на туристичката побарувачка. Овде имаме взаемно дејство на сообраќајот и туризмот. Туризмот зависи од поврзаност, брзината, комфорот, пристапноста и сигурноста, а од друга страна сообраќајот во туризмот наоѓа коминтенти со кои соработува и остварува деловни резултати. Така туризмот претставува чинител на економските ефекти во сообраќајот. Тој, исто така овозможува вклучување различни видови превоз и ширење на мрежа на квалитетни услуги.

3.2 Економски влијанија на комуникативноста и туризмот

Економско влијание на комуникативноста се огледа во фактот дека се работи за еден од основните предуслови за подобрување на квалитетот на живот на локалното население, фактор на стопанскиот и општествениот развој и обезбедување поврзаност на содржинските елементи во туризмот. Развојот на туризмот условува сообраќајот и сообраќајните средства да имаат синергичко дејство. Во таа насока сообраќајната инфраструктура се насочува кон Охрид како туристичка дестинација, но и како

транзитен простор кон други дестинации. При тоа, сообраќајните средства се приспособуваат за да овозможуваат, не само превозување на туристите, туку и ја отстранат безделничната атмосфера. Тоа значи дека сообраќајот овозможува туристите да го задржат вниманието на содржините во просторот на Охрид низ кој патуваат и да користат услуги кои ќе им ја одвратат помислата на должината на патувањето. Карактеристично е ангажирањето на сообраќајни средства за туристичка намена. Економското влијание е взаемно. Имено туризмот овозможува да се реализираат економски резултати во сообраќајниот бизнис, а сообраќајот е фактор кој што им овозможува на гранките во областа на туризмот да се стекнат со позитивни финансиски резултати.

Во врска со значењето на комуникативниот фактор во развојот на туризмот, во Охрид се формира и посебна туристичка понуда. Таков е случајот со понудата на туристички услуги во рамките на услугите кои му се потребни на сообраќајот (бензински станици, продавници и угостителски структури и сервиси). Дури во оваа функција можат да се прифатат специфични сместувачки капацитети и специфични услуги. Сообраќајот ја содржи основната угостителска и занаетчиска понуда во рамките на транзитниот туризам. Тоа значи дека сообраќајните средства можат да се користат во туризмот под специфични услови.

Улогата на сообраќајот во туризмот на Охрид е содржана во тоа што тој овозможува достапност на туристичките простори во самата туристичка дестинација. Така се проткајува туристичката понуда. Одржливиот развој на туризмот не подразбира исклучивост туку напротив оптимално користење на условите на патување во сите можни форми и содржини. При тоа хигиената и удобноста во оваа смисла се приоритетни.

Поврзаноста на туризмот и сообраќајот се јавува и во сферата на користењето на сообраќајните средства како атрактивна понуда на Охрид. Таков е примерот со изнајмување или рента-кар, педалинки, велосипеди, велосипедски троточкаши и четириточкаши, тандемски велосипеди, четириседни мопеди за планинарски тури, крстосувачки бродови, кајаци, чунови, катамарани и какуи, тандемски параглајдери, возчиња, , џипови и камиони за планински тури и детски велосипеди и моторчиња во вид на играчки.

3.3. Економски влијанија на туристичките атрактивности

Економските ефекти од развојот на туризмот во Охрид се во тесна врска со туристичките атрактивности. Тие во Охрид се посебно нагласени така што претставуваат вредност која има полифункционални економски карактеристики.

Атрактивноста која произлегува од забележителното културно и природно наследство претставува основа за појава и пораст на туристичкиот промет. Покачувањето на нивото на атрактивност во квалитативна и во квантитативна смисла условува да се зголеми содржината на престојот и да се реализира зголемена потрошувачка. Тоа е право пропорционална последица со интересот за посета на општината Охрид. Промоцијата и афирмацијата на забележителните атрактивности ја следи насоката на пораст на туристичката посетеност и престој и зголемување на приходите од туристичкиот промет.

Атрактивноста го зголемува бројот на стоки и услуги кои се нудат на туристите затоа што тие постануваат дел од туристичката понуда во услови на нагласена нивна прифатливост од страна на туристичката побарувачка. Ова се однесува на вредности кои произлегуваат од третманот на атрактивноста на нови содржини, во форма на угостителски, трговски, собирајќни, занаетчиски и манифестациски елементи, односно стоки и услуги како составен дел на современи туристички производи како плод на атрактивноста.

Економските ефекти на атрактивноста се содржани во самата конверзивна функционалност. Во Охрид оваа функција е посебно изразена затоа што бројни туристички вредности преку својата туристичка атрактивност добиваат пазарни својства. Таков е примерот со карпата за искачување во Трпејца, клифот и отсекој Канео, споменичкото наследство, инсолацијата, снегот, погледот на езерото и планините. Ова е само дел од изразитите атрактивни својства кои добиваат финансиска вредност од гледна точка на ценовните движења, ја зголемуваат понудата, а со тоа и туристичката потрошувачка.

Зголемената инвестициска активност е плод на економскиот развој на Охрид како туристичка дестинација. Таа се потпира на атрактивноста на просторот, така што инвеститорите го унапредуваат својот интерес за вложување во туризмот. Впрочем, треба да се констатира дека во развиените туристички дестинации мета на градби и други форми на инвестирање се атрактивните целини. Во Охрид овој процес има такви размери, што претставува фактор на колизија со просторот.

Атрактивноста на просторот во Охрид претставува и пазарен механизам затоа што претставува фактор за зголемување на цените на угостителските услуги и стоките не само во угостителството. Тие во основа се повисоки во однос на оние надвор од атрактивните локации.

Меѓутоа, треба да се има предвид дека економското влијание на туризмот од друга страна се одразуваат на атрактивноста како повратна димензија. Имено, економското влијание условува евидентиран развој. Економскиот развој подразбира валоризација и уредување на атрактивните простори во Охрид. Неговата уреденост го подигнува нивото на атрактивност. Исто така, опремувањето го подигнува нивото на

прифатливост на определени средини на туристичкиот пазар што подразбира негова зголемена атрактивност .

3.4. Економски ефекти на туристичката рецептивност

Економските ефекти на туризмот посебно се јавуваат во рецептивната сфера на туристичката дејност. Тоа се фактори кои означуваат прием на туристи, а опфаќаат пречек сместување, обезбедување на услови за задоволување на туристичките потреби и испраќање. Рецептивните фактори овозможуваат туристите да ги искористат вредностите од атрактивна природа. Тоа се такви фактори кои во најголема мерка делуваат на задоволување на примарните потреби, но учествуваат и во задоволувањето на специфичните потреби на туристите.

Овие фактори се од фундаментално значење за развој на туризмот од проста причина што без нивното влијание тој едноставно не може да постои. Дури кога се анализира нивото на туристички развој тие се еден од основните индикатори. Во таа смисла бројот на објекти, бројот на посебни единици во објектите и нивото на туристичка изграденост се показатели кои во оваа смисла не можат да се занемарат. Тие се дел од туристичката понуда на Охрид, но во исто време туризмот делува на нивниот економски развој. Во групата на рецептивни вредности се вбројуваат следниве: инфраструктурална опременост и комунална уреденост, угостителски капацитети, трговска мрежа, занаетчиска дејност, здравствена организираност, банкарска и осигурателна и поштенската служба.

Инфраструктуралната опременост и комуналната уреденост претставуваат основни рецептивни фактори. Ова произлегува оттука што супраструктуралните објекти се темелат на неопходните превземања во обезбедувањето на овие претпоставки. Тоа значи дека лоцирањето на капацитетите во сферата на прифаќањето на туристите започнува со неопходните плански и урбанистички решенија. Основно е дека треба просторот да се дефинира за намената на која ќе и користи. Според тоа, уредувањето на просторот подразбира точно лоцирање на капацитетите. Порастот на бројот на туристите подразбираа и поголемо ангажирање на овој сегмент од туристичката понуда, а со тоа и поголеми приходи, односно позитивни резултати, како последица на туристичката понуда за оваа намена. Во Охрид то се однесува на јавните претпријатија кои својата економска солвентност треба да ја градат и со користење на стретства од туристите за време на нивниот престој.

Инфраструктуралното опремување подразбира пробивање на неопходни пристапни патишта и комуникации меѓу супраструктуралните објекти. Исто така, неопходно е опремување на јавните паркинзи, постојки и станици, пристаништа и хелиодроми. Основа на туристичкиот развој претставуваат и водоснабтителните објекти и системи

како и канализациската и колекторската инфраструктура. Во овој контекст како неопходно се јавува опремувањето на електродистрибутивната мрежа.

Уредувањето на рецептивните простори подразбира создавање на авени и дрвореди, паркови, шеталишта и видиковци. Јавните објекти какви што се уредените плоштадни содржини му даваат посебна физиономија на охридскиот рецептивниот простор и се наоѓаат во функција на одвивање на туристичката дејност.

Уреденоста на просторот подразбира внесување на хортикултурни елементи, но и нивно одржување. Впрочем најзначајна дејност на комуналните служби е обезбедување на оптимални услови за развој на туризмот. Во тој контекст од посебна важност е одржувањето на хигиената, затоа што нехигиената ги загрозува природните и антропогените атрактивно-мотивациски вредности.

Туристичка такса претставува определен износ на средства кои туристите задолжително ги плаќаат во функција на развој на туризмот низ опремување и оджување на овие системи. Туристичката такса се нарекува и комунална такса и се плаќа и во оние места кои се во состојба да ги одржуваат инфраструктурата и комуналните системи. Но овие средства кои се прибираат по овој основ треба да се насочат кон средини каде проблемите се од природа да не можат да се разрешат од страна на локалното население, или пак во нови туристички простори, на солидарна основа. Во оваа смисла посебно место и припаѓа на локалната самоуправа на Охрид и на државата.

Угостителството претставува една од најзначајните чинители во туристичкиот развој. Половина од туристичката потрошувачка отпаѓа на угостителството. Поради тоа често пати угостителството се изедначува со туризмот како за таа нема теориска и практична основа, бидејќи сепак угостителството е само една од стопанските гранки кои учествуваат во туристичката дејност. Тоа во посебно уредени објекти подготвува и служи храна и пијалаци и дава услуги за сместување и забава на посетителите. Угостителството врши и производна и услужна дејност. Производната функција на угостителството е содржана во подготвувањето на храната и пијалоците, а услужната преку давањето на сите видови основни и споредни угостителски услуги. Во угостителството можат да се издвојат два вида на капацитети. Тоа се капацитетите за сместување и капацитетите за исхрана и пијалаци.

Трговската мрежа подразбира инсталираност на стопански субјекти во рецептивниот простор кои овозможуваат снабдување во туристичката дејност. Снабдувањето се однесува на туристите кои покрај угостителски услуги имаат потреба за определени стоки. Туристите не се задоволуваат со понудата која се обезбедува во рамките на аранжманот или поединечните услуги во угостителството, туку сакаат да се снабдат и со други стоки. Често дури купувањето е основа за патување така што се диференцира и посебна програма која се нарекува “шопинг туризам”. Тоа значи дека трговијата

овозможува туристите да се снабдат со привлечни стоки. Трговијата во туризмот се јавува како развоен фактор и низ призма на снабдување на непосредните даватели на услуги. Туристичките агенции, угостителските стопански субјекти, културните и спортските институции, сообраќајот користи трговски услуги за да дојдат до неопходните стоки. На тој начин трговијата овозможува одвивање на туристичката активност. Но во исто време остварува приходи базирани на туристичката потрошувачка во Охрид. За туризмот од посебно значење е таканаречената туристичка трговија. Под туристичка трговија во потесна смисла се подразбира продажбата на стоки кои се непосредно врзани со туризмот. Тоа се стоки кои потсетуваат на туристичката активност како на пример: сувенири, разгледници, туристички карти, дописни карти, честитки, привезоци, пенкала и слично. Исто така, тоа се стоки кои овозможуваат одвивање на определени активности за време на туристичкиот престој. Такви се приборот за ливни и риболовни активности и потрошен материјал за оваа намена, опрема за скијање, пливање, трчање и други рекреативни активности, фотоапарати и камери, и касети, дискети и слично.

Занаетчиските дејности овозможуваат туристите да дојдат до неопходни стоки и услуги од овој карактер. Оваа група го опфаќа занаетчиското производство кое изработува стоки кои се наменети пред се за туристите. Тоа се производи со автохтони вредности. Најголем дел од производите се купуваат од страна на туристите како сувенири. Во оваа група на занаетчиски дејности посебно се истакнуваат кувенциството, казанчиството, плетарството, плетењето, везењето, ткаењето, дрводелството, резбарството и слично. Од услужните занаети како рецептивни фактори се јавуваат занаетите кои се во врска со нивната намена за туристите и занаети кои овозможуваат исправност на средствата на туристите и другите учесници во туристичката активност. Занаети или услуги кои користат туристите се фризерскиот, козметичкиот, маникирскиот, педикирскиот и слично. Најчесто се работи за занаети кои овозможуваат уредност на туристите без која тие едноставно не се во состојба да се вклучат во туристичките комуникации и забавните содржини. Од занаетите кои се во врска со средствата кои ги користат туристите и другите учесници во туристичката активност најголем број се оние во врска со автомобилот и тоа автомеханичарите, автолимарите и автоелектричарите. Но исто така свое место во оваа смисла наоѓаат радиомеханичарите, електромеханичарите, прецизните механичари и слично. Одржувањето на објектите е во компетенција на бројни занаети од молери до електричари. Тоа значи дека се работи за широка застапеност и влијание на занаетчиството во туристичката дејност.

Здравствената организираност е многу важна во туризмот. Таа може да биде дел од туристичката понуда и да претставува фактор на заштита на туристите од болести и трауми за време на туристичката активност. Кога здравствената организираност претставува дел од туристичката понуда таа е основа за развој на здравствениот туризам. Така се воспоставува најсоодветна корелација меѓу туризмот и здравството.

Туристите покрај атрактивно-мотивациските содржини добиваат и здравствени услуги во континуирана форма.. Здравствената служба е неопходна и во сите други видови на туристичка активност. Таа во Охрид е мобилна поради ургентни интервенции посебно при давења, трауми, срцеви напади, инсулти и епилепсии, изгореници или помрзнување но и во други случаеви. Затоа е неопходно при организацијата на туризмот во Охрид на здравствената служба да се даде приоритет. Здравствената служба е лоцирана како во градот во кој се одвива туристичката активност, така на аеродромот „ Св. Апостол Павле“.

Банкарската служба овозможува да се извршат бројните плаќања во туризмот. Таа е во функција на менување на финансиски средства, обезбедување готовина но и вршење на трансакции во рецептивниот простор. Врз услугите на банкарската служба се потпира најголем дел од финансиските односи на корисниците и давателите на туристички услуги. Банкарската служба треба да овозможи што е можно во пократок рок да ги извршат трансакциите, за рационално да го искористат времето наменето за туристичка активност. За тоа банката има сатисфакција во провизиите и другите економски форми на остварување на приходи.

Осигурителните друштва се гарант за избегнување на материјалните проблеми кои можат да настанат при престојот на туристите. Нивната сатисфакција се премиите како економски ефект, не само од давателите на услугите, туку и туристите.

Придобивки од развојот на туризмот имаат и спортските и културните институции и манифестации. Нивното повратно дејство е подигнувањето на нивото на атрактивност на Охрид како туристичка дестинација.

3.5. Економското значење на посредничките фактори во туризмот

За туристичкото посредување треба да се констатира дека станува збор за нај-препознатлива стопанскиа гранка во областа на туризмот. Таа врз профитабилна основа ги поврзува сите чинители кои имаат определен економски интерес. Тоа значи дека за придобивки на трети лица се врши определена активност. Економски интерес имаат туристите затоа што им се овозможува под оптимални финансви услови да добија услуги кои одговараат на своите барања. Сообраќајните претпријатија да добијат економска добивка во превозот, а угостителството пласман на своите стоки и услуги. Сепак треба да се констатира, дека посредништвото не треба да се сфати само како учество во давање и користење на поединечни услуги. Посредништвото е многу посложена дејност. Развојот на туризмот придонесува туристичкото посредништво да се издигне на значително повисоко ниво. Посредништвото во туризмот се јавува како комплексна форма. Под него се подразбираат покрај посредувањето и информативно-

советувалните и организациските активности. Според тоа посредничките фактори не треба да се сфатат во номинална форма. Тоа се фактори кои овозможуваат на туристичкиот пазар да се оствари размена на комплекс на услуги како туристичка понуда, за потребите на туристичката побарувачка. Така посредничките фактори се наоѓаат во улога на синхронизација на различни учесници во туристичката понуда кои треба да овозможат задоволување на потребите на туристите. Тие ја релативизираат сезоналноста како мошне ригидна појава во туризмот. Овозможуваат да се ублажат односите меѓу крутоста на туристичката понуда и еластичноста на туристичката побарувачка. Ја обединуваат раситнетата туристичка понуда за интересите на туристичките корисници на услуги. Посредничките фактори овозможуваат да се вклучат нови содржини и просторни вредности во туристичката понуда. На туристите им овозможуваат без проблеми да дојдат до содржините со кои ќе ги задоволат туристичките потреби. Така се реализира економскиот импакт на посредувањето во туризмот.

Туристичките агенции се најзначајниот и најразвиениот деловен вид на туристичко посредништво. Тие во развојот на туризмот своја улога наоѓаат во омасовувањето, намалувањето на цените, популаризација, информирањето и промоцијата, осигурувањето и безбедноста, подобрувањето на квалитетот на услугите, активирањето на вредностите на животната средина, вклучување на нови дејности во туризмот. Тоа подразбира реализација на економски ефекти кои произлегуваат од нивното ангажирање. Обавувајќи ги посредничките, организаторските и информативно соодветно промотивните функции туристичките агенции решаваат бројни задачи кои овозможуваат да се обезбеди туристички развој, а со тоа и економски придобивки. При реализација на овие задачи туристичките агенции воспоставуваат деловни односи. Овие односи се воспоставуваат на една страна со туристите како корисници на услуги, а на друга со сообраќајните претпријатија, угостителските претпријатија, граѓаните даватели на услуги и други даватели на услуги. Таа воспоставува односи и со стопански и нестопански правни лица кои делуваат во туризмот, со владини и невладини организации во туризмот и со други туристички агенции. Така ги поттикнуваат економските процеси во туризмот и се јавуваат како фактор не само на обезбедување на сопствени приходи туку и економски резултати за засегнатите страни во туризмот на Охрид.

3.6. Организација на туризмот во Охрид како туристичка дестинација (ДМО- дестинациска менаџмент организација)

Економскиот импакт на туризмот во Охрид е во голема мерка зависи од организациската структура која е определена како ДМО. Оваа зависност произлегува од фактот дека ДМО претставува структура која создава услови стопанските активности

да се одвиваат во оптимални услови. На тој начин се обезбедуваат позитивни економски ефекти. Во организациска смисла во општината Охрид делуваат владини структури и структури на Локалната самоуправа, стопански здуженија од областа на оваа економија и невладини организации со туристички и без туристички предзнак.

Централна позиција има локалната самоуправа, односно Градоначалникот и Советот на општината Охрид. Во стручен поглед тоа е ТЛЕР (Туристички локален економски развој). Ова тело ги анализира економските и општествените резултати од развојот на туризмот, ги подготвува и спроведува развојните програми и ја предлаѓа и реализира промотивната на туризмот. ДМО во локалната самоуправа не е конституиран и треба да се стави во функција. Во ДЕМО-от треба своје место да најдат покрај претставникот на ТЛЕР-от и претставници на општинската туристичка инспекција и ресорни министерства посебно Министерството за економија и Министерството за внатрешни работи, државниот инспекторијат и невладините сектор.

Државните органи како рецептивни фактори се наоѓаат во функција на спроведување на владината политика. Тие треба да овозможат координација на сите чинители во туризмот. Овие органи вршат анализа на состојбите и предлагаат мерки за унапредување на туристичката дејност. Тие се грижат за спроведување на законската регулатива, за категоризација на капацитетите кои даваат туристички услуги за почитување на воспоставените кодекси на однесување и за користење на средствата добиени по основ на туристичка такса. Во рамките на владината организираност посебно место завзема туристичката инспекција која ги санкционира незаконските однесувања во туристичката дејност.

Донесувањето на предлог закони и подзаконски акти во областа на туризмот се во функција на оптималност во обезбедувањето на клима за економска функционалност и обезбедување на поголема потрошувачка на туристите.

Во рецептивната сфера невладините организации се јавуваат како организации без и организации со туристички предзнак. Првата група ја сочинуваат невладини организации кои се грижат за еколошките услови, уредувањето на просторот, организацијата на културни и спортски средби и слично. Такви се еколошките друштва и друштвата за разубавување на просторот, како и спортските друштва и клубови, активите на млади и на жените и други. Туристичките организации се асоциации кои се формираат со цел да се унапреди туризмот во определена средина. Тие се занимаваат со промотивни активности, давање на туристички информации и обезбедување на услови за подобрување на туристичката понуда. Функцијата на туристичките друштва се огледа во координацијата на носителите на туристичката политика и чинителите на туристичката дејност во рецептивниот простор. Тие се главни иницијатори за донесување мерки за уредување на туристичкото место, за одржување на куќите и нивната околина, за колективни акции какви што се натпреварите за најдобро уреден

балкон или двор или, за акции какви што се месец на туризмот и слично. Тоа значи дека се работи за корективна функција. На тој начин се обезбедува оптималност во престојот што повлекува и зголемана потрошувачка.

Економскиот импакт во рецептивниот простор има основа во соработка на стопански субјакти кои се вклучени во туризмот со другите чинители на туристичкиот развој. Така се создава хоризонтална поврзаност. Но, исто така постои и вертикална поврзаност.

Односот на реципиентното население кон туристите и развојот на туризмот, како влијателен фактор произлегува пред се од економската полза која ја има. Тоа се однесува на вклучувањето во организирана форма као и на поединечното влијание кое го имаат давателите на услуги. Реципиентното население треба да се вклучи во организацијата на курсеви, предавања и други форми на образовно-информативни активности со туристичка проблематика со што значењето на економскиот импакт паралелно ќе се унапредува. Со тоа треба да се придонесе во подигнувањето на нивото на туристичка култура на населението во туристичкото место. Тоа значи дека аспирациите за прием на туристи, толеранцијата во тој поглед избегнувањето на ароганцијата кон туристите, како и отстранувањето на судирите меѓу туристите и реципиентното население ќе се остварат на оптимален начин. Со нивото на економскиот интерес реципиентното население се остварува поголема наклонетост кон туристите и повисоко ниво на задоволство од нивното присуство во реципиентниот простор, а за себе реализација на економски придобивки. Економскиот импакт претставува основа на се поголема прифатливост на туристите и нивно угостување, како и подигнување на квалитетот на услугите. Тоа дополнително ги зголемува економските придобивки од туризмот.

4. Истражување и структура на потрошувачката во туризмот во општина Охрид и влијанието врз националниот БДП

Анализата на вкупната потрошувачка на туристите во општина Охрид е направена врз основа на податоците од Државниот завод за статистика и Народната банка на Македонија и тоа на база на остварени ноќевања бидејќи повеќе одговара за прецизно пресметување ако се земе во вид методологијата на евидентирање на туристите и ноќевањата на ДЗС.

Потрошувачката за странските туристи на национално ниво е земена од националниот биланс на плаќања што го објавува НБРМ и тоа од делот на извозот на услуги на патување (туризам). Истата е конвертирана во долари согласно просечниот девизен курс на доларот во соодветната година, објавен од страна на Централната банка. Потоа вкупниот износ е поделен на вкупниот број на ноќевања на национално ниво со што се

добива просечната потрошувачка на странски туристи. Оваа просечна потрошувачка на странските туристи по ноќевање се користи за пресметка на вкупните приходи што се остваруваат од посетата на странските туристи во Охрид.

Потрошувачката на домашните туристи на национално ниво е земена од податоците за БДП во Македонија. Во делот каде што се мери финална потрошувачка на домаќинствата според трајноста и класификацијата на индивидуалната потрошувачка по намена (национален концепт) се идентификува вкупната потрошувачка на домашното население, по години, во секторот Хотели и ресторани, направена во домашната национална економија, но и во странски земји. Од тие причини, заради поголема прецизност во пресметките, се прави корекција на овие податоци и од истите се одзема увозот на услуги на патување (туризам) од националната сметка на плаќања што ја објавува Централната банка, по што се добива вкупната потрошувачка на домашните туристи во домашната национална економија. Односот помеѓу вкупната потрошувачка на домашните туристи и вкупниот број на ноќевања на домашните туристи ја дава просечната потрошувачка по ноќевање на домашните туристи. Оваа просечна потрошувачка на домашните туристи по ноќевање се користи за пресметка на вкупните приходи што се остваруваат од посетата на странските туристи во Охрид.

Табела 1: Туристичка потрошувачка во општина Охрид

	Ноќевања Охрид		Потрошувачка по ноќевање (УСД)		Вкупна потрошувачка по ноќевање (милиони УСД)		Учество на странски во вкупни приходи (%)
	домашни	Странски	домашни	Странски	домашни	Странски	
2000	989234	153762	45	77	44	12	21.1
2001	541483	27760	69	122	37	3	8.3
2002	863156	66195	52	142	45	9	17.4
2003	882848	98762	61	164	54	16	23.1
2004	714656	91461	75	199	53	18	25.4
2005	774670	129726	88	202	68	26	27.7
2006	767561	129099	115	292	88	38	30.0
2007	813716	147495	110	359	90	53	37.1
2008	858203	170792	81	389	69	66	48.9
2009	774424	176830	104	373	80	66	45.1
2010	644415	147576	106	353	68	52	43.3
2011	592886	217909	119	318	71	69	49.6
2012	575308	248358	101	288	58	71	55.2
2013	522718	273330	131	302	68	83	54.8
2014	468268	285780	167	319	78	91	53.9
2015	498517	319658	120	255	60	82	57.8
2016	533165	297168	124	265	66	79	54.5
2017	557569	379472	113	253	63	96	60.4
ВКУПНО					1161	931	

Извор: Собствени пресметки врз основа на податоци од Државен завод за статистика и Народна банка на Македонија

Табела 1 покажува дека учеството на странските ноќевања во вкупните ноќевања во општина Охрид континуирано се зголемува во периодот 2001 – 2017. Најниското учество на странците во вкупниот број ноќевања во општина Охрид било во 2001 година, во периодот на безбедносната криза, кога истото било само 5%, додека во 2017 е достигнато учество од над 40%. Како што се гледа од податоците во табелата, порастот на учеството не се должи само на континуираниот раст на странските ноќевања, туку и на намалувањето на домашните ноќевања во анализираниот период.

Од податоците во табелата се забележува просечната потрошувачка на странските туристи во периодот 2000 - 2017 повеќе флукутира од просечната потрошувачка на домашните туристи. Во последните години просечната потрошувачка по ноќевање на странските туристи е намалена на околу 250 долари, во споредба со 380 долари во 2008 година, што негативно влијае и на вкупните приходи. Сепак намалената потрошувачка резултира со поголема конкурентност и пораст на бројот на ноќевања на странските туристи со што се генерираат и повеќе приходи од посетата на странските туристи во Охрид. Ако се споредат вкупните приходи од домашна и странска потрошувачка во Охрид може да се види дека во 2017 приходите од странските ноќевања достигнале повеќе од 60% во вкупното учество на остварени туристички приходи во Охрид, споредбено со само 8,3% учество на истите во 2001 година, во периодот на безбедносната криза во Македонија. Најголеми туристички приходи во општина Охрид биле остварени во 2014 година и тоа близу 170 милиони УСД.

Во просек, просечната потрошувачка по ноќевање на странските туристи е за дури 165% поголема од потрошувачката на домашните туристи по ноќевање во периодот 2000 – 2017. Во одредени периоди истата изнесувала дури 380% повеќе (2008 година) за да последните неколку години се движи помеѓу 113% и 125%.

Пресметаните податоци во табелата покажуваат дека вкупните туристички приходи во Охрид, во периодот од 2000 до 2017 година изнесуваат 2092 милиони УСД, од кои 931 милиони УСД се остварени на основа на странски ноќевања, а 1161 милиони УСД се остварени на основа на домашни ноќевања.

Табела 2: Учество на туристичките приходи во општина Охрид во БДП

Година	Остварени туристички приходи во милиони УСД општина Охрид (А)	БДП, во милиони УСД	Учество на приходите во БДП А / БДП * 10
2000	56	3773	1.48
2001	41	3710	1.11
2002	54	4018	1.34
2003	70	4946	1.42
2004	72	5683	1.27
2005	94	6259	1.50
2006	126	6861	1.84
2007	142	8337	1.70
2008	136	9910	1.37
2009	146	9402	1.55
2010	120	9407	1.28
2011	140	10495	1.33
2012	130	9745	1.33
2013	151	10818	1.40
2014	169	11362	1.49
2015	141	10052	1.40
2016	145	10746	1.35
2017	159	11338	1.40

Извор: сопствени пресметки

Најголемо учество во БДП во нашата национална економија по основ на туристички приходи општина Охрид остварила во 2007 година со 1,70% додека очекувано најмало учество има во 2001 година од нешто над 1%. Последните неколку години учеството на туристичките приходи од општина Охрид се движи околу 1.40% од вкупниот БДП.

5. Анализа и проценка на загубените приходи по основ на извоз на туристички услуги во општина Охрид

Направена е анализа на податоците за пораст на бројот на ноќевањата од странските туристи во Охрид за периодот после осамостојувањето на Република Македонија во 1991-та година. Според класификацијата на Светската туристичка организација, Македонија спаѓа во групата земји од Јужна медитеранска Европа. Идејата на оваа анализа е да се направи споредба со каква динамика растел бројот на странски

Анализата на економскиот импакт на туризмот во општина Охрид

туристи во останатите земји од јужна и медитеранска Европа во истиот период, а со какви Република Македонија. Податоците од оваа анализа се дадени во Табела 3.

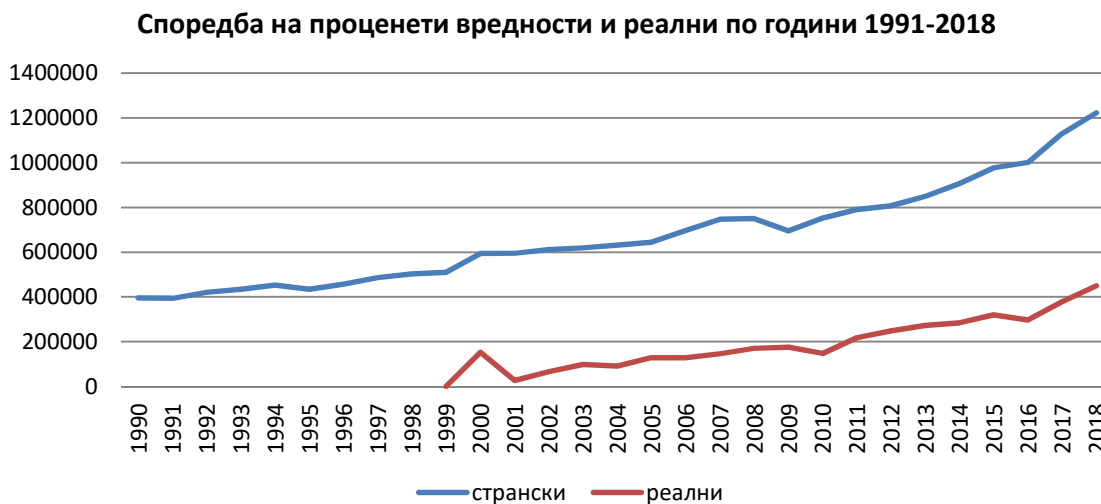
Табела 3: Табела на претпоставени и реални вредности на пораст на ноќевањата од странски туристи во Охрид

Година	Верижни индекси	Охрид ноќевања-странски туристи			Верижни индекси реални	Просечна потрошувачка во \$
		странски	Реални	Разлика		
1990		396528				
1991	0,993599	393989,7				
1992	1,069344	421310,7				
1993	1,030475	434150				
1994	1,042297	452513,3				
1995	0,958516	433741,1				
1996	1,054286	457287				
1997	1,062632	485927,7				
1998	1,033154	502038,1				
1999	1,016182	510162,1				
2000	1,165022	594350,3	153762	440.588,2601		77
2001	1,000758	594800,6	27760	567.040,6392	0,180539	122
2002	1,027259	611014,3	66195	544.819,2861	2,384546	142
2003	1,014261	619727,8	98762	520.965,8288	1,491986	164
2004	1,018547	631221,6	91461	539.760,6295	0,926075	199
2005	1,020818	644362,2	129726	514.636,2275	1,418375	202
2006	1,079948	695877,4	129099	566.778,4252	0,995167	292
2007	1,072816	746548,1	147495	599.053,1115	1,142495	359
2008	1,00509	750348,4	170792	579.556,413	1,157951	389
2009	0,925718	694610,7	176830	517.780,658	1,035353	373
2010	1,082675	752037,4	147576	604.461,4359	0,834564	353
2011	1,049972	789618,2	217909	571.709,1949	1,476588	318
2012	1,021925	806930,7	248358	558.572,6794	1,139733	288
2013	1,051805	848734	273330	575.403,9955	1,100548	302
2014	1,068657	907005,3	285780	621.225,2848	1,045549	319
2015	1,077281	977099,7	319658	657.441,7342	1,118546	255
2016	1,024633	1001168	297168	704.000,3102	0,929644	265
2017	1,127794	1129112	379472	749.639,7931	1,276961	253
2018	1,0819	1221586	449807	771.778,7956	1,18535	256
			Вкупно	11.205.212,70		

Извори: Податоци за ноќевањата на странските туристи се преземени од Статистички годишници на Заводот за статистика на Република Македонија, а верижните индекси се пресметани врз основа на податоци за остварени ноќевања од странски туристи во Јужна и Медитеранска Европа од Светската туристичка организација.

На графикон 1 е прикажана разликата помеѓу претпоставените и реалните вредности на бројот на пристигнати туристи.

Графикон 1: Графички приказ на податоците за пристигнати странски туристи: проценети и реални вредности



Од табелата и графиконот може да се забележи дека иако верижните индекси на реалните остварени ноќевања просечно се повисоки во однос на верижните индекси на бројот на остварени ноќевања во Јужна и Медитеранска Европа (1,16 и 1,04 соодветно), порастот во апсолутни вредности е многу помал од оној кој го даваат претпоставените вредности, што е за очекување. Поголемата вредност на верижните индекси во Република Македонија укажува и на незаситен пазар со потенцијал за развој во текот на анализираните години.

Во оваа анализа се претпоставени идеални услови во кои капацитетот на сместувачките објекти би ја следел побарувачката за сместување, а Македонија би го остварила просечниот пораст на ноќевања кој го имаат земјите од Јужна и Медитеранска Европа.

Разликата на очекувани и остварени ноќевања е дадена во табела 3. Вкупниот број на ноќевања кај овие две серии е 11 205 212 ноќевања во период од 19 години. За истите тие 19 години во Охрид се реализирани 3 810 940 ноќевања околу 30% од разликата на сериите. Од оваа разлика само износот на туристичка такса (кога би ја пресметувале по 40 денари за остварено ноќевање или 0,65€) изнесува 7 283 388 € вкупно или просечно годишно 383 336 €. Просечната дневна потрошувачка за странски туристи по години е дадена во табелата 1. Според тие вредности вкупниот износ на нереализирани приходи во анализираниот период е 2,945,847,047.83 долари или просечно годишно 155,044,581 долари.

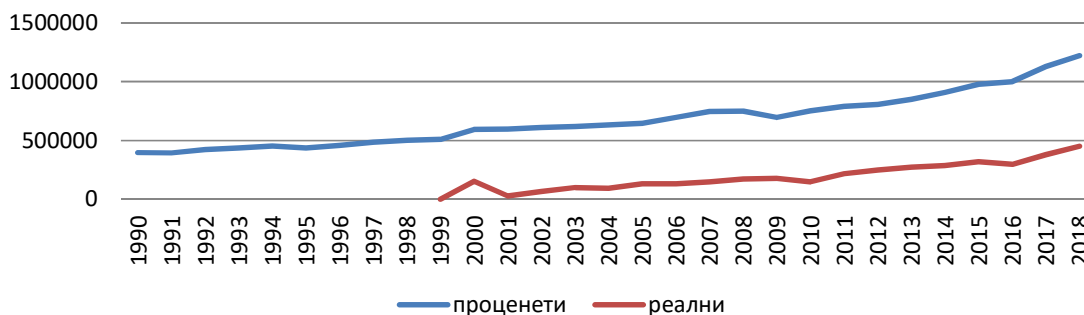
5.1. Креирање модели на сериите и предвидување на идни вредности

Во графикон 2 се прикажани вредностите на пристигнати туристи по месеци. Потребни се месечни податоци за да има доволно голем број на податоци за моделирање и предвидување на идни вредности.

Реалните вредности се преземени од макстат базата на Државниот завод за статистика, а проценетите податоци се врз основа на распределбата на бројот на пристигнати туристи по месеци и прирастот на бројот на странски туристи по години во земјите на Јужна и Медитеранска Европа.

Графикон 2: Графички приказ на остварени ноќевања за странски туристи: проценети и реални вредности

Споредба на проценети вредности и реални по години 1991-2018



И кај двете серии има нагласена сезоналност што е очекувано за Охрид кој има нагласена сезонска компонента во бројот на пристигнати туристи и остварени ноќевања. Оригиналните серии ќе бидат модифицирани за да се добие стационарна серија, после тоа ќе се испитува присуство на структурни промени во серијата, ќе се направи моделирање на серијата и предвидување на идните вредности. Како основа на оваа анализа се користи теоријата на анализа на временски серии заедно со припадните статистички показатели кои ќе бидат презентирани.

Прво ќе биде направена анализа на реалните вредности на бројот на остварени ноќевања од странски туристи во анализираниот период јануари 2000 – декември 2018. Иако знаеме дека ова серија треба да покаже структурна промена во 2001 година поради конфликтот во државата и 2011 година кога започна субвенционирањето на бројот на странски туристи, тие претпоставки ќе ги тестираме.

За да се добие стационарна временска серија, потребно е оригиналната серија да се диференцира. Тестирањето на стационарноста го правиме со тестот на единечни корени (Unit Root Test). После едно диференцирање на оригиналната серија, од дадените вредности на вреојатноста за отфрлање на стационарноста p може да се заклучи дека диференцираната серија е стационарна (Табела 4).

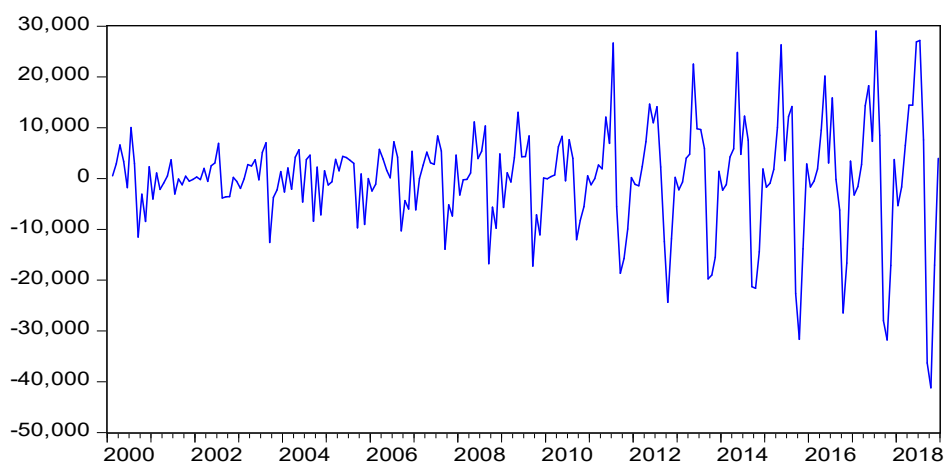
Табела 4: Резултати од тестот на единечни корени за диференцираната серија

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-6.402496	0.0000
Test critical values:		
1% level	-3.460739	
5% level	-2.874804	
10% level	-2.573917	

Добиената статистика има помала вредност од критичните вредности за различните степени на доверба, што значи дека оваа серија може да се користи како стационарна за понатамошно моделирање.

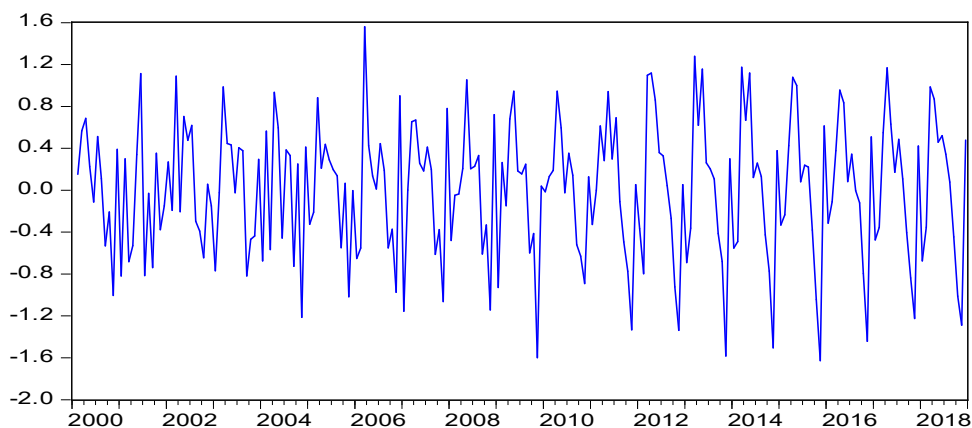
На графикон 3 е прикажана диференцираната серија на остварени ноќевања на странски туристи во Охрид.

Графикон 3: Графички приказ на диференцираната серија на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид



Од графичкиот приказ може да се заклучи дека серијата има промени во 2001 и 2010 година, но очигледна е хетероскедастичноста (зголемувањето на варијансата во текот на годините) на серијата. Од тие причини потребно е да се направи дополнително трансформирање на серијата со примена на логаритамска функција. Оваа трансформација е последната која треба да се направи за да се добие стационарна серија со намалена хетероскедастичност. На графикон 4 е прикажана логаритмираната и диференцирана серија на остварени ноќевања за странски туристи.

Графикон 4: Графички приказ на логаритмираната и диференцирана серија на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид



Од графиконот може да се забележи намалената хетероскедастичност на трансформираната серија. Со цел да ги определиме неструктурните променливи со кои ќе го креираме моделот на серијата направен е корелограм. Резултатите од корелограмот се дадени во табела 5.

Табела 5: Корелограм на трансформираната серија на ноќевања од странски туристи

Date: 12/16/19 Time: 22:08
 Sample: 2000M01 2018M12
 Included observations: 227

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	0.193	0.193	8.5415	0.003
		2	0.190	0.159	16.898	0.000
		3	-0.012	-0.078	16.931	0.001
		4	-0.162	-0.190	23.017	0.000
		5	-0.326	-0.281	47.967	0.000
		6	-0.627	-0.579	140.55	0.000
		7	-0.391	-0.427	176.59	0.000
		8	-0.158	-0.169	182.53	0.000
		9	0.027	-0.007	182.71	0.000
		10	0.178	0.042	190.31	0.000
		11	0.237	-0.197	203.87	0.000
		12	0.722	0.386	329.82	0.000
		13	0.262	-0.018	346.53	0.000

Од корелограмот може да се забележи сериската корелација на каснењата, како и значителната вредност на 12-тото каснење. Тие два параметрите ќе ги земеме како параметри во моделот. Средната вредност на стационарната серија е нула и затоа нема да земеме константа во моделот.

Тестирање на структурни промени направивме за оригиналната серија при што како параметар за моделирање е земена константа. Таа е и препорака од теоријата за анализа на временски серии за тестирање на структурни промени, да има значителна промена во трендот на серијата. Од резултатот на тестот евидентно е дека има структурна промена во 2012 година после воведувањето на субвенциите за странските туристи.

Табела 6: Тест на структурни промени на серијата – ноќевања странски туристи

Multiple breakpoint tests
 Bai-Perron tests of L+1 vs. L sequentially determined breaks
 Date: 12/16/19 Time: 22:56
 Sample: 2000M01 2018M12
 Included observations: 228
 Breaking variables: C
 Break test options: Trimming 0.15, Max. breaks 5, Sig. level 0.05

Sequential F-statistic determined breaks: 1

Break Test	F-statistic	Scaled F-statistic	Critical Value**
0 vs. 1 *	56.94850	56.94850	8.58
1 vs. 2	6.729383	6.729383	10.13

* Significant at the 0.05 level.
 ** Bai-Perron (Econometric Journal, 2003) critical values.

Break dates:

	Sequential	Repartition
1	2012M05	2012M05

Според тоа, серијата што ќе ја моделираме ќе го опфати периодот 2013-2019. Во анализираниот период има серија со повеќе од 50 податоци, што е доволно за креирање на релевантен модел.

Во моделот се земени параметрите $ar(12)$ и $ma(1)$ кои ги земаат во предвид сериската корелираност на податоците и сезонската компонента која годишно се појавува во серијата. Дополнително како важно каснење се јавува второто каснење во серијата. Земено е во анализата како $ma(2)$ параметар, а припадните статистики покажуваат дека тој параметар е валиден како и останатите два. Резултатите од моделирањето се дадени во табела 7.

Табела 7: Резултат од моделирањето на трансформираната серија

Dependent Variable: REALNI_DLOG
 Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)
 Date: 12/17/19 Time: 10:47
 Sample: 2013M01 2018M12
 Included observations: 72
 Convergence achieved after 30 iterations
 Coefficient covariance computed using outer product of gradients

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(12)	0.984029	0.009697	101.4809	0.0000
MA(1)	-0.501747	0.091547	-5.480774	0.0000
MA(2)	-0.463729	0.092214	-5.028843	0.0000
SIGMASQ	0.026039	0.004441	5.863500	0.0000
R-squared	0.949759	Mean dependent var		0.011907
Adjusted R-squared	0.947543	S.D. dependent var		0.724980
S.E. of regression	0.166046	Akaike info criterion		-0.126285
Sum squared resid	1.874842	Schwarz criterion		0.000197
Log likelihood	8.546256	Hannan-Quinn criter.		-0.075932
Durbin-Watson stat	1.927029			

Врз основа на резултатите и припадните статистики може да се заклучи следното:

- Двата избрани параметри се валидни за моделот, односно веројатноста за нивно исфрлање од моделот е помала од 1%
- Моделот опишува повеќе од 94% од варијансата на серијата
- Вредноста на Durbin-Watson статистиката е блиска до 2, што значи дека нема сериска корелираност на резидуалите, односно таа е под границата на доверба
- Вредностите на информационите критериуми се ниски

За проверка на валидност на моделот направен е корелограм на резидуалите. Резултатите се дадени во Табела 8.

Табела 8: Корелограм на резидуалите на моделот

Date: 12/17/19 Time: 10:51

Sample: 2013M01 2018M12

Included observations: 72

Q-statistic probabilities adjusted for 3 ARMA terms

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	0.001	0.001	0.0001	
		2	0.064	0.064	0.3088	
		3	0.035	0.035	0.4050	
		4	0.028	0.024	0.4655	0.495
		5	-0.049	-0.053	0.6527	0.722
		6	-0.125	-0.131	1.9223	0.589
		7	0.160	0.168	4.0225	0.403
		8	0.054	0.077	4.2695	0.511
		9	0.036	0.026	4.3800	0.625
		10	0.010	-0.010	4.3878	0.734
		11	-0.078	-0.119	4.9179	0.766
		12	-0.052	-0.061	5.1539	0.821
		13	-0.060	0.004	5.4820	0.857
		14	-0.095	-0.088	6.3181	0.851
		15	-0.130	-0.138	7.9016	0.793
		16	-0.047	-0.063	8.1132	0.836
		17	0.018	0.010	8.1450	0.882
		18	-0.070	-0.035	8.6347	0.896
		19	-0.020	-0.000	8.6768	0.926
		20	0.069	0.066	9.1583	0.935
		21	0.084	0.100	9.8961	0.935
		22	-0.098	-0.066	10.925	0.926

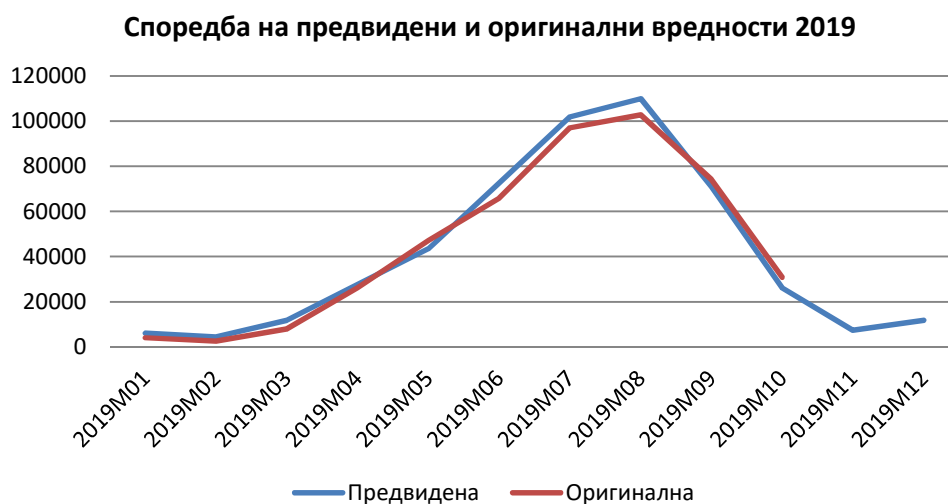
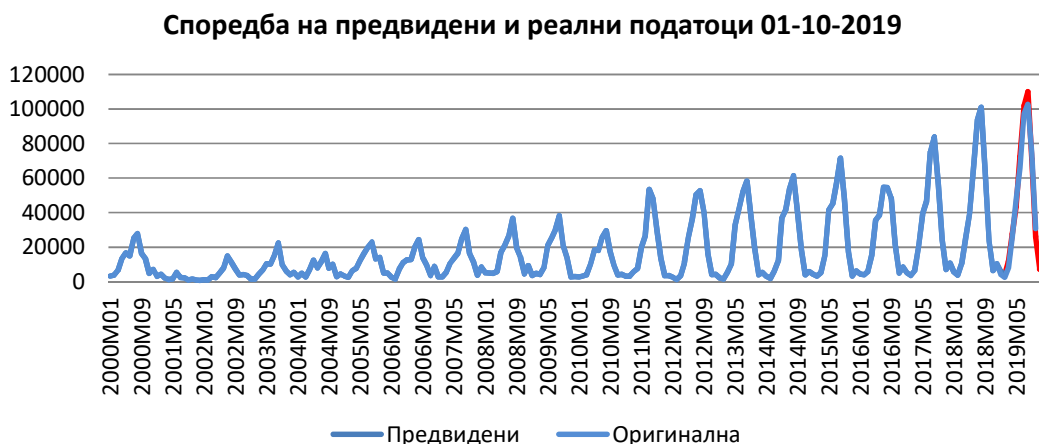
Од резултатите дадени во табела 8 може да се заклучи дека сите резидуали се во рамки на границите на доверба, што потврдува дека избраниот модел добро ја опишува анализираната временска серија.

На крај останува да се направи предвидување на идните вредности на серијата и обратна трансформација на податоци со цел да се добијат вредностите на оригиналната серија, а не на трансформираната.

На почеток е направено предвидување за една година, а тие податоци се споредени со реалните податоци дадени од макстат базата на Заводот за статистика.

На графикон 5 се дадени оригиналната серија на остварени ноќевања од странски туристи во анализираниот период и предвидувањето од моделот.

Графикон 5: Оригинална серија на остварени ноќевања за 2019 година и предвидени вредности



Направената грешка за периодот во кој има податоци 01-10 месец 2019 година е 3.5%, што е во границите на доверба од ± 2 стандардни грешки на моделот. Најголемата грешка се јавува во месеците јули и август кога се највисоките вредности во серијата. Разликата постои затоа што порастот во 2019 е помал од порастот на бројот на туристи во претходните три години, но и опфатената варијанса на моделот е помала од 95%.

Во следната табела се дадени предвидените вредности за број на пристигнати туристи во 2020 година.

Табела 9 Предвидени вредности врз основа на моделот

Предвидени вредности врз основа на моделот	
2019M11	7379
2019M12	11819
2020M01	6903
2020M02	5093
2020M03	13236
2020M04	30752
2020M05	47944
2020M06	79422
2020M07	110816
2020M08	119553
2020M09	77675
2020M10	29161
2020M11	8375
2020M12	13316

Дадените вредности треба да се разгледуваат во рамки на ± 2 стандардни грешки, односно околу $\pm 5\%$.

Модел и предвидување на идните вредности се направени и за серијата на проценети вредности за можни остварени ноќевања кои би се оствариле кога порастот на ноќевања би ја следел динамиката на порастот на ноќевања во Јужна и Медитеранска Европа. И за оваа серија се направени истите трансформации пред креирање на моделот: логаритмирање на оригиналната серија и едно диференцирање, со цел да се добие стационарна серија. После овие трансформации направен е тест на единечни корени со цел да се провери стационарноста на серијата. Резултатите од тестот се дадени во Табела 10.

Табела 10: Резултати од тестот на единечни корени за трансформираната серија на проценети вредности за ноќевања на странски туристи

Null Hypothesis: PROCENETI_DLOG has a unit root

Exogenous: Constant

Lag Length: 11 (Automatic - based on SIC, maxlag=14)

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-8.382312	0.0000
Test critical values:		
1% level	-3.460739	
5% level	-2.874804	
10% level	-2.573917	

Од резултатите се гледа дека веројатноста за прифаќање на нултата хипотеза за постоење на нестационарност на серијата е помала од 1%, односно t-статистиката има значително помала вредност од дадените критични вредности.

Без разлика на тоа дали оваа серија има или нема структурни промени во анализираниот период, за креирање на модел под исти услови серијата е ограничена на истиот период 2013-2019 година. За да се определат независните параметри на моделот направен е корелограм на серијата. Резултатите од корелограмот се дадени во Табела 11.

Табела 11: Корелограм на трансформираната серија на проценети вредности на ноќевања за странски туристи

Date: 12/17/19 Time: 23:00
Sample: 2013M01 2018M12
Included observations: 72

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	0.355	0.355	9.4705	0.002
		2	0.131	0.006	10.782	0.005
		3	0.017	-0.035	10.806	0.013
		4	-0.197	-0.222	13.856	0.008
		5	-0.420	-0.336	27.854	0.000
		6	-0.714	-0.626	69.023	0.000
		7	-0.396	-0.230	81.870	0.000
		8	-0.185	-0.205	84.712	0.000
		9	0.081	0.129	85.262	0.000
		10	0.144	-0.197	87.047	0.000
		11	0.305	-0.272	95.150	0.000
		12	0.788	0.438	150.22	0.000
		13	0.278	-0.341	157.19	0.000
		14	0.123	0.012	158.57	0.000

Од корелограмот може да се забележи сериска корелација на каснењата и нагласена вредност на 12-тото каснење кај автокорелационите коефициенти како и кај парцијалната автокорелација. Од тие причини повторно ќе бидат вклучени параметри за елиминирање на сериската корелација и сезонската компонента која се повторува во текот на годините.

Моделот за проценетите вредности е нешто покомплексен во однос на серијата со реални вредности. Моделот за оваа серија има понагласена сериска корелација и од тие причини во моделот покрај параметрите $ar(12)$, $ma(1)$ и $ma(2)$ вклучена е авторегресиониот параметар $ar(1)$. Резултатите од моделирањето се дадени во табела 12.

Табела 12: Модел на серијата на проценети вредности на остварени ноќевања на странски туристи

Dependent Variable: PROCENETI_DLOG
 Method: Least Squares
 Date: 12/17/19 Time: 23:02
 Sample: 2013M01 2018M12
 Included observations: 72
 Failure to improve objective (non-zero gradients) after 29 iterations
 Coefficient covariance computed using outer product of gradients

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
AR(12)	0.963001	0.000341	2822.198	0.0000
AR(1)	0.036963	0.007545	4.898910	0.0000
MA(1)	-0.616456	0.134809	-4.572815	0.0000
MA(2)	-0.382262	0.107290	-3.562883	0.0007
SIGMASQ	0.025079	0.005110	4.908219	0.0000

R-squared	0.951977	Mean dependent var	0.009417
Adjusted R-squared	0.949110	S.D. dependent var	0.727733
S.E. of regression	0.164168	Akaike info criterion	-0.215487
Sum squared resid	1.805720	Schwarz criterion	-0.057385
Log likelihood	12.75754	Hannan-Quinn criter.	-0.152546
Durbin-Watson stat	2.003816		

Од параметрите на моделот и припадните статистики може да се заклучи следното:

- Избраните параметри се валидни, односно веројатноста за исфрлање на кој и да било параметар е значително помала од 1%,
- Моделот опфаќа повеќе од 94% од варијацијата на серијата,
- Durbin-Watson-овата статистика има вредност блиска до 2 што означува отсуство на сериска корелација на резидуалите,
- Информативните критериуми имаа ниски вредности што укажува на добро креиран модел.

Корелограмот на резидуалите е даден во табела 13.

Табела 13: Корелограм на резидуалите на моделот

Date: 12/17/19 Time: 23:11
 Sample: 2013M01 2018M12
 Included observations: 72
 Q-statistic probabilities adjusted for 4 ARMA terms

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1 -0.013 -0.013	0.0133		
		2 -0.088 -0.089	0.6088		
		3 -0.089 -0.092	1.2182		
		4 -0.063 -0.075	1.5270		
		5 -0.109 -0.132	2.4786	0.115	
		6 -0.195 -0.233	5.5374	0.063	
		7 0.132 0.078	6.9656	0.073	
		8 0.090 0.027	7.6424	0.106	
		9 0.103 0.076	8.5333	0.129	
		10 0.049 0.053	8.7380	0.189	
		11 -0.001 0.005	8.7381	0.272	
		12 0.008 0.033	8.7434	0.364	
		13 -0.047 0.042	8.9458	0.442	
		14 -0.053 -0.009	9.2058	0.513	

Од корелограмот може да се види дека само шестото каснење има повисока вредност на корелација, но и тоа е во рамките на интервалот на доверба. Сите останати имаат многу ниски вредности. Во моделот се обидовме да го вклучиме и овој параметар, но припадните статистики укажаа на исфрлање на таков параметар од моделот.

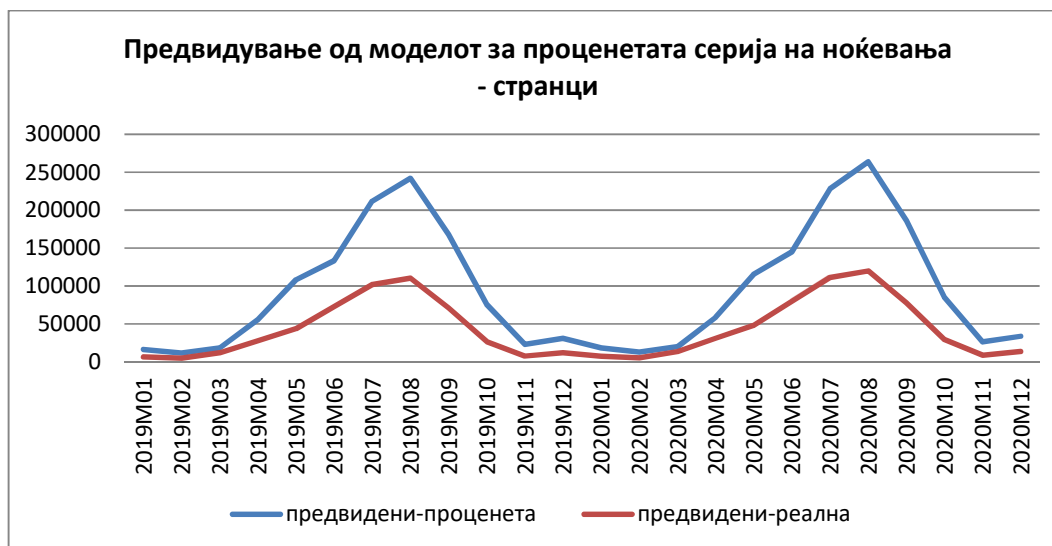
На крај е направено предвидување на идните вредности на серијата за 2019 и 2020 година.

Во табела 14 се дадени вредностите на проценетата серија за 2019 и 2020 година по месеци.

Табела 14: Вредности на проценетата серија за 2019 и 2020 година по месеци

Предвидени вредности за проценетата серија врз основа на моделот	
2019M01	16237.52
2019M02	11187.59
2019M03	18124.58
2019M04	55549.42
2019M05	108232.1
2019M06	133140.1
2019M07	211895.2
2019M08	242071.3
2019M09	167735.8
2019M10	75030.01
2019M11	22721.45
2019M12	30777.03
2020M01	18144.13
2020M02	12429.57
2020M03	19505.76
2020M04	58319.22
2020M05	115438.9
2020M06	144523.2
2020M07	227976.4
2020M08	263566.2
2020M09	186121
2020M10	84673.34
2020M11	26031.52
2020M12	33379.53

На графикон 6 се прикажани предвидените вредности на оригиналната и проценетата временска серија на остварени ноќевања за странски туристи во 2019 и 2020 година.



Графикон 6: Предвидени вредности на оригиналната и проценетата временска серија на остварени ноќевања за странски туристи во 2019 и 2020 година

Разликата според предвидувањето за 2020 година е 1 246 478. Овие две серии се дивергентни и не може реално да се очекува дека реалната серија во иднина би ги стигнала вредностите на проценетата серија.

6. Меѓусекторски влијанија и коефициент на мултипликација на аутпут

Основа за определување на меѓусекторските врски помеѓу различните дејности во една национална економија е инпут аутпут анализата која овозможува да се утврди колкав инпут од одреден стопански сектор е потребен за да се создаде единица аутпут од друг стопански сектор. Со инпут аутпут анализа може да се определат и коефициентите на мултипликација во одредени стопански сектори, кои понатака овозможуваат да се определи директното и индиректното влијание на секторот врз вкупната национална економија.

Европскиот систем на сметки (ESA 1995) дава препорака да се користат статистичките табели за понудата и за употребата на стоки и услуги за изведување на аналитичките инпут аутпут табели. Процесот на изведување се врши со примена на извесни претпоставки за односите помеѓу производството и инпутите. Основа за инпут аутпут анализа се симетричните инпут аутпут табели кои ги опишуваат технолошко економските односи во националната економија.

Постојат два типа симетрични инпут аутпут табели и тоа, „дејност по дејност“ која ги опишува односите помеѓу дејностите (употребата на производи од други дејности во секоја дејност) и „производ по производ“ која ги опишува односите помеѓу производите (колку производи се потреби за производство на секој производ без оглед на производствената дејност). Државниот завод за статистика на Македонија креира симетрични инпут аутпут табели „производ по производ“ што може да се интегрираат во макроекономски модели за да се анализираат врските помеѓу употребата и понудата, особено помеѓу компонентите за финална употреба и нивоата на индустриско производство.

Симетричните инпут аутпут табели во Македонија содржат податоци близу 100 производи што се произведуваат во различни стопански дејности. За потребите на ова истражување направена е агрегација на производите по стопански дејности согласно Националната класификација на производи и Националната класификација на дејности дадена во табелата

Табела 15: Стопански дејности (шифра и наслов)

А+Б	Примарни дејности (Земјоделство, шумарство, рибарство, рударство)
В	Секундарни дејности (Производна индустрија)
Г+Д	Електрична и термална енергија, гас и вода
Ѓ	Градежништво
Е	Трговија
Ж	Транспорт
З	Хотели и ресторани
С-П	Останати услуги

Вака креираната инпут аутпут табела дава значајни информации за меѓусекторската зависност и овозможува пресметување на коефициентите на мултипликација на аутпутот во даден стопански сектор. Табелата ја покажува вкупната меѓуфазна потрошувачка по основни цени, која всушност е збир од потрошувачката во секој од анализираниите стопански сектори, и вкупната финална употреба по основни цени. Збирот од меѓуфазната потрошувачка и вкупната финална употреба ни ја дава вкупната употреба на стоки и услуги по основни цени.

$$X = FU + E + VI + FCE + IC, \text{ каде}$$

- X – Вкупна употреба на стоки и услуги по основни цени
- FU – Вкупна финална употреба по основни цени
- E – извоз на стоки и услуги (ФОБ)
- VI – Бруто инвестиции (инвестиции во основни средства + промени во залихи)

- FCE – Вкупни трошоци за финална потрошувачка (домаќинства, јавна потрошувачка, непрофитни институции)
- IC – Меѓуфазна потрошувачка

Исто така, за секој производ од дадена стопанска дејност е дадена вкупната понуда по основни цени која ги вклучува вкупното производство и увозот, односно

- $Y = P + I$, каде Y е вкупната понуда, P е вкупното производство и I е увозот
- $P = VA + IC$, каде VA е додадената вредност, IC е меѓуфазно производство по набавни цени (вклучени даноци на производи минус субвенции)
- $VA = CE + T + CFC + NOS$, каде CE се средствата на вработени, T се други нето даноци на производство, CFC е амортизација на основни средства, а NOS е нето деловен вишок

Табела 16: Input – output табела (агрегирани податоци по дејности), по тековни цени во милиони денари

2015	А+Б	В	Г+Д	Ѓ	Е	Ж	З	С+П	FU	Х
А+Б	15524	25990	1764	1885	47	120	4635	2583	58465	111013
В	7802	109915	8477	40548	14424	11683	4058	27465	350759	575131
Г+Д	3002	15515	4596	518	3357	773	3279	5746	17956	54742
Ѓ	3159	2009	236	4054	778	1158	177	6069	97030	114670
Е	4295	32476	2483	7879	3129	3653	4663	7138	56278	121994
Ж	877	8664	2372	1030	4310	17304	481	5467	45629	86134
З	17	601	46	104	2864	407	140	6566	21766	32511
С-П	1182	16195	5385	4884	19615	5007	4080	29269	227863	313480
VA+I	75155	363766	29383	53768	73470	46029	10998	223177	875746	
Y	111013	575131	54742	114670	121994	86134	32511	313480		1409675

Извор: сопствени пресметки врз основа на Симетричната инпут аутпут табела за 2015 од ДЗС

Податоците во агрегираната инпут аутпут табела ги покажуваат вкупниот инпут и вкупниот аутпут во дадените стопански сектори во милиони денари. Колоните во левиот дел од табелата ја покажуваат вредноста на производите и услугите што се употребни како инпути во процесот на производство во секоја група на производи. На пример, секторот хотели и ресторани во нашата национална економија потрошил 4663 милиони денари во секторот трговија за да произведе 32511 милиони денари аутпут.

Претходно пресметаните податоци ни овозможуваат да ги пресметаме техничките коефициенти, или т.н. инпут аутпут коефициент, во секој стопански сектор

$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{Y}$, каде a_{ij} е техничкиот или инпут аутпут коефициент, x_{ij} е интеридустријската трансакција дадена во табелата, а Y е вкупниот аутпут.

Техничките коефициенти се претставени во долната матрица А:

$$A = \begin{pmatrix} 0.140 & 0.045 & 0.032 & 0.016 & 0.000 & 0.001 & 0.143 & 0.008 \\ 0.070 & 0.191 & 0.155 & 0.354 & 0.118 & 0.136 & 0.125 & 0.088 \\ 0.027 & 0.027 & 0.084 & 0.005 & 0.028 & 0.009 & 0.101 & 0.018 \\ 0.028 & 0.003 & 0.004 & 0.035 & 0.006 & 0.013 & 0.005 & 0.019 \\ 0.039 & 0.056 & 0.045 & 0.069 & 0.026 & 0.042 & 0.143 & 0.023 \\ 0.008 & 0.015 & 0.043 & 0.009 & 0.035 & 0.201 & 0.015 & 0.017 \\ 0.000 & 0.001 & 0.001 & 0.001 & 0.023 & 0.005 & 0.004 & 0.021 \\ 0.011 & 0.028 & 0.098 & 0.043 & 0.161 & 0.058 & 0.125 & 0.093 \end{pmatrix}$$

Од техничките коефициенти може да се види колкав процент од вкупните трошоци за производство на единица производ од некој стопански сектор се користи за купување на производи од другите стопански сектори. Ако ги поставиме коефициентите во табела може да се направи и меѓусекторска анализа. Од тука се гледаат и директните ефекти од меѓусекторската зависност.

Табела 17: Технички (инпут аутпут) коефициенти

2015	А+Б	В	Г+Д	Ѓ	Е	Ж	З	С+П
А+Б	0.140	0.045	0.032	0.016	0.000	0.001	0.143	0.008
В	0.070	0.191	0.155	0.354	0.118	0.136	0.125	0.088
Г+Д	0.027	0.027	0.084	0.005	0.028	0.009	0.101	0.018
Ѓ	0.028	0.003	0.004	0.035	0.006	0.013	0.005	0.019
Е	0.039	0.056	0.045	0.069	0.026	0.042	0.143	0.023
Ж	0.008	0.015	0.043	0.009	0.035	0.201	0.015	0.017
З	0.000	0.001	0.001	0.001	0.023	0.005	0.004	0.021
С-П	0.011	0.028	0.098	0.043	0.161	0.058	0.125	0.093
Финални плаќања	0.677	0.632	0.537	0.469	0.602	0.534	0.338	0.712
ВКУПНО	1	1	1	1	1	1	1	1

Сопствени пресметки

Од вкупниот инпут за производство на услуги во секторот хотели и ресторани, најмногу се купува од трговијата, примарниот сектор и производниот сектор. Односно, во структурата на трошоците за производство на услуги што ги даваат хотелите и рестораните, најголемо учество имаат производите што се произведуваат во секторот земјоделство, рибарство шумарство (14,3%), секторот Трговија на големо и Трговија на мало (14,3%), Индустијата и Останатите услуги со по 12% респективно и производите од секторот Енергија (10,1%).

Овие коефициенти ни ги покажуваат и колку останатите сектори ги користат услугите на хотелите и рестораните како инпут во нивното производство. Табелата покажува мала искористеност особено ако се знае дека најголеми корисници на аутпутот на овие

производи се домаќинствата, а истото може да се види и од симетричната инпут аутпут табела каде може да се пресмета дека домаќинствата користат близу 70% од аутпутот во овој стопански сектор.

Од табелата што ги содржи техничките коефициенти може да се определи мултипликатор за секој стопански сектор со следниот модел

$q = [I - A]^{-1} * f$, каде q и f се вектори на Вкупниот аутпут и финалните плаќања респективно, A е матрицата со технички коефициенти, а I е идентификационата матрица.

$[I - A]^{-1}$ е уште позната како леонтиева инверзна матрица која се користи за определување на директните и индиректните меѓусекторски влијанија. Оваа матрица овозможува да се пресметаат и коефициентите на мултипликација кои ги сумираат сите директни и индиректни ефекти од еден стопански сектор вез целокупната национална економија.

$$[I - A]^{-1} \begin{pmatrix} 1.173 & 0.070 & 0.058 & 0.048 & 0.020 & 0.019 & 0.190 & 0.025 \\ 0.142 & 1.279 & 0.263 & 0.497 & 0.207 & 0.253 & 0.263 & 0.157 \\ 0.042 & 0.044 & 1.108 & 0.028 & 0.047 & 0.026 & 0.135 & 0.032 \\ 0.036 & 0.008 & 0.011 & 1.042 & 0.013 & 0.021 & 0.018 & 0.024 \\ 0.062 & 0.083 & 0.077 & 0.110 & 1.054 & 0.077 & 0.186 & 0.045 \\ 0.021 & 0.032 & 0.072 & 0.030 & 0.058 & 1.264 & 0.046 & 0.032 \\ 0.003 & 0.005 & 0.007 & 0.006 & 0.029 & 0.011 & 1.013 & 0.025 \\ 0.038 & 0.063 & 0.148 & 0.091 & 0.207 & 0.108 & 0.201 & 1.126 \end{pmatrix}$$

Од дадената матрица може да се направи табела што ги вклучува вкупните директни и индиректни ефекти што ги имаат анализираниите стопански ефекти врз националната економија

Табела 18: Аутпут мултипликатор

2015	A+B	B	Г+Д	Ѓ	Е	Ж	З	S+П
A+B	1.173	0.070	0.058	0.048	0.020	0.019	0.190	0.025
B	0.142	1.279	0.263	0.497	0.207	0.253	0.263	0.157
Г+Д	0.042	0.044	1.108	0.028	0.047	0.026	0.135	0.032
Ѓ	0.036	0.008	0.011	1.042	0.013	0.021	0.018	0.024
Е	0.062	0.083	0.077	0.110	1.054	0.077	0.186	0.045
Ж	0.021	0.032	0.072	0.030	0.058	1.264	0.046	0.032
З	0.003	0.005	0.007	0.006	0.029	0.011	1.013	0.025
S-П	0.038	0.063	0.148	0.091	0.207	0.108	0.201	1.126
ВКУПНО	1.516	1.585	1.744	1.853	1.635	1.778	2.052	1.465

Сопствени пресметки

Од дадената табела може да се види и коефициентот на мултипликација на анализираните сектори. Пресметките покажуваат дека секторот Хотели и ресторани има најголеми директни и индиректни и ефекти во националната економија, односно коефициентот на мултипликација изнесува 2,025. Односно приходот од една парична единица во туризам генерира приход дополнителен приход од 1,052 парични единици во вкупната национална економија. Посебно мултипликативното влијание на секторот хотели и ресторани се генерира во производната индустрија, останатите услуги и трговијата.

Табела 19: Приходи генерирани под влијание на туристичкиот сектор во општина Охрид, во милиони УСД

Година	Директни приходи	Индиректни приходи	Вкупно приходи
2015	141	145	286
2016	145	149	294
2017	159	163	322
ВКУПНО	445	456	901

Извор: сопствени пресметки

Со помош на коефициентот на мултипликација на аутпутот може да се пресметаат и индиректните ефекти, односно приходи што туристичкиот сектор во Охрид ги генерира во националната економија. Така, во периодот од 2015 до 2017 директниот ефект од остварените ноќевања во општина Охрид изнесува 445 милиони долари, додека индиректниот ефект е 456 милиони долари. Односно, вкупниот ефект од туристичките ноќевања во општина Охрид за националната економија е над 901 милиони долари остварени приходи. На годишно ниво, директните приходи од остварените ноќевања во општина Охрид изнесува 159 милиони долари во 2017 година, додека индиректниот ефект истата година е 163 милиони УСД, или вкупниот ефект за националната економија е повеќе од 320 милиони УСД годишно што се реализираат по основ на остварени ноќевања во општина Охрид.

6.1. Влијание врз градежништво

Направената инпут аутпут анализа покажува дека секторот хотели и ресторани купува од останатите сектори за да генерира одреден аутпут од услугите што се даваат во овој сектор. Така од техничките коефициенти од направената инпут аутпут анализа може да се види дека 0,5% од градежната индустрија се потребни за да се произведе една парична единица аутпут во секторот Хотели и ресторани. Тоа ни ги покажува ефектите од директното влијание од туристичкиот сектор врз градежништвото.

Ако ги земеме во вид податоците од остварените приходи во секторот Хотели и ресторани во општина Охрид по години, и претходно пресметаниот технички коефициент, ќе може да се направи проценка колку приходи оствари секторот Градежништво што како инпут во производството на сопствените услуги се набавени во секторот Хотели и ресторани во општина Охрид.

Табела 20: Генерирани приходи во градежништво под влијание на сектор Хотели и ресторани, во милиони УСД

Година	Туристички приходи	Приходи што се остваруваат како директен инпут во секторот 3	Индиректни приходи од секторот 3 што се генерираат во градежништво	Вкуоно влијани врз градежништво
2015	141	0.705	2.538	3.243
2016	145	0.725	2.61	3.335
2017	159	0.795	2.862	3.657
ВКУПНО		2.225	8.01	10.235

Извор: сопствени пресметки

Исто така, од леонтиевата инверзна матрица каде е пресметан коефициентот на мултипликација може да се направи и проценка на индиректните приходи од секторот Хотели и ресторани што се генерираат во градежништвото.

Анализата за периодот од 2015 до 2017 година покажува дека од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, градежниот сектор имал директен прилив од 2,2 милиони долари, додека индиректниот ефект се проценува на 8 милиони долари со што вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз градежништвото е генериран приход од 10,2 милиони долари или околу 3,5 милиони УСД во просек годишно. Може да се види дека индиректното влијание на секторот Хотели и ресторани врз градежништвото е значително поголемо од неговото директно влијание.

6.2. Влијание врз трговија

Направената инпут аутпут анализа покажува дека секторот хотели и ресторани најмногу купува од секторот Трговија (вклучена е и трговијата на мало и трговијата на големо) за да генерира одреден аутпут од услугите што се даваат во овој сектор. Така од техничките коефициенти од направената инпут аутпут анализа може да се види дека секторот Хотели и ресторани троши дури 14,3% од вкупниот инпут од купувања во секторот Трговија за да произведе една парична единица аутпут. Тоа ни ги покажува ефектите од директното влијание од туристичкиот сектор врз Трговијата на мало и Трговијата на големо.

Ако ги земеме во вид податоците од остварените приходи во секторот хотели и ресторани по години, и претходно пресметаниот технички коефициент, ќе може да се направи проценка колку приходи оствари секторот Трговија што како инпут во производството на сопствените услуги се набавени во секторот Хотели и ресторани во општина Охрид.

Табела 21: Генерирани приходи во Трговијата на мало и Трговијата на големо под влијание на сектор Хотели и ресторани, милиони УСД

Година	Туристички приходи	Приходи во Трговија што се остваруваат како директен инпут во секторот 3	Индиректни приходи од секторот 3 што се генерираат во Трговија	Вкупно влијание врз Трговија
2015	141	20.163	26.226	46.389
2016	145	20.735	26.97	47.705
2017	159	22.737	29.574	52.311
ВКУПНО		63.635	82.77	146.405

Извор: сопствени пресметки

Исто така, од леонтиевата инверзна матрица каде е пресметан коефициентот на мултипликација може да се направи и проценка на индиректните приходи од секторот Хотели и ресторани што се генерираат во Трговијата на мало и трговијата на големо.

Анализата за периодот од 2015 до 2017 година покажува дека од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, секторот Трговија имал директен прилив од 63,6 милиони долари, додека индиректниот ефект се проценува на 82,8 милиони долари со што вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз трговијата е генериран приход од околу 146,4 милиони долари или околу 50 милиони УСД во просек годишно.

6.3. Влијание врз земјоделство

Направената инпут аутпут анализа покажува дека еден од секторите од кои најмногу купува секторот хотели и ресторани за да генерира одреден аутпут од услугите што се даваат во овој сектор е Примарниот стопански сектор во кој се вклучени земјоделството, шумарството, рибарството и рударството. Инпут аутпут анализата покажа дека Хотелите и рестораните користат најмногу инпути од Земјоделството. Така од техничките коефициенти од направената инпут аутпут анализа може да се види дека секторот Хотели и ресторани троши дури 14,3% од вкупниот инпут од купувања во Примарниот стопански сектор за да произведе една парична единица аутпут. Овој коефициент ни ги покажува ефектите од директното влијание од туристичкиот сектор врз Земјоделството.

Ако ги земеме во вид податоците од остварените приходи во секторот хотели и ресторани по години, и претходно пресметаниот технички коефициент, ќе може да се направи проценка колку приходи оствари Примарниот сектор, пред се земјоделството, што како инпут во производството на сопствените услуги се набавени во секторот Хотели и ресторани во општина Охрид.

Табела 22: Генерирани приходи во Примарниот стопански сектор под влијание на сектор Хотели и ресторани, милиони УСД

Година	Туристички приходи	Приходи во Земјоделство што се остваруваат како директен инпут во секторот 3	Индириктни приходи од секторот 3 што се генерираат во Земјоделство	Вкупно влијание врз Земјоделство
2015	141	20.163	26.79	46.953
2016	145	20.735	27.55	48.285
2017	159	22.737	30.21	52.947
ВКУПНО		63.635	84.55	148.185

Извор: сопствени пресметки

Исто така, од леонтиевата инверзна матрица каде е пресметан коефициентот на мултипликација може да се направи и проценка на индириктните приходи од секторот Хотели и ресторани што се генерираат во Земјоделството.

Анализата за периодот од 2015 до 2017 година покажува дека од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, Примарниот сектор (земјоделството) имал директен прилив од 63,6 милиони долари, додека индириктниот ефект се проценува на 84,6 милиони долари со што вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз Земјоделството е генериран приход од околу 148,2 милиони долари или околу 50 милиони УСД во просек годишно.

6. 4. Влијание врз транспорт

Транспортот е еден од стопанските сектори што генерира аутпут што се користи како инпут во секторот Хотели и ресторани. Техничките коефициенти од направената инпут аутпут анализа покажуваат дека секторот Хотели и ресторани троши дури 1,5% од вкупниот инпут од купувања во секторот Транспорт за да произведе една парична единица аутпут. Тоа ни ги покажува ефектите од директното влијание од туристичкиот сектор врз транспортот.

Ако ги земеме во вид податоците од остварените приходи во секторот хотели и ресторани по години, и претходно пресметаниот технички коефициент, ќе може да се направи проценка колку приходи оствари секторот Транспорт што како инпут во производството на сопствените услуги се набавени во секторот Хотели и ресторани во општина Охрид.

Табела 23: Генерирани приходи во Транспорт под влијание на сектор Хотели и ресторани, милиони УСД

Година	Туристички приходи	Приходи во Транспорт што се остваруваат како директен инпут во секторот 3	Индиレクトни приходи од секторот 3 што се генерираат во Транспорт	Вкупно влијание врз Транспорт
2015	141	2.115	6.486	8.601
2016	145	2.175	6.67	8.845
2017	159	2.385	7.314	9.699
ВКУПНО		6.675	20.47	27.145

Извор: сопствени пресметки

Исто така, од леонтиевата инверзна матрица каде е пресметан коефициентот на мултипликација може да се направи и проценка на индиレクトните приходи од секторот Хотели и ресторани што се генерираат во секторот Транспорт.

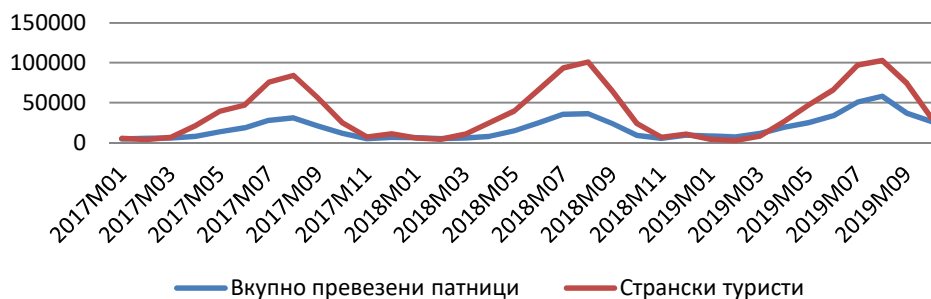
Анализата за периодот од 2015 до 2017 година покажува дека од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, секторот Транспорт имал директен прилив од 6,7 милиони долари, додека индиレクトниот ефект се проценува на 20,5 милиони долари со што вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз транспортот е генериран приход од околу 27.1 милиони долари или повеќе од 9 милиони УСД во просек годишно. Од проценетите податоци може да се види дека индиレクトниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз Транспортниот сектор е поголем од неговото директно влијание. Како причина може да се утврди тоа што голем дел од приходите што се генерираат во транспортниот сектор се под влијание на активностите во секторот Хотели и ресторани, особено кај странските туристички патувања. Странските туристи најчесто користат организиран авионски транспорт при посетата на Охрид што влијае врз зголемување на приходите во овој сектор. За да се потврди оваа хипотеза направена е Анализа на поврзаноста на бројот на превезени патници на Аеродром Апостол Павле и бројот на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид.

Еден значајните сегменти кој се појавува како услов за развој на туризмот е добрата патна поврзаност, а посебно поврзаноста и бројот на превезени патници преку Аеродромот Апостол Павле во близина на Охрид. Странските тур-оператори како Корендон и ТУИ странските туристи ги носат со чартер летови преку аеродромот, но постојат и други редовни линии во редот на летање на аеродромот преку кои може да пристигнат странски туристи. За таа цел направена е пресметка на степенот на корелација на овие две променливи.

На графикон 7 е прикажан бројот на пристигнати патници на Аеродромот Апостол Павле за периодот јануари 2019 октомври 2019 и бројот на остварени ноќевања од странски туристи во истиот период.

Анализата на економскиот импакт на туризмот во општина Охрид

Графикон 7: Број на превезени патници на Аеродромот Апостол Павле и број на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид.



Од обликот на сериите може да се забележи сезонскиот карактер на двете серии. Степенот на корелација помеѓу двете серии е 0.933093, што означува висок и позитивен степен на корелација, односно порастот на бројот на патници директно влијае со висок степен на порастот на бројот на остварени ноќевања. Во продолжение направена е и регресиона анализа каде бројот на остварени ноќевања е зависна променлива, а бројот на превезени патници е независна променлива.

Првата регресиона анализа е со земање како независни променливи константа и бројот на превезени патници. Резултатите се дадени во табела 24.

Табела 24: Регресиона анализа на бројот на остварени ноќевања и број на превезени патници

Dependent Variable: NOKJEVANJA

Method: Least Squares

Date: 12/19/19 Time: 23:45

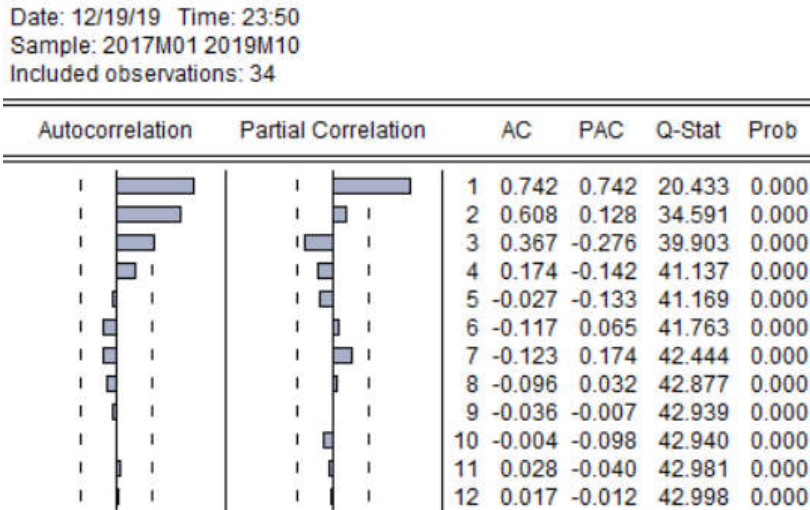
Sample: 2017M01 2019M10

Included observations: 34

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-1857.431	3413.028	-0.544218	0.5901
PATNICI	2.204150	0.150177	14.67698	0.0000
R-squared	0.870662	Mean dependent var		37880.35
Adjusted R-squared	0.866620	S.D. dependent var		33177.85
S.E. of regression	12116.95	Akaike info criterion		21.69962
Sum squared resid	4.70E+09	Schwarz criterion		21.78941
Log likelihood	-366.8936	Hannan-Quinn criter.		21.73024
F-statistic	215.4137	Durbin-Watson stat		0.384223
Prob(F-statistic)	0.000000			

Од резултатите може да се заклучи дека константата не е валиден параметар во регресионата анализа. Она што е поважно е дека во моделот се јавува и сериска корелација на резидуалите, односно Durbin-Watson-овата статистика има многу мала вредност. Истовремено регресиониот модел ја следи оригиналната серија во степен поголем од 86%. Корелационата анализа на резидуалите е дадена во табела 25.

Табела 25: Корелограм на резидуали за моделот



Од табелата се гледа сериската корелираност на резидуалите од моделот, што значи дека недостига најмалку уште една независна променлива за да се добие добар регресионен модел. Во недостаток на друга/и независна структурна променлива, вклучивме авторегресионен член за елиминирање на сериската корелација. Резултатите се дадени во табела 26.

Табела 26: Регресиона анализа на бројот на остварени ноќевања и број на превезени патници со дополнителен автокорелационен параметар

Dependent Variable: NOKJEVANJA

Method: Least Squares

Date: 12/19/19 Time: 23:54

Sample (adjusted): 2017M02 2019M10

Included observations: 33 after adjustments

Convergence achieved after 9 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
PATNICI	2.308753	0.160159	14.41542	0.0000
AR(1)	0.894786	0.113268	7.899704	0.0000
R-squared	0.951498	Mean dependent var		38866.67

Анализата на економскиот импакт на туризмот во општина Охрид

Adjusted R-squared	0.949933	S.D. dependent var	33182.21
S.E. of regression	7424.711	Akaike info criterion	20.72171
Sum squared resid	1.71E+09	Schwarz criterion	20.81240
Log likelihood	-339.9082	Hannan-Quinn criter.	20.75222
Durbin-Watson stat	1.927738		

Од резултатите може да се забележи дека овој модел опишува повеќе од 94% од моделот, нема сериска корелираност на резидуалите, вредноста на информативните критериуми е пониска во однос на претходниот модел што укажува дека овој модел е подобар од претходниот. Корелограмот на резидуалите е даден во следната табела.

























Табела 27: Корелограм на резидуали за моделот

Date: 12/19/19 Time: 23:54

Sample: 2017M02 2019M10

Included observations: 33

Q-statistic probabilities adjusted for 1 ARMA term(s)

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob	
		1	-0.090	-0.090	0.2914	
		2	0.048	0.041	0.3787	0.538
		3	0.068	0.076	0.5563	0.757
		4	0.178	0.191	1.8142	0.612
		5	-0.219	-0.201	3.7909	0.435
		6	-0.242	-0.329	6.2981	0.278
		7	-0.024	-0.107	6.3243	0.388
		8	-0.018	0.023	6.3393	0.501
		9	0.052	0.253	6.4719	0.595
		10	0.029	0.196	6.5153	0.687
		11	0.135	0.047	7.4745	0.680
		12	0.047	-0.156	7.5943	0.749

Од корелограмот може да се забележи дека сите вредности на каснењата се во рамки на границите на доверба, и нема сериска корелираност помеѓу нив.

Тоа значи дека самото доаѓање на странски туристи е причина за промовирање на Охрид како туристичка дестинација како од страна на тур-операторите, така и од туристите кои го посетиле Охрид.

7. Анализа на влијанието врз развојот на руралните области во општина Охрид

Во општината Охрид за разлика од градот како еден од најурбаните градови во РС Македонија се наоѓаат уште 26 селски населени места кои се во поголема и помала мерка рурални средини. Економското влијание на туризмот се јавува и во ваквите средини. Развојот на руралниот туризмот својата иднина ја темели на современите тенденции во светот. Имено тој е еден од најзастапените развојни форми како селективна понуда. Станува збор за форма која постојано добива нови вредности. Во руралните средини е присутна отворената моќност за појава на нови даватели на услуги и развој на стопански и нестопански активни чинители во руралните средини. Современа тенденција се се пошироките туристички баратели на услуги кон нови туристички содржини. Во руралниот туризам во современи услови се вклучуваат баратели на туристички услуги со традиционални, еколошки и предизвикувачки афинитети. Во структурата на туристичката побарувачка руралната преокупација е насочена кон изразита селективност која во оваа смисла може да се добие. Нови активности и рационално користење на просторните ресурси претставуваат развојна основа токму на овој вид туризам во руралните средини на општината Охрид. Перспективата треба да се гледа во извонредните потенцијали кои не се доволно искористени. Унапредувањето на состојбите е поткрепено со стимулативните мерки на државата како што се субвенциите за реставрација на стари куќи во функција на туризмот во руралните средини и сретства од ИПАРД програмата за рурален развој, угостителство и туризам.

Под влијание на туризмот и користење на атрактивните вредности руралните средини бележат просторен и економски и социјален развој. Во економски поглед поглед тие можат да се групираат на следниов начин:

- економски развој под влијание на туризмот и воспоставена туристичка препознатливост во крајбрежниот појас на Охридското Езеро;
- економски развој под влијание на туризмот во приградските населби на градот Охрид;
- економско влијание во новосоздадени туристички локалитети, со туристички имиџ и обезбедена посета на туристите и
- недоволно туристички развиени локалитети со потенцијално економско влијание .

7.1. Економски развој под влијание на туризмот и воспоставена туристичка препознатливост во крјбрежниот појас на Охридското Езеро

Економското влијание на туризмот во Општина Охрид покрај тоа што е евидентно во градската средина, посебно се одразува на населбите кои се во тесниот појас Охридското крајбрежје. Во оваа група треба да се издвојат следниве насеени места: Коњско, Елшани, Пештани, Трпејца и Љубаништа и Подмоље. Карактеристика на овие рурални средини е фактот дека тие се современи населби и дека развојот на туризмот овозможил да имаат свој иниц и да се бренд на охридскиот брег (Трпејца- охридско Санкт Тропе). Економското влијание на овие локалитети треба да се гледа од аспект на целоска посветеност на туризмот во насока на прифатливост на туристите како гости, приспособување на вишокот на стамбен простор на барањата на туристите, внесување на високи стандарди на престој и вклучување на стручност и компетентност во уредувањето на просторот. Тоа , во исто време знчи подобрување на квалитетот на живот не само на туристите туку и домицилното население.

Карактеристика на овие населби е лоцираноста на најатрактивните сместувачки капацитети во нивните атари. Економска последица на ваквата изграденост е високиот степен на изграденост, уреденост и опременост во фуккција на туризмот. Овие локалитети постанаа препознатливи по својот економски развој што беше причина реципиентното население да се определи учество во туристичката дејност.

Тоа се етаблирани туристички дестинации во кои се лоцирани најелитните хотелски сместувачки капацитети и објекти од квалитетен профил на угостителски објекти. Економското влијание се одразуваат на уредувањето, хуманизацијата и опременоста на овие населби. Тие се во голема мерка урбанизирани.

Руралниот развој на овие селски средини се потпира на зачуваните етно-социјлни вредности и нивното вклучување во туристичката понуда. Такви се фолклорот, гастрономските капацитети и обичаји.

7.2. Економски развој под влијание на туризмот во приградските населби на градот Охрид

Економското влијание на туризмот во Општина Охрид не се концентрира само на централното градско подрачје туку и на селските населби во неговото предградије. Во оваа група се вбројуваат следниве села: Лескоец, Велгошти, Косел , Долно и Горно Лакочереј , Орман и Рамне. Предноста на овие рурални средини е што се во непосредна близина на урбанизираниот дек на Охрид. Во економска смисла туризмот овозможува пласман на производите кои се добиваат во овие средини. Исто така, урбанизацијата врз основа на економскиот развој во кој свое место има и туризмот ги

определува овие рурални средини во атрактивни урбани простори. Преку урбанистичкото уредување локалитетите добиваат свое значење. Освен тоа туристичките атрактивности во овие средини добиваат своја препознатливост како туристичка понуда. Примери за тоа се Црквените ансамбли во Велгошти со водечка улога на Св. Петка, Св Спас во Лакочереј, Дувалото во Косел и природните шумски содржини во сите средини. Економските придобивки се евидентни на планот на проширување на издавање на вишокот на станбен простор за туристичка намена. Во овие средини тоа е на ниво на почетни ангажирања.

7.3. Економско влијание во новосоздадени туристички локалитети, со туристички имиџ и обезбедена посета на туристите

Во ова група се населбите со забележителна рурална атрактивност. Тоа се следниве: Велестово, Шипокно, Завој, Куратица, Скрбатно и Опеница. Тие создале имиџ на туристичка дестинација, но со почетни економски придобивки. Имено тоа се дестинации кои поради туристичката атрактивност претставуваат локации кои се вклучиле во процесот на примање туристи и креирање на туристички производ, но процесот нема димнзии на развиена туристичко-рурална дестинација.

Велестово и Шипокно се препознатливи викенд населби со елементи на автохтона архитектура. Приспобувањето на селските куќи се последица на економското влијание на туризмот. Од руралната туристичка понуда посебно место заслужуваат користењето на магарињата и пикниците со автентични гастрономски специјалитети. Економското влијание се гледа во процесот на изградба и пласман на домашни туристички производи. Економско-развојна основа треба да се бара во конверзивноста содржана во панорамскиот поглед кон Охридското Езеро, околните планини и градот. Тоа е основа да се реставрираат стари куќи и да се градат луксузни вили.

Завој е карактеристична туристичка дестинација со домашно сместување и угостителска понуда. Но, во економски поглед ги бележиме своите почетоци.

Куратица е типски пример за локалитет во кој економското влијание на туризмот има препознатливи развојни карактеристики во поглед на рурално-манифестациски карактеристики (Василичарски карневал), угостителска понуда на организирани групи, зимски рекреативни активности и рурални ентериери и екстериери.

Скрбатно е препознатлив туристички локалитет со беспрекорно уреден простор за излети, пикници, религијско-манифестациски и рекреативни содржини. Приходите од посетата на црквата се користат за проширување и доопремување на комплексот.

7.4 Недоволно туристички развиени локалитети со потенцијално економско влијание

Во оваа група се вбројуваат рурални средини кои претставуваат изразит туристички потенцијал и во кои нема забележителни економски влијанија. Такви се следниве рурални населби: Вапила, Ливоишта, Плаќе, Расино, Речица, Свињишта и Сирула. Тоа се изразити туристички потенцијали за развој на руралниот туризам со ниско ниво на економско влијание. Нивната афирмација и економско влијание е во контекст на развојот на туризмот на ниво на Локална самоуправа. Тоа се средини со изразита основа за развој на руралниот сектор и алтернативните форми на туризам.

8. Анализа на Објектите за сместување и сервисни дејности со храна во општина Охрид

Според претходно направена студија за „Економска анализа за поединечни економски гранки на општина Охрид и деловните можности за развој“ стопанскиот сектор (3) Хотели и ресторани е петти според остварените приходи на деловните субјекти регистрирани во општина Охрид во 2016 година, а трет според бројот на вработувања. Во овој сектор се регистриран 411 субјекти или 10% од вкупниот број деловни субјекти во Охрид, од кои 85% се објекти за подготовка на оброци и служење храна и само 15% се објекти за сместување. Најголем дел од нив се со домашна и недефинирана сопственост. Само 6 хотели и 5 ресторани во 2016 година се со странско потекло на капиталот. Хотелите се регистрирани како ДООЕЛ, ДОО и АД, додека рестораните како ДОО и ДООЕЛ. Мал дел од хотелите и рестораните се регистрирани како ТД, додека во одделот Објекти за сместување има и еден државен студентски дом.

Анализата на издадените Решенија за категоризација на угостителските објекти покажува дека на територијата на општина Охрид има вкупно 44 хотели. Близу 50% од нив, или вкупно 21 се категоризирани со три ѕвезди, 2 е со две ѕвезди, 19 се со четири ѕвезди и 2 се со пет ѕвезди.

Табела 28: Регистрирани хотели на територијата на општина Охрид

Р.б.	Хотел	Решение	Категорија
1.	ХОТЕЛ АКВАЛИНА Нас. Св.Стефан Охрид	45-8860/1 19.11.2019	4
2.	ХОТЕЛ ДВА БИСЕРА Нас. Лагадин, Охрид	42-6718/5 28.09.2016	3*
3.	ХОТЕЛ НОВА РИВИЕРА ул. Кеј Македонија бр. 4 Охрид	42-6718/4 28.09.2016	3*
4.	ХОТЕЛ АМБАСАДОР Подмоље, Охрид	45-8862/1 19.11.2019	3
5.	ХОТЕЛ АУРА Нас. Свети Стефан бб Охрид	44-3425/1 31.07.2017	4
6.	ХОТЕЛ ДЕ ЛАГО ул. Цар Самоил бр. 16 Охрид	42-6726/4 28.09.2016	2*

Анализата на економскиот импакт на туризмот во општина Охрид

Р.б.	Хотел	Решение	Категорија
7.	ХОТЕЛ ТИНО СВЕТИ СТЕФАН Нас. Св. Стефан, Охрид	45-9338/1 10.12.2019	4
8.	ХОТЕЛ ТИНО ул. Кеј Македонија бр. 55 Охрид	42-6724/4 28.09.2016	4
9.	ХОТЕЛ ПАНОРАМА ул. 15-ти Корпус бб Охрид	42-8167/4 16.11.2016	3*
10.	ХОТЕЛ ГОРИЦА ОХРИД ул. Наум Охридски бр. 5-7 Охрид	42-8167/1 16.11.2016	5*
11.	ХОТЕЛ ГАРДЕН ул. Кеј Македонија бр. 114 Охрид	42-8167/3 16.11.2016	3 супериор
12.	ХОТЕЛ АЛЕКСАНДРИЈА ул. Коста Абраш бб Охрид	44-598/1 14.03.2017	2 супериор
13.	ХОТЕЛ ЧИНГО ул. Абас Емин бр. 3 Охрид	44-599/1 14.03.2017	3*
14.	ХОТЕЛ ПАРК ЛЕЈКСАЈД ул. Наум Охридски бр. 10А Охрид	44-1858/1 27.06.2017	4*
15.	ХОТЕЛ ТУРИСТ Нас. Долно Коњско бб Охрид	44-2871/1 31.07.2017	3
16.	ХОТЕЛ БЕЛВИ Нас. Долно Коњско бб Охрид	44-2866/1 25.07.2017	4*
17.	ХОТЕЛ МЕТРОПОЛ Нас. Долно Коњско бб Охрид	44-2873/1 31.07.2017	4*
18.	ХОТЕЛ БЕЛВЕДЕРЕ Нас. Свети Стефан бб Охрид	44-2867/1 25.07.2017	4*
19.	ХОТЕЛ ФИЛИП Долно коњско, Охрид	44-2821/1 18.07.2017	4*
20.	ХОТЕЛ МАИВА Нас. Свети Стефан бб Охрид	44-2874/1 25.07.2017	4*
21.	ХОТЕЛ ГРАНИТ Нас. Свети Стефан, Охрид	44-1886/1 27.06.2017	4*
22.	ХОТЕЛ ДИПЛОМАТ ул. Партизанска бр. Д14 Охрид	44-2938/1 25.07.2017	3*
23.	ХОТЕЛ СИЛЕКС Нас. Свети Стефан бб Охрид	44-1878/1 27.06.2017	4* супериор
24.	ХОТЕЛ РОЈАЛ ВЈУ ул. Јане Сандански бр. 2 Охрид	44-1856/1 27.06.2017	4
25.	ХОТЕЛ ПРЕСТОЛ Нас. Свети Стефан бр. 10 Охрид	44-1872/1 27.06.2017	3
26.	ХОТЕЛ ЛЕБЕД ул. Кеј Македонија бр. 112 Охрид	44-1879/1 27.06.2017	4*
27.	ХОТЕЛ МИЛЕНИУМ ул. Кеј Македонија бб Охрид	44-1885/1 27.06.2017	4
28.	ХОТЕЛ КОНГРЕСЕН ЦЕНТАР Долно коњско, Охрид	44-2833/1 18.07.2017	3*
29.	ХОТЕЛ ВИЛА ЈОРДАН Кеј Македонија бр. 100 Охрид	44-1887/1 27.06.2017	3*
30.	ХОТЕЛ ХОЛИДЕЈ М Нас. Св. Стефан бб Охрид	44-1888/1 27.06.2017	3*
31.	ХОТЕЛ КОЦАРЕВ Св. Еразмо бб Охрид	44-3251/1 25.07.2017	3
32.	ХОТЕЛ ЗЛАТЕН ПРСТЕН ул. Наум Охридски бр. 56 с. Пештани	44-2822/1 18.07.2017	3*
33.	ХОТЕЛ ДЕНАРИУС ул. Кеј Македонија бр. 91А Охрид	44-3249/1 25.07.2017	3 супериор
34.	ХОТЕЛ СВЕТИ НАУМ ул. Свети Наум бр. 1 с. Љубаништа, Охрид	44-4493/1 29.08.2017	3
35.	ЛАКИ ХОТЕЛ И СПА Нас. Исток бр. 1 Коњско Охрид	44-3436/1 31.07.2017	4* супериор
36.	ХОТЕЛ ПЕЛА Нас. Свети Стефан бб Охрид	44-4830/1 22.05.2017	3
37.	СИТИ ПАЛАС ул. Кеј Македонија бр. 31 Охрид	44-1344/1 20.02.2018	4*
38.	ХОТЕЛ СУ ул. Кеј Македонија бр. 91А Охрид	44-1341/1 06.03.2018	4*
39.	ХОТЕЛ ВИЛИЦ ул. 7-ми Ноември бр. 179 Охрид	44-2899/1 29.08.2018	4*
40.	ХОТЕЛ ДЕСАРЕТ Нас. Лагадин бр. 62 Охрид	44-6658/1 31.07.2018	3

Анализата на економскиот импакт на туризмот во општина Охрид

Р.б.	Хотел	Решение	Категорија
41.	ХОТЕЛ УНИКАТ ул. Партизанска бр. 56 Охрид	44-7224/1 14.08.2018	5*
42.	ХОТЕЛ КЛИМЕТИЦА 2 Нас. Св. Стефан, Охрид	44-10909/1 25.12.2018	3*
43.	ХОТЕЛ СКАЈ КОРНЕР Македонски просветители 1 Охрид	45-2577/1 16.04.2019	3 супериор
44.	ХОТЕЛ ЛАГАДИН Лагадин Охрид	45-5751/1 20.08.2019	3

Деловните субјекти во овој стопански сектор што се регистрирани во општина Охрид оствариле 6,24% од вкупните приходи што ги оствариле деловните субјекти регистрирани во општина Охрид, а вработуваат 1816 лица што е 11,9% од вкупниот број вработени во деловните субјекти регистрирани во општина Охрид. Објектите за сместување остваруваат повеќе од половина од приходите во овој сектор (56,6%) додека пак објектите за подготовка и сервис на храна вработуваат повеќе од половина во овој сектор (54,4%). Заради поголема објективност во анализата на податоците треба да се напомене дека дел од хотелите што работат на територијата на општина Охрид се дел од деловни субјекти што не се регистрирани на територијата на општина Охрид, а некои од хотелите се дел од деловни субјекти што имаат примарна дејност која не одговара на стопанскиот сектор Хотели и ресторани.

Табела 29 Приходи и вработени во секторот хотели и ресторани, општина Охрид, 2016

Сектор / оддел	Приходи	Вработени
	%`	%
3 – Хотели и ресторани	100%	100%
55. Објекти за сместување	52.6	45.6
56. Дејности за подготовка и служење на храна	47.4	54.4

Извор: сопствени пресметки врз основа на (ЦРМ, 2018)

Со исклучок на 4 хотели, сите останати субјекти во овој сектор се мали и микро претпријатија. Малите хотели и сместувачки објекти учествуваат со повеќе од половина (55%) од приходите што ги остваруваат деловните субјекти регистрирани во овој оддел. Само 1,6% во вкупните приходи на сместувачките капацитети учествуваат микро претпријатијата, а дури 43,5% од приходите во 2016 година во одделот сместувачки објекти оствариле четирите средни претпријатија. Во одделот ресторани и објекти за храна сите приходи и вработувања се во мали и микро претпријатија.

За да имаме пореална слика за субјектите што се активни во овој сектор, направена е дескриптивна статистика на податоците од централен регистар за остварените приходи во 2016 година на субјектите што се регистрирани во одделите 55 и 56. Поверодостојна статистичка анализа ќе имаме ако ги изземеме деловните субјекти што не оствариле приходи во анализираната година. Истражувањето покажа дека

речиси 1/2 од субјектите во овој стопански сектор не покажале деловни активност. Деловна активност во 2016 година покажале 2/3 од регистрираните објекти за сместување и само 57% од објектите за подготовка и сервирање на храна. Имајќи ги во вид спецификите на секторот, посебна статистичка анализа е направена за одделот објекти за сместување, а посебна за одделот објекти за подготовка и сервис на храна.

Во просек, активните сместувачки објекти во овој стопански сектор во општина Охрид остваруваат близу 21 милиони денари годишни приходи. Сепак ако се земе во вид вредноста на медијаната, може да се заклучи дека повеќе од половината активни сместувачки објекти остваруваат годишни приходи под 6 милиони денари што е далеку под просекот во овој оддел. Исклучително високите вредности на стандардната грешка и стандардната девијација покажуваат постоење на екстремни вредности, односно дека многу мал дел од субјектите во овој стопански сектор во општина Охрид остваруваат повисоки приходи. Ова може да се види и од разликата во приходи помеѓу субјектите со најмалку и најмногу остварени приходи (Range = 140664550).

Со помош на индексите Skewness и Kurtosis можеме да се определи обликот на дистрибуцијата и во колкав обем истиот отстапува од нормалната дистрибуција. Така, вредностите на овие индекси покажуваат дека повеќето од вредностите се на левата страна од дистрибуцијата што значи дека поекстремни вредности има на десната страна (Skewness > 0). Вредноста 2.4 на Skewness индексот покажува накривеност на дистрибуцијата што значи дека најголемиот дел од активните сместувачки објекти остваруваат помали годишни приходи дури и од просечните приходи по субјект во овој стопански оддел. Анализата покажа дека само 11 (27,5%) од субјектите во општина Охрид оствариле годишни приходи над просечните во овој стопански оддел. Високата вредноста на индексот на плоснатост на функцијата (Kurtosis = 5.6) покажува дека постои голема можност за екстремни вредности, со што повторно се потврдува постоење на многу мал број на субјекти со значително поголеми приходи од останатите субјекти што се активни во овој стопански оддел. Истражувањето покажува дека само 2 деловни субјекти оствариле повеќе од 100 милиони денари годишно што ги објаснува добиените резултати со дескриптивната статистика.

Табела 30 Дескриптивна статистика за приходите и вработените кај сместувачките објекти и објектите за храна и сервирање на храна регистрирани во општина Охрид, 2016 година

Сместувачки објекти	Приходи	Вработени	Објекти за храна и серв.	Приходи	Вработени
Mean	20981828.7	20.675	Mean	3758086.74	4.8805970
Standard Error	5283239.99	5.12364897	Standard Error	463956.776	0.42843967
Median	6054576	5.5	Median	991577	3
Mode	#N/A	1	Mode	#N/A	3
Std Deviation	33414143.6	32.4048014	Std Deviation	6577722.54	6.07418073
Sample Variance	1.1165E+15	1050.07115	Sample Variance	4.32664E+1	36.895671
Kurtosis	5.641599491	7.34014553	Kurtosis	11.8348386	7.96949261

Анализата на економскиот импакт на туризмот во општина Охрид

Skewness	2.38917946	2.52953431	Skewness	3.162267231	2.66732177
Range	140664550	155	Range	45457809	36
Minimum	16	0	Minimum	1	0
Maximum	140664566	155	Maximum	45457810	36
Sum	839273151	827	Sum	755375435	981
Count	40	40	Count	201	201

Дескриптивната статистика за вработените во деловните субјекти од овој стопански сектор е исто така направена само за субјектите што покажале деловна активност. Во просек, секој активен сместувачки објект во општина Охрид има по 20,7 вработени. Сепак, ако ги земеме во вид вредностите на медијаната и на модата, може да се види дека најголем дел од деловните објекти имаат по еден вработен ($mode = 1$), а повеќе од половината активни сместувачки објекти имаат по пет или помалку вработени ($median = 5$). Високата вредност на стандардната девијација покажува дека постојат екстремни вредности, односно сместувачки објекти што имаат поголеми отстапувања во вработувањата од просечниот број на вработени по субјект.

Високата вредност на Skewness и Kurtosis индексите исто така го потврдуваат постоењето на екстремни вредности. Вредноста на индексот на накривеност е 2.5 што значи дека најголемиот дел од деловните субјекти во овој стопански сектор имаат помал број вработени, додека само помал дел од активните деловни субјекти се со поголем број на вработени од просекот. Анализата покажа дека само 11 сместувачки објекти (27.5%) имаат повеќе вработени од просекот, додека сите останати имаат по 5 или помалку вработени. Високата вредност на индексот на плоснатост на функцијата ($Kurtosis = 7,3$) покажува дека постои голема можност за екстремни вредности, со што повторно се потврдува постоење на помал број на субјекти со значително поголеми број на вработени од останатите субјекти што се активни во овој стопански сектор. Истражувањето покажува дека само 16 деловни субјекти имаат над 10 вработени. Од нив, 4 се помеѓу 50 и 100 вработени а 2 со повеќе од 100 вработени.

Дескриптивната статистика на објектите за подготовка и служење на храна покажуваат дека просечните приходи што ги остваруваат субјектите во овој оддел се значително помали во споредба со сместувачките објекти и изнесуваат 3.76 милиони денари. Високите вредности на стандардната грешка, стандардната девијација и индексот на плоснатост и накривеност покажуваат постоење на екстремни вредности и дека најголемиот дел од деловните субјекти остваруваат помали приходи од просечните. Медијаната покажува дека повеќе од половината од објектите за подготовка и служење на храната во општина Охрид остваруваат годишни приходи под 992 илјади денари. Истражувањето покажа дека само 23% од субјектите остваруваат приходи над просечните, а само три имаат годишни приходи над 30 милиони денари.

Просечниот број на вработени во објектите за подготовка и служење на храна помал од 5 ($mean = 4.88$). Дескриптивната статистика пак ни покажува дека најчесто овие

субјекти имаат по 3 или помалку вработени (median = 3, mode = 3). Вредностите на стандардната грешка и девијација покажуваат постоење екстремни вредности, а високите вредности на индексите на накривеност и плоснатост покажуваат постоење на помал број на субјекти за подготовка и служење на храна што имаат поголем број на вработени. Истражувањето покажа дека само 24% од овие субјекти имаат вработено повеќе од просекот во овој оддел, а само 2 (1%) имаат над 30 вработени.

9. Карактеристики на пазарот на труд (вработеноста) во туристичкиот сектор во општина Охрид

Анализата на пазарот на труд во туристичкиот сектор е направена со користење на официјални податоци од Заводот за статистика, Централниот регистар и податоците од агенцијата за вработување. Прво се идентификуваат вработувањата во деловните субјекти регистрирани во општина Охрид според нивната основна дејност, по што следи анализа со користење декспитивна статистика во секторот Хотели и ресторани за деловните субјекти регистрирани во општина Охрид, како и анализа на примањата во овој стопански сектор. На крај е направена анализа на понудата на работна сила на пазарот на труд во туристичкиот сектор во Охрид.

9.1. Вработеност во деловни субјекти според дејности во општина Охрид

Анализата на вработеноста во општина Охрид, направена според податоците на Централниот регистар на деловните субјекти што се регистрирани во општина Охрид покажува дека од вкупно вработените 15.278 лица, најголем дел односно 10.361 лица (67,82%) се вработени во услужните сектори, додека 4.851 лице, односно 31,75% се вработени во индустријата. Во земјоделството, шумарството и рибарството се вработени 66 лица, односно 0,43% од вкупно вработените. Ваквиот сооднос се среќава и кај анализата на вработените по видови субјекти по големина.

Четири петтини од вкупно вработените во микро субјектите, односно 2.518 лица, се во услужните сектори, додека 604 лица, односно 19,23% се вработени во индустријата. Само 19 лица, односно 0,60% од вкупно вработените во микро субјектите се вработени во земјоделството, шумарството и рибарството.

Табела 31 Број на вработени во субјекти регистрирани во општина Охрид, по дејности, 2016

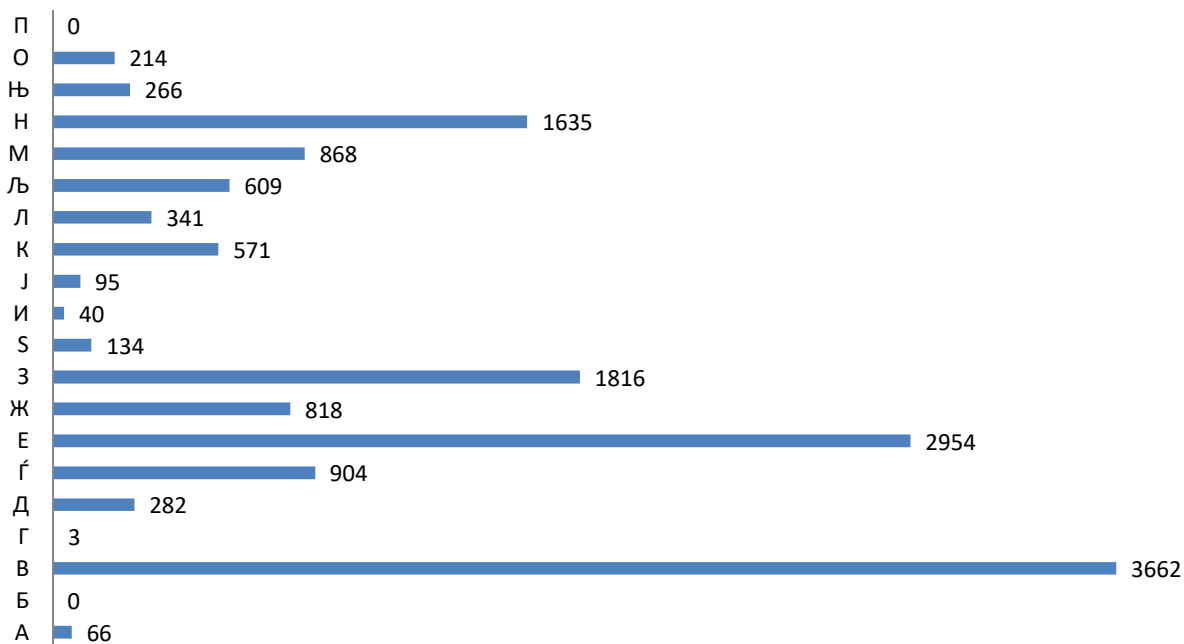
дејност	Микро		Мал		Среден		Гоем		Вкупно	
	Број	%	Број	%	Број	%	Број	%	Број	%
Земјоделство, шумарство и рибарство	19	0,60	47	0,57	0	0,00	0	0,00	66	0,43
Индустрија	604	19,23	2916	35,23	800	35,81	531	32,68	4851	31,75
Услуги	2518	80,17	5315	64,21	1434	64,19	1094	67,32	10361	67,82
Вкупно	3141	100,00	8278	100,00	2234	100,00	1625	100,00	15278	100,00

Извор: сопствени пресметки врз основа на податоците од (ЦРМ, 2018)

Малите субјектите во услужните сектори вработуваат 5.315 лица, односно 64,21% од вкупно вработените во овие субјекти. Во индустријата се вработени 2.916 лица, односно 35,23%, додека во земјоделството, шумарството и рибарството се вработени 47 лица, односно 0,57% од вкупно вработените кај малите субјекти.

Средните субјектите регистрирани во услужните сектори вработиле 1.434 лица, односно 64,19% од вкупно вработените кај овие субјекти. Во индустријата се вработени 800 лица, односно 32,68%.

Графикон 8: Вработени по сектори во општина Охрид, 2016



Извор: сопствени пресметки според податоци од (ЦРМ, 2018)

Бројот на вработени во услужните дејности доминира и кај големите субјекти. Големите субјекти вработиле 1.094 лица, односно 67,32% од вкупно вработените кај овие субјекти. Во индустријата, големите субјекти вработиле 531 лице, односно 32,68% од вкупно вработените во големите субјекти.

Анализата на структурата на вработеност **по сектори** во општина Охрид во 2016 година, укажува дека во четири од вкупно 21 сектор се вработени 65,89%.

Во секторот **Преработувачката индустрија** се вработени најголем дел, и тоа 3.662 лица, односно 23,97%, додека во секторот **Трговија на големо и трговија на мало, поправка на моторни возила и мотоцикли** се вработени 2.954 лица односно 19,33%, во секторот **Објекти за сместување и сервисни дејности** 1.816 лица, односно 11,89% и во секторот **Дејности на здравствена и социјална заштита** 1.635 лица, односно 10,70% од вкупно вработените во општина Охрид.

Треба да се напомене дека оваа анализа е направена само врз основа на вработувањата што ги вршат компаниите што се регистрирани во општина Охрид без да се земат во вид вработувањата што ги вршат компаниите кои се регистрирани во други општини или странски филијали, а вработуваат лица кои се со постојано живеалиште во Охрид.

9.2. Анализа на вработеноста во објектите за сместување и исхрана

Од претходните податоци може да се види дека деловните субјекти во овој стопански сектор што се регистрирани во општина Охрид вработуваат 1816 лица што е 11,9% од вкупниот број вработени во деловните субјекти регистрирани во општина Охрид. Притоа, објектите за подготовка и сервис на храна вработуваат повеќе од половина во овој сектор (54,4%), додека останатите 45,6% се вработени во објектите за сместување

Табела 32 Вработени во секторот хотели и ресторани, општина Охрид, 2016

Сектор / оддел	Вработени	
	Број	%
3 – Хотели и ресторани	1816	100%
55. Објекти за сместување	829	45.6
56. Дејности за подготовка и служење на храна	987	54.4

Извор: сопствени пресметки врз основа на (ЦРМ, 2018)

Дескриптивната статистика за вработените во деловните субјекти од овој стопански сектор е исто така направена само за субјектите што покажале деловна активност. Во просек, секој активен сместувачки објект во општина Охрид има по 20,7 вработени. Сепак, ако ги земеме во вид вредностите на медијаната и на модата, може да се види

дека најголем дел од деловните објекти имаат по еден вработен ($mode = 1$), а повеќе од половината активни сместувачки објекти имаат по пет или помалку вработени ($median = 5$). Високата вредност на стандардната девијација покажува дека постојат екстремни вредности, односно сместувачки објекти што имаат поголеми отстапувања во вработувањата од просечниот број на вработени по субјект.

Високата вредност на Skewness и Kurtosis индексите исто така го потврдуваат постоењето на екстремни вредности. Вредноста на индексот на накривеност е 2.5 што значи дека најголемиот дел од деловните субјекти во овој стопански сектор имаат помал број вработени, додека само помал дел од активните деловни субјекти се со поголем број на вработени од просекот. Анализата покажа дека само 11 сместувачки објекти (27.5%) имаат повеќе вработени од просекот, додека сите останати имаат по 5 или помалку вработени. Високата вредност на индексот на плоснатост на функцијата ($Kurtosis = 7,3$) покажува дека постои голема можност за екстремни вредности, со што повторно се потврдува постоење на помал број на субјекти со значително поголеми број на вработени од останатите субјекти што се активни во овој стопански сектор. Истражувањето покажува дека само 16 деловни субјекти имаат над 10 вработени. Од нив, 4 се помеѓу 50 и 100 вработени а 2 со повеќе од 100 вработени.

Просечниот број на вработени во објектите за подготовка и служење на храна помал од 5 ($mean = 4.88$). Дескриптивната статистика пак ни покажува дека најчесто овие субјекти имаат по 3 или помалку вработени ($median = 3, mode = 3$). Вредностите на стандардната грешка и девијација покажуваат постоење екстремни вредности, а високите вредности на индексите на накривеност и плоснатост покажуваат постоење на помал број на субјекти за подготовка и служење на храна што имаат поголем број на вработени. Истражувањето покажа дека само 24% од овие субјекти имаат вработено повеќе од просекот во овој оддел, а само 2 (1%) имаат над 30 вработени.

Карактеристично за овој стопански сектор е високата сезоналност која директно влијае и на остварените приходи и на вработувањата кои се значително поголеми во текот на туристичката сезона.

Често, деловните субјекти во овој стопански сектор се соочуваат со недостиг на работна сила во текот на летниот период кога имаат значително зголемен обем на работа и остваруваат најголем дел од приходите. Во текот на останатите месеци од годината најголем дел од субјектите работат со помали приходи и се соочуваат со недостиг на средства за покривање на трошоците од работењето.

9.3. Понуда на работна сила во туристичко угостителскиот сектор во општина Охрид

Според податоците од Агенцијата за вработување на Македонија во општина Охрид се регистрирани вкупно 446 невработени лица – туристички работници, угостители и сродни дејности. Најголем дел од нив или 70% се со средно образование, 27% со вишо или високо образование, додека 2% се со основно образование, а само 1% се магистри од областа на туризмот.

Ако се направи структурна анализа според профили, тогаш 126 се водат како невработени лица туристички работници и вкупно 320 невработени лица како угостители и сродни дејности. Најголем дел од невработените туристички работници (87%), или вкупно 110 се со вишо или високо образование. Само 11 од невработените туристички работници се со средно образование, а 5 од нив се магистри од областа на туризмот.

Табела 33: Преглед на невработени лица - туристички работници, и угостители и сродни, евидентирани во Агенцијата за вработување на Република Македонија / Центар за вработување,

Степен	Степен опис	Профил	Вкупно	Охрид
4.	Средно образование	ТУРИСТИЧКИ техничар	86	11
VA	Стручни студии од 60 до 120 кредити	КОМЕРЦИЈАЛИСТ ВО УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ	14	9
VA	Стручни студии од 60 до 120 кредити	МЕНАЏЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	26	16
VIB	Прв циклус на студии: универзитетски 180, стручни 180	Дипл. МЕНАЏЕР ПО ТУРИЗАМ (180 ЕКТС)	30	9
VIB	Прв циклус на студии: универзитетски 180, стручни 180	Дипл. МЕНАЏЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО (180 ЕКТС)	103	34
VIB	Прв циклус на студии: универзитетски 180, стручни 180	Дипл. ПО ТУРИСТИЧКА ГЕОГРАФИЈА	1	
VIB	Прв циклус на студии: универзитетски 180, стручни 180	Дипл. ТУРИЗМОЛОГ (180 ЕКТС)	14	
VIB	Прв циклус на студии: универзитетски 180, стручни 180	Дипл.МЕНАЏЕР ПО ЕКОЛОШКИ И РУРАЛЕН ТУРИЗАМ	1	
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл. ЕКОНОМИСТ ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	5	1
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл. МЕНАЏЕР ПО ТУРИЗАМ	20	10
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл. МЕНАЏЕР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	18	12
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл. ОРГАНИЗАТОР ПО ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	6	2
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл. ТУРИЗМОЛОГ	12	
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл.инж. ПО УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ	35	17

Анализата на економскиот импакт на туризмот во општина Охрид

Степен	Степен опис	Профил	Вкупно	Охрид
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл.МЕНАџЕР ПО УГОСТИТЕЛСТВО И ДИЈЕТЕТИКА	2	
VIIA	Втор циклус на студии: магистерски академски студии	Магистер ПО МЕНАѢМЕНТ ВО ТУРИЗМОТ	1	
VIIA	Втор циклус на студии: магистерски академски студии	Магистер ПО МЕНАѢМЕНТ НА РУРАЛЕН ТУРИЗАМ	1	
VIIA	Втор циклус на студии: магистерски академски студии	Магистер по ТУРИЗАМ	7	5
2.	Основно образование	ГОСТИЛНИЧАР	7	
2.	Основно образование	Помошен ГОТВАЧ	26	5
2.	Основно образование	Помошен КЕЛНЕР	19	2
2.	Основно образование	Помошен УГОСТИТЕЛСКИ работник	21	1
2.	Основно образование	Помошен УГОСТИТЕЛСКИ работник втор степен	7	
2.	Основно образование	СКАРАѢИЈА	6	1
2.	Основно образование	СОБАРКА	1	1
2.	Основно образование	СОБАРКА втор степен	1	
2.	Основно образование	ТОЧИТЕЛ НА ПИЈАЛОК	2	
2.	Основно образование	ЌЕБАПЧИЈА	3	
3.	Средно стручно	ГОТВАЧ	616	124
3.	Средно стручно	КЕЛНЕР	558	100
3.	Средно стручно	РЕЦЕПЦИОНЕР – ПОРТИР	14	7
4.	Средно образование	Работоводител НА КУЈНА	1	
4.	Средно образование	Работоводител НА ПОСЛУГА (ШЕФ НА САЛА)	1	
4.	Средно образование	РЕЦЕПЦИОНЕР	5	1
4.	Средно образование	УГОСТИТЕЛСКИ техничар (ХОТЕЛИЕРСКИ)	202	56
4.	Средно образование	УГОСТИТЕЛСКИ техничар ЗА РУРАЛЕН ТУРИЗАМ	2	
4.	Средно образование	ХОТЕЛСКО-ТУРИСТИЧКИ ТЕХНИЧАР	93	12
VB	Стручно образование поврзано со првиот циклус на студии до 60 ЕКТС	ГОТВАЧ СПЕЦИЈАЛИСТ	4	
VB	Стручно образование поврзано со првиот циклус на студии до 60 ЕКТС	Специјалист - КЕЛНЕР ОД УГОСТИТЕЛСКО - ТУРИСТИЧКА СТРУКА	2	1
VIB	Прв циклус на студии: универзитетски 180, стручни 180	Дипл. МЕНАѢЕР ПО ГАСТРОНОМИЈА (180 ЕКТС)	8	2
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл. МЕНАѢЕР ПО ХОТЕЛИЕРСТВО И РЕСТОРАНТСТВО	8	1
VIA	Прв циклус на студии: универзитетски 240, стручни 240	Дипл.МЕНАѢЕР ВО УСЛУЖЕН СЕКТОР	6	6

Извор: Агенција за вработување

Од друга страна пак, најголем дел од невработените во угостителските дејности се со средно образование. Дури 94% од невработените угостителски работници се со средно образование (од кои 72% се средно стручно), додека со виша се 3% и основно образование имаат 3%.

Иако често работодавачите во овој стопански сектор се жалат на недостиг на работна сила, сепак понудата на работна сила во секторот не изостанува. Причина за намалената мотивираност за работа во овој сектор може да се види во малите месечни примања. Според податоците на државниот завод за статистика, просечната плата во овој стопански сектор на национално ниво во 2016 година изнесувала 15426 денари додека во 2017 година истата бележи раст од 4.2% и изнесува 16076 денари.

Табела 34 Просечно исплатена нето-плата по вработен, сектор Туризам, по НКД Рев.2, по месеци

З	М01	М02	М03	М04	М05	М06	М07	М08	М09	М10	М11	М12	просек
2016	15543	16064	15118	15102	15631	15047	15112	15205	15489	16137	15320	15340	15425.67
2017	15860	15312	15667	15490	15962	15690	15750	16230	16831	16750	16656	16709	16075.58

Извор: (ДЗС, Извештај за исплатена нето-плата по вработен, по сектори на дејност, по НКД рев.2, 2018)

Индикативно е тоа што, според пресметките врз основа на податоците од (ДЗС, 2018) повеќе од 3/4 од вработените во овој стопански сектор земаат помала плата од просечната, а само 1/4 од вработените земаат над просекот во секторот. Ако ги споредиме просечните примања со националниот просек, тогаш околу 90% од вработените во овој сектор земаат помалку од националната просечна нето плата. Исто така, платите во овој сектор се најниски во споредба со останатите услужни сектори што покажува дека овој стопански сектор е еден од најслабо платените што исто така влијае на намалената куповна сила на населението во општината.

10. Проценка и анализа на ефектот од туристичките ноќевања во Охрид врз јавните приходи

Туризмот како стопанска дејност има значајно влијание врз јавните приходи. Деловните субјекти што се регистрирани во секторот Хотели и ресторани плаќаат данок на добивка, туристичка такса за остварените ноќевања и даноци и надоместоци за вработените во овој стопански сектор. Физичките лица што остваруваат приходи по основ на туризам плаќаат персонален данок, а ефектот врз јавните давачки е уште поголем ако се земе во вид дека туристите што престојуваат во одредено место плаќаат данок на додадена вредност за секој производ и услуга што ги консумираат како и такса за привремен престој.

Ако се земат во вид податоците од направената анализа на приходите по основ на туристички ноќевања направени во општина Охрид, може да се направи одредена проценка на јавните приходи што може да се остварат од работата на субјектите во

овој стопански сектор. При тоа, во вид треба да се земе даночната стапка за данокот на добивка што ја плаќаат деловните субјекти и даночната стапка за персоналниот данок на доход. Бидејќи постојат два начини за утврдување на даночна стапка и основица за данокот на добивка, анализата ќе ја направиме според поедноставениот даночен режим за трговски друштва, каде Данокот на вкупен приход се пресметува во висина од 1% од износот на остварениот вкупен приход искажан во Билансот на успех во Годишната сметка и финансиските извештаи според одредбите од Законот за трговските друштва, за деловната година за која се утврдува данокот. Оваа проценка на прибраните приходи претпоставува дека за вкупните остварените приходи се прибрани јавни давачки од 1% од приходите. Треба да се истакне дека во вкупните приходи остварени по основ на туризам има и такви кои се оданочуваат со персонален данок или данок на добивка каде како основа се зема профитот на деловните субјекти, односно разликата помеѓу приходите и расходите. Ако се земе во вид дека при проценката се остварените приходи по основ на ноќевања во општина Охрид се земаат податоци од билансот на плаќања и БДП, тогаш треба да се има во вид дека истите ги содржат и оданочувањата што туристите ги плаќаат при користењето на услугите. Познато е дека услугите на сместување (ноќевање) или сместување со појадок, полупансион или полн пансион, во сите видови на комерцијални угостителски објекти подлежат на повластена даночна стапка од 5%, па затоа од вкупно проценетите приходи остварени по основ на користење на туристички ноќевања во општина Охрид ќе се одземе повластената даночна стапка и таксата за привремен престој, а добиениот износ ќе се користи како основа за пресметување на Данокот на вкупен приход.

Исто така ако го земеме и бројот на вработени во секторот и просечната бруто плата во овој стопански сектор, ќе може да се пресметаат и јавните давачки по вработен што се генерираат во секторот Хотели и ресторани во општина Охрид.

Податоците за таксата за привремен престој се земаат од Извештаите на секторот за туризам и локален економски развој при општина Охрид.

Табела 35 Проценети јавни приходи по основ на туризам во општина Охрид

	Туристички приходи (мил. УСД)	ДДВ 5% (Мил МКД)	Данок од приходи (мил. МКД)	Вработени во сектор 3*	Просечна разлика од бруто и нето плата	Јавни давачки по основ на плати (мил. МКД)	Такса за привремен престој Мил МКД	Вкупна проценка на јавните давачки (мил ден)
2015	141	373	74	1923	6866	13.20172	17.207	477
2016	145	385	77	1816	7058	12.81642	16.467	491
2017	159	414	83	2039	7367	15.02093	18.563	530

Извор: сопствени пресметки,

* податоците за 2015 и 2017 се пресметани врз основа на верижните индекси за вработени во секторот 3 што се дадени во МАКСТАТА базата на ДЗС, а базата за пресметка е 2016 каде како податок се земаат податоците од Централен регистар на Македонија за деловните субјекти од секторот што се регистрирани на територијата на општина Охрид

Ако се направи анализа на проценката на вкупните јавни приходи што настануваат по основ на туризам може да се забележи дека постои континуиран раст на јавните приходи што се остваруваат во туристичкиот сектор во последните години што пред се се' должи на зголемениот раст на туристичките приходи, а мал дел и на растот на приходите од таксата за привремен престој и јавните приходи што се прибираат по основ на плати за вработени во секторот Хотели и ресторани. Проценката е дека по основ на ноќевања во Охрид се остваруваат повеќе од 500 милиони денари јавни приходи годишно (близу 10 милиони УСД) и тоа најголем дел по основ на ДДВ што го плаќаат туристите за услугите што ги користат (7-8 милиони УСД годишно). Проценката е дека по основ на данок на добивка се прибираат околу 1,5 милиони УСД годишно, а по основ на давачки за плати и такса за привремен престој се прибираат околу поповина милион УСД годишно.

Ако се направи анализа на прибраните приходи по основ на Такса за привремен престој во општина Охрид, тогаш може да се забележи дека јавните приходи во 2018 по овој основ се зголемени за 46,8%.

Табела 36 Такса за привремен престој во општина Охрид

	2014	2015	2016	2017	2018
Ноќевања	754048	818175	830333	937041	1034858
Очекувани приходи	30161920	32727000	33213320	37481640	41394320
Остварени приходи	14465481	17207238	16466866	18562808	21236895
Разлика	15696439	15519762	16746454	18918832	20157425
%	47.95942	52.57811	49.5791	49.52507	51.30389

Извор: Извештаи на Сектор за ЛЕР, Општина Охрид и сопствени пресметки

Од друга страна пак, ако се направи анализа на наплатата преку пресметка на очекуваните приходи врз основа на бројот на реализирани ноќевања во општина Охрид, тогаш може да се види дека јавните приходи по овој основ може значително да се зголемат ако се земе во вид дека се врши наплата на околу 50% од очекуваните приходи. Односно, загубите во јавните приходи во овој сектор по основ на ненаплатена Такса за привремен престој во општина Охрид, во периодот од 2014 до 2018 година се околу 87 милиони денари.

Заклучок

Охрид претставува прпознатлива икона на науката, културата и образованието, најзначајна лулака на туристичката традиција, град со впечатлива душа и гостопримство. Поради ралитетните природни и културни карактеристики има епитет на светски град, отворен за посетители од сите меридијани. Неповторливата природа и содржајноста на милениумското творештво го вознесле во интересот и патронатот на УНЕСКО, со изразити инспиративни карактеристики.

Анализата на економската улогата и значењето на туризмот во Општината Охрид , подразбира директни и индиректни секторски влијанија. Економскиот импакт е плод на различни фактори. По својот карактер тие се определени како фактори кои делуваат во различните сфери на туристичката дејност. Од овие фактори зависи и туристичката потрошувачка во Охрид како туристичка дестинација. Анализата на туристичката потрошувачка е во тесна врска со остварените приходи во дејностите кои на непосреден и посреден начин го определуваат стопанскиот развој во целина.

Анализата на економското влијание на туризмот упатува на тоа дека резличните просторни целини или дестинации имаат и различни ефекти. Оваа различност произлегува од влијанието што го имаат определени појави и односи во различните сфери на туристичката дејност. Тоа значи дека за определување на економската улога и значење на туризмот во општина Охрид треба да се имаат предвид определени фактори. Овие фактори се јавуваат во следниве групи: емитивни; комуникативни; атрактивни; рецептивни; посреднички и организација на туризмот во Охрид како туристичка дестинација (ДМО- дестинациска менаџмент организација).

Учеството на странските ноќевања во вкупните ноќевања во општина Охрид континуирано се зголемува во периодот 2001 – 2017. Најниското учество на странците во вкупниот број ноќевања во општина Охрид било во 2001 година, во периодот на безбедносната криза, кога истото било само 5%, додека во 2017 е достигнато учество од **над 40%**. Како што се гледа од податоците во табелата, порастот на учеството не се должи само на континуираниот раст на странските ноќевања, туку и на намалувањето на домашните ноќевања во анализираниот период.

Просечната потрошувачка на странските туристи во анализираниот период повеќе флукутира од просечната потрошувачка на домашните туристи. **Во последните години просечната потрошувачка по ноќевање на странските туристи е намалена на околу 250 долари**, во споредба со 380 долари во 2008 година, што негативно влијае и на вкупните приходи. **Сепак намалената потрошувачка резултира со поголема**

конкурентност и пораст на бројот на ноќевања на странските туристи со што се генерираат и повеќе приходи од посетата на странските туристи во Охрид.

Во просек, **просечната потрошувачка по ноќевање на странските туристи е за дури 165% поголема од потрошувачката на домашните туристи по ноќевање (2,6 пати поголема)** во периодот 2000 – 2017. Во одредени периоди истата изнесувала дури 380% (близу 5 пати поголема) повеќе (2008 година) за да последните неколку години се движи помеѓу 113% и 125%.

Ако се споредат вкупните приходи од домашна и странска потрошувачка во Охрид може да се види дека во **2017 приходите од странските ноќевања достигнале повеќе од 60% во вкупното учество на остварени туристички приходи во Охрид**, споредбено со само 8,3% учество на истите во 2001 година, во периодот на безбедносната криза во Македонија. **Најголеми туристички приходи во општина Охрид биле остварени во 2014 година и тоа близу 170 милиони УСД.**

Вкупните туристички приходи во Охрид, **во периодот од 2000 до 2017 година изнесуваат 2092 милиони УСД**, од кои 931 милиони УСД се остварени на основа на странски ноќевања (45%), а 1161 милиони УСД (55%) се остварени на основа на домашни ноќевања.

Најголемо учество во БДП во нашата национална економија по основ на туристички приходи општина Охрид остварила во 2007 година со 1,70% додека очекувано најмало учество има во 2001 година од нешто над 1%. Последните неколку години учеството на туристичките приходи од општина Охрид се движи околу 1.40% од вкупниот БДП.

Во рамки на оваа студија направена е анализа и проценка на загубените приходи по основ на туристички услуги во Општина Охрид. Од осамостојувањето на Република Македонија, се до 2018 година, направена е компаративна анализа на бројот на остварени ноќевања од странски туристи и проценетите вредности на број на остварени ноќевања според прирастот на странски туристи во земјите од јужна и медитеранска европа во која е класифицирана и нашата држава. Врз основа на оваа анализа дадена е **разликата во остварените и проценетите ноќевања од странски туристи која изнесува повеќе од 11 милиони ноќевања**, но она што е поважно, анализата покажува дека она што е испуштено во овој период нема да може да се надомести во иднина, односно нема да се приближиме до тој очекуван број на ноќевања без разлика што степенот на раст на ноќевањата од странски туристи во последните години кај нас е повисок отколку во земјите од јужна и медитеранска европа. **Загубата на приходи по основ на странски ноќевања (извоз на туристички услуги) во периодот 2000 – 2018 изнесува близу 3 милијарди УСД.**

Направен и е неструктурен модел на бројот на остварени ноќевања за странски туристи. За креирање на овој модел земена е временска серија од месечни податоци на остварени ноќевања од 2013 година до крајот на 2018 година. Врз основа на анализата на креираниот модел, покажано е дека тој е валиден, а врз основа на добиениот модел направено е предвидување на идните вредности на пристигнати туристи за 2019 и 2020 година. Грешката која е направена со моделот е 3,5%, што е во рамките на ± 2 стандарни грешки. Овај модел може да се користи и во иднина се додека не настане структурна промена во серијата на остварени ноќевања од странски туристи. **Се очекува порастот на туристичките ноќевања на странските туристи во 2020 година да изнесува 12,5%.**

Основа за определување на меѓусекторските врски помеѓу различните дејности во една национална економија е инпут аутпут анализата која овозможува да се утврди колкав инпут од одреден стопански сектор е потребен за да се создаде единица аутпут од друг стопански сектор. Со инпут аутпут анализа може да се определат и коефициентите на мултипликација во одредени стопански сектори, кои понатака овозможуваат да се определи директното и индиректното влијание на секторот врз вкупната национална економија.

Од вкупниот инпут за производство на услуги во секторот хотели и ресторани, најмногу се купува од трговијата, примарниот сектор и производниот сектор. Односно, во структурата на трошоците за производство на услуги што ги даваат хотелите и рестораните, најголемо учество имаат производите што се произведуваат во секторот **Земјоделство, рибарство шумарство (14,3%), секторот Трговија на големо и Трговија на мало (14,3%), Индустијата и Останатите услуги со по 12% респективно и производите од секторот Енергија (10,1%).**

Секторот Хотели и ресторани има најголеми директни и индиректни и ефекти во националната економија, односно **коефициентот на мултипликација изнесува 2,025.** Односно **приходот од една парична единица во туризам генерира дополнителен приход од 1,052 парични единици во вкупната национална економија.** Посебно **мултипликативното влијание** на секторот хотели и ресторани се генерира **во производната индустрија, останатите услуги и трговијата.**

Во периодот од 2015 до 2017 директниот ефект од остварените ноќевања во општина Охрид изнесува 445 милиони долари, додека индиректниот ефект е 456 милиони долари. Односно, вкупниот ефект од туристичките ноќевања во општина Охрид за националната економија е над 901 милиони долари остварени приходи. На годишно ниво, директните приходи од остварените ноќевања во општина Охрид изнесува 159 милиони долари во 2017 година, додека индиректниот ефект истата година е 163 милиони УСД, или **вкупниот ефект за националната економија е повеќе од 320**

милиони УСД годишно што се реализираат по основ на остварени ноќевања во општина Охрид.

Анализата за периодот од 2015 до 2017 година покажува дека од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, градежниот сектор имал директен прилив од 2,2 милиони долари, додека индиректниот ефект се проценува на 8 милиони долари со што **вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз градежништвото е генериран приход од 10,2 милиони долари или околу 3,5 милиони УСД во просек годишно.** Може да се види дека **индиректното влијание на секторот Хотели и ресторани врз градежништвото е значително поголемо од неговото директно влијание.**

Од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, во периодот 2015 – 2017, секторот Трговија имал директен прилив од 63,6 милиони долари, додека индиректниот ефект се проценува на 82,8 милиони долари со што **вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз трговијата е генериран приход од околу 146,4 милиони долари или околу 50 милиони УСД во просек годишно.**

Анализата за периодот од 2015 до 2017 година покажува дека од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, Примарниот сектор (земјоделството) имал директен прилив од 63,6 милиони долари, додека индиректниот ефект се проценува на 84,6 милиони долари со што **вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз Земјоделството е генериран приход од околу 148,2 милиони долари или околу 50 милиони УСД во просек годишно.**

Од приходите што се остварени во туризмот во општина Охрид, во периодот 2015 – 2017, секторот Транспорт имал директен прилив од 6,7 милиони долари, додека индиректниот ефект се проценува на 20,5 милиони долари со што **вкупниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз транспортот е генериран приход од околу 27.1 милиони долари или повеќе од 9 милиони УСД во просек годишно.** Од проценетите податоци може да се види дека **индиректниот ефект на секторот Хотели и ресторани врз Транспортниот сектор е поголем од неговото директно влијание.**

Во рамки на студијата направена е и анализа на транспортот, односно влијанието на различниот тип на транспорт на туристи и порастот на остварените ноќевања во Општина Охрид. За ова истражување направена е структурна – регресиона анализа на серијата на пристигнати патници на охридскиот аеродром и серијата на остварени ноќевања од странски туристи 2017-2019. Од креираниот регресионен, но и хибриден модел, може да се заклучи дека авиосообраќајот учествува со 2/3 од вкупната варијанса на серијата. Степенот на корелација помеѓу овие две серии е 0,93, што значи многу висок и позитивен степен на корелација. Колку повеќе ќе се зголемува бројот на превезени патници преку аеродромот, толку повеќе очекуваме да се зголемува бројот на остварени ноќевања од странски туристи во Општина Охрид.

Под влијание на туризмот и користење на атрактивните вредности руралните средини бележат просторен и економски и социјален развој. Во економски поглед тие можат да се групираат на следниов начин:

- економски развој под влијание на туризмот и воспоставена туристичка препознатливост во крајбрежниот појас на Охридското Езеро;
- економски развој под влијание на туризмот во приградските населби на градот Охрид;
- економско влијание во новосоздадени туристички локалитети, со туристички имиџ и обезбедена посета на туристите и
- недоволно туристички развиени локалитети со потенцијално економско влијание .

Стопанскиот сектор (3) Хотели и ресторани е петти според остварените приходи на деловните субјекти регистрирани во општина Охрид во 2016 година, а трет според бројот на вработувања. Во овој сектор се регистриран 411 субјекти или 10% од вкупниот број деловни субјекти во Охрид, од кои 85% се објекти за подготовка на оброци и служење храна и само 15% се објекти за сместување. Најголем дел од нив се со домашна и недефинирана сопственост. Само 6 хотели и 5 ресторани во 2016 година се со странско потекло на капиталот. Хотелите се регистрирани како ДООЕЛ, ДОО и АД, додека рестораните како ДОО и ДООЕЛ. Мал дел од хотелите и рестораните се регистрирани како ТД, додека во одделот Објекти за сместување има и еден државен студентски дом.

Анализата на издадените Решенија за категоризација на угостителските објекти покажува дека на територијата на општина Охрид има вкупно **44 хотели**. Близу **50% од нив, или вкупно 21 се категоризирани со три ѕвезди**, 2 е со две ѕвезди, 19 се со четири ѕвезди и 2 се со пет ѕвезди.

Деловните субјекти во овој стопански сектор што се регистрирани во општина Охрид оствариле 6,24% од вкупните приходи што ги оствариле деловните субјекти регистрирани во општина Охрид, а вработуваат 1816 лица што е 11,9% од вкупниот број вработени во деловните субјекти регистрирани во општина Охрид. Објектите за сместување остваруваат повеќе од половина од приходите во овој сектор (56,6%) додека пак објектите за подготовка и сервис на храна вработуваат повеќе од половина во овој сектор (54,4%).

Истражувањето покажа дека **речиси 1/2 од субјектите во овој стопански сектор не покажале деловни активност**. Деловна активност во 2016 година покажале 2/3 од регистрираните објекти за сместување и само 57% од објектите за подготовка и сервирање на храна.

Според податоците од Агенцијата за вработување на Македонија во општина Охрид се регистрирани вкупно 446 невработени лица – туристички работници, угостители и

сродни дејности. Најголем дел од нив или 70% се со средно образование, 27% со вишо или високо образование, додека 2% се со основно образование, а само 1% се магистри од областа на туризмот.

Ако се направи структурна анализа според профили, тогаш 126 се водат како невработени лица туристички работници и вкупно 320 невработени лица како угостители и сродни дејности. Најголем дел од невработените туристички работници (87%), или вкупно 110 се со вишо или високо образование. Само 11 од невработените туристички работници се со средно образование, а 5 од нив се магистри од областа на туризмот.

Од друга страна пак, најголем дел од невработените во угостителските дејности се со средно образование. Дури 94% од невработените угостителски работници се со средно образование (од кои 72% се средно стручно), додека со виша се 3% и основно образование имаат 3%.

Иако често работодавачите во овој стопански сектор се жалат на недостиг на работна сила, сепак понудата на работна сила во секторот не изостанува. Причина за намалената мотивираност за работа во овој сектор може да се види во малите месечни примања. Според податоците на државниот завод за статистика, просечната плата во овој стопански сектор на национално ниво во 2016 година изнесувала 15426 денари додека во 2017 година истата бележи раст од 4.2% и изнесува 16076 денари.

Индикативно е тоа што, според пресметките врз основа на податоците од (ДЗС, 2018) повеќе од 3/4 од вработените во овој стопански сектор земаат помала плата од просечната, а само 1/4 од вработените земаат над просекот во секторот. Ако ги споредиме просечните примања со националниот просек, тогаш околу 90% од вработените во овој сектор земаат помалку од националната просечна нето плата. Исто така, платите во овој сектор се најниски во споредба со останатите услужни сектори што покажува дека овој стопански сектор е еден од најслабо платените што исто така влијае на намалената куповна сила на населението во општината.

Анализата на проценката на вкупните јавни приходи што настануваат по основ на туризам покажува континуиран раст на јавните приходи што се остваруваат во туристичкиот сектор во последните години што пред се се' должи на зголемениот раст на туристичките приходи, а мал дел и на растот на приходите од таксата за привремен престој и јавните приходи што се прибираат по основ на плати за вработени во секторот Хотели и ресторани. Проценката е дека по основ на ноќевања во Охрид се остваруваат повеќе од 500 милиони денари јавни приходи годишно (близу 10 милиони УСД) и тоа најголем дел по основ на ДДВ што го плаќаат туристите за услугите што ги користат (7-8 милиони УСД годишно). Проценката е дека по основ на данок на добивка се прибираат околу 1,5 милиони УСД годишно, а по основ на давачки за плати и такса за привремен престој се прибираат околу поповина милион УСД годишно.

Прибраните приходи по основ на Такса за привремен престој во општина Охрид, во 2018 по овој основ се зголемени за 46,8% во споредба со 2014 година. Анализата на наплатата преку пресметка на очекуваните приходи врз основа на бројот на реализирани ноќевања во општина Охрид, покажува дека јавните приходи по овој основ може значително да се зголемат ако се земе во вид дека се наплатени околу 50% од очекуваните приходи. Односно, загубите во јавните приходи во овој сектор по основ на ненаплатена Такса за привремен престој во општина Охрид, во периодот од 2014 до 2018 година се околу 87 милиони денари.

Индекс на табели:

Табела 1: Туристичка потрошувачка во општина Охрид	22
Табела 2: Учество на туристичките приходи во општина Охрид во БДП.....	24
Табела 3: Табела на претпоставени и реални вредности на пораст на ноќевањата од странски туристи во Охрид	25
Табела 4: Резултати од тестот на единечни корени за диференцираната серија.....	28
Табела 5: Корелограм на трансформираната серија на ноќевања од странски туристи	29
Табела 6: Тест на структурни промени на серијата – ноќевања странски туристи.....	30
Табела 7: Резултат од моделирањето на трансформираната серија	31
Табела 8: Корелограм на резидуалите на моделот	32
Табела 9 Предвидени вредности врз основа на моделот.....	34
Табела 10: Резултати од тестот на единечни корени за трансформираната серија на проценети вредности за ноќевања на странски туристи	34
Табела 11: Корелограм на трансформираната серија на проценети вредности на ноќевања за странски туристи.....	35
Табела 12: Модел на серијата на проценети вредности на остварени ноќевања на странски туристи	36
Табела 13: Корелограм на резидуалите на моделот	36
Табела 14: Вредности на проценетата серија за 2019 и 2020 година по месеци	37
Табела 15: Стопански дејности (шифра и наслов)	39
Табела 16: Input – output табела (агрегирани податоци по дејности)(, по тековни цени во милиони денари.....	40
Табела 17: Технички (инпут аутпут) коефициенти.....	41
Табела 18: Аутпут мултипликатор	42
Табела 19: Приходи генерирани под влијание на туристичкиот сектор во општина Охрид, во милиони УСД	43
Табела 20: Генерирани приходи во градежништво под влијание на сектор Хотели и ресторани, во милиони УСД	44
Табела 21: Генерирани приходи во Трговијата на мало и Трговијата на големо под влијание на сектор Хотели и ресторани, милиони УСД	45
Табела 22: Генерирани приходи во Примарниот стопански сектор под влијание на сектор Хотели и ресторани, милиони УСД.....	46
Табела 23: Генерирани приходи во Транспорт под влијание на сектор Хотели и ресторани, милиони УСД	47
Табела 24: Регресиона анализа на бројот на остварени ноќевања и број на превезени патници	48
Табела 25: Корелограм на резидуали за моделот	49
Табела 26: Регресиона анализа на бројот на остварени ноќевања и број на превезени патници со дополнителен автокорелационен параметар	49
Табела 27: Корелограм на резидуали за моделот	50
Табела 28: Регистрирани хотели на територијата на општина Охрид	54
Табела 29 Приходи и вработени во секторот хотели и ресторани, општина Охрид, 2016.....	56
Табела 30 Дескриптивна статистика за приходите и вработените кај сместувачките објекти и објектите за храна и сервирање на храна регистрирани во општина Охрид, 2016 година	57
Табела 31 Број на вработени во субјекти регистрирани во општина Охрид, по дејности, 2016.....	60
Табела 32 Вработени во секторот хотели и ресторани, општина Охрид, 2016.....	61

Табела 33: Преглед на невработени лица - туристички работници, и угостители и сродни, евидентирани во Агенцијата за вработување на Република Македонија / Центар за вработување, .	63
Табела 34 Просечно исплатена нето-плата по вработен, сектор Туризам, по НКД Рев.2, по месеци..	65
Табела 35 Процентни јавни приходи по основ на туризам во општина Охрид	66
Табела 36 Такса за привремен престој во општина Охрид	67

Индекс на графикони:

Графикон 1: Графички приказ на податоците за пристигнати странски туристи: проценети и реални вредности	26
Графикон 2: Графички приказ на остварени ноќевања за странски туристи: проценети и реални вредности	27
Графикон 3: Графички приказ на диференцираната серија на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид	28
Графикон 4: Графички приказ на логаритмираната и диференцирана серија на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид	29
Графикон 5: Оригинална серија на остварени ноќевања за 2019 година и предвидени вредности.....	33
Графикон 6: Предвидени вредности на оригиналната и проценетата временска серија на остварени ноќевања за странски туристи во 2019 и 2020 година.....	38
Графикон 7: Број на превезени патници на Аеродромот Апостол Павле и број на остварени ноќевања од странски туристи во Охрид.	48
Графикон 8: Вработени по сектори во општина Охрид, 2016.....	60