

ТУРИСТИЧКОТО ЗАКОНОДАВСТВО ВО МАКЕДОНИЈА

Апстракт: Целта на овој труд е да даде преглед на туристичкото законодавство во Македонија како дел од мерките и инструментите кои најчесто се преземаат при водењето туристичка политика. Поконкретно, трудот дава осврт на дел од правните прописи со кои се регулира развојот на туризмот и угостителството во Македонија, притоа осврнувајќи се на директната и специфичната регулатива. Заклучено е дека државата, независно дали води активна или пасивна улога, е најзначајниот носител на планирањето на туристичкиот развој, а со тоа и управувач на целокупниот економски раст и развој. Истовремено дадени се препораки за креирање рамнотежен и интегриран пристап помеѓу јавниот и приватниот сектор при спроведувањето туристичка политика во Македонија, особено при имплементирање на туристичкото законодавство.

Клучни зборови: *туристичко законодавство, држава, туристичко планирање, Македонија*

PETREVSKA BILJANA**TOURISM LEGISLATION IN MACEDONIA**

Abstract: This paper gives an overview on tourism legislation of Macedonia, as a part of the measures and activities which are commonly applied by tourism policy. In particular, the paper presents the legal aspects for developing tourism in Macedonia, by analysing the direct as well as the specific regulation. It is concluded that the state, regardless wheather has active of passive role, it is the most significant actor in planning tourism development, thus managing the entire economic growth and development. In the same time, the paper poses valuable recommendations for creating balanced and integral approach among public and private sector when addressing tourism policy in Macedonia, particularly when implementing tourism legislation.

Key words: *Tourism legislation; Government; Tourism planning; Macedonia*

1. Вовед

Сите земји, независно од степенот на економска развиеност, настојуваат да го развијат туризмот поради многубројните позитивни влијанија. Генерално, тој придонесува за економски раст и развој, промовирање меѓународно разбирање и мир, подобрување на животниот стандард, стимулирање на локалната трговија и индустрија, заштита на културното наследство итн. (Goeldner *et al*, 2000). Притоа, како еден од најзначајните фактори кој го дефинира и канализира туристичкиот развој е туристичката политика. Станува збор за свесна активност на државата, односно општеството во областа на туризмот, преку преземање најразлични мерки и активности за остварување на планираните цели и задачи. Спроведувањето балансирана туристичка политика која ќе е во согласност со пошироката развојна економска политика на земјата, често може да недостасува поради нејасно дефинирани развојни приоритети, цели и стратегии (Edgell, 1990; Frechtling, 2001; Goeldner & Ritchie, 2003 и 2006; Gunn, 1993; Hall, 2005; Stahl & Grisby, 1998; Williams & Shaw, 1991).

Законите за регулирање на туристичката дејност, заедно со останатите закони кои имаат допирни точки со туризмот и угостителството и индиректно влијаат на нивниот развој, претставуваат легална основа за развој, управување и функционирање на туризмот. Како дел од сеопфатниот процес на планирање на туристичкиот развој се смета и постапката на прегледување и оценување релевантни закони и регулативи или, пак, доколку тие не постојат, тогаш се пристапува кон нивно изготвување. Многу земји имаат туристичко законодавство подготвено според своите посебни потреби, но за оние кои сеуште немаат или се во фаза на нивно подготвување, Светската туристичка организација при Обединетите нации (UNWTO) нуди најразлични видови модели кои можат да послужат како насока или пример за нивно изготвување.

Овој труд поконкретно настојува да даде преглед на дел од позначајните правни прописи со кои се регулира развојот на туризмот и угостителството во Македонија. Во таа насока, трудот е структуриран во повеќе дела. По воведот, следува вториот дел кој дава краток осврт на улогата на државата во развојот на туризмот и угостителството во различни историски периоди во Македонија. Методологијата и истражувачката рамка се дефинирани во третиот дел. Анализата и дискусијата се прикажани во четвртиот дел, додека заклучокот е поместен во последниот, петти дел. Генерално, придонесот на овој труд лежи во фактот што нуди низа препораки за примена на интегриран пристап во

креирањето и спроведувањето туристичка политика во Македонија, со посебен осврт на туристичкото законодавство.

2. Улогата на државата во туристичкото планирање

За да може да се остварат зацртаните цели на раст и развој на туризмот, неминовно е сите носители на туристичката понуда да ги планираат своите активности, со цел да привлечат што поголем број туристи со постоечката понуда, но истовремено, да се грижат и за зачувување на сите ресурси преку спроведување одржлив развој на туризмот. Во тој контекст, како еден од главните носители на туристичката понуда, а со тоа и управувач на целокупниот раст и развој на туризмот, се јавува државата. Нејзината улога во туристичкото планирање е променлива, првенствено во зависност од степенот на развиеност на туризмот, но може да биде активна или пасивна. Следствено, државата може во поголема или помала мера да интервенира преку преземање различни мерки и активности. Притоа, мора да води грижа да формулира таква политика за развој на туризмот која ќе биде во согласност со глобалната развојна политика на земјата.

Активната улога на државата претпоставува намерна, свесна активност на државата во туризмот каде таа ја усвојува генералната политика за туристички развој и туристичкиот план во кој се зацртани целите, специфичните политики и развојната структура на туризмот. Истовремено, обезбедува буџет наменет за туристичка промоција и маркетинг, создава поволни услови за инвестирање во туристичкиот развој, ги донесува и спроведува законите кои го регулираат развојот на туризмот, ги подобрува и поттикнува сите видови сообраќај и презема други слични мерки. Во одредени случаи, државата може да има поспецифична развојна улога преку обезбедување дел или цела инфраструктура потребна за туристички развој, како и преку инвестирање во туристички капацитети, особено онаму каде приватниот сектор не е заинтересиран или пак се потребни огромни инвестиции.

Од друга страна, државата има пасивна улога во туристичкото планирање во случаи кога презема активности и мерки кои може да имаат влијание на туризмот, но немаат специфична намера. Притоа, таквите активности и мерки може да се категоризираат како:

- **Мандаторни акции.** Овој тип активности обично се поврзани со законодавството на земјата во целина и не се однесуваат директно на туризмот, но сепак може да влијаат на него. Едноставно, се усвојуваат мерки за општ развој на земјата, како на пример: склучување

договори за сообраќај и инвестиции кои можат да му помогнат на туризмот, но не се специјално наменети за овој сектор итн.;

- Поддржувачки акции. Овој тип акции се поврзани со мерки и активности на државата кога насочено не го поттикнува, ниту го забавува развојот на туризмот, но сепак ги презема. Пример за таков вид активност е обезбедувањето обука на вработените во туризмот.

Следствено, може да се заклучи дека улогата на државата се разликува во зависност од нивото на економска развиеност на земјата, степенот на туристичка специјализација, големината и карактерот на туристичките институции итн. Така, кога станува збор за земјите во транзиција кои имаат голем туристички потенцијал, државата мора да игра многу активна улога и да се грижи за решавање на постоечките проблеми, првенствено преку остварување одржлив развој. За таа цел, како најдобро решение се предлага спроведување туристичка политика која е ориентирана кон раст на туризмот. Истото се однесува и на помалку развиените земји, во кои приватниот сектор сè уште е слабо развиен и иновативен, отсутствува искуство, извори и можности за инвестирање, па неминовно е државата да има силна улога. На пример, државата може да донесе одлука за инвестирање и управување со хотелите, што како акција би можела да се јави како резултат на незаинтересираност или неможност на приватниот сектор за инвестирање во туристичките капацитети. Во малите туристички земји државата има многу поедноставна улога отколку во големите туристички земји, бидејќи постои полесна координација и соработка помеѓу сите чинители. Оттука, мала туристичка земја, на пример остров, може лесно и едноставно да биде управувана како една поголема корпорација. Така, за нив се препорачува да се организираат како туристичка дестинација, што би значело често идентификување и поистоветување на туристичката дестинација со туристичкиот производ. Меѓутоа, улогата на државата е многу поинаква во земјите со развиена економија. Таму, нејзината доминантна задача, генерално, се состои во воспоставување и одржување контрола во насока на создавање и спроведување успешен, во прв ред, квалитативен развој на туризмот.

За полесно да се согледа улогата на државата во туристичкото планирање во Македонија е направен ретроспективен пресек по периоди, во кои се истакнати најспецифичните карактеристики (Петревска, 2014а).

Во периодот од 1945 до 1952 година, кога во Македонија постои административен систем на управување, главно, целите и задачите на плановите се насочени кон развој на домашниот туризам. Државата има активна улога, па инвестиционата политика е насочена првенствено кон

развојот на работничко-службеничките ресторани и зголемувањето на капацитетите на државните хотели. Така, во насока на поттикнување на домашниот туризам, државата воведува одредени олеснувања во сообраќајот, одморалиштата се ослободени од даночни и други давачки, а основачите требало да ги покријат трошоците за репродукција.

Од 1953 до 1965 година, со воведување на работничкото самоуправање во Македонија, државата го регулира развојот на туризмот со самоуправна спогодба, преземајќи најразлични мерки во насока на отворање на земјата кон странство. Така, државата гради нови сместувачки капацитети; образува кадри кои ќе работат во туризмот; ја гради потребната туристичка инфраструктура; дозволува послободно формирање на цените на угостителските услуги; дава попусти на домашните туристи до 40% во сезона и 60% надвор од сезоната, а притоа дадениот попуст им го регресира на угостителските претпријатија; одобрува премии во угостителството; одобрува дотации за инвестиции во туризмот; дава даночни олеснувања и поволни заеми за унапредување на туризмот; кредитира инвестиции за унапредување на меѓународниот туристичкиот промет итн. Меѓутоа, и покрај многубројните позитивни мерки кои ги презема државата во овој период во насока на интензивирање на туристичкиот развој, сепак тој се карактеризира со отсуство на јасно дефинирана долгорочна политика. Со други зборови, се пристапувало парцијално и несинхронизирано кон решавање на проблемите, преку преземање краткорочни и спонтани мерки.

Периодот од 1966 до 1975 година е период кога туризмот во Македонија е распореден во редот на приоритетните стопански дејности. Државата почнува силно да интервенира воведувајќи даночни олеснувања за стимулирање на изградба на туристички капацитети, заеми, поволни кредити, средства од фондот за неразвиените итн.

За периодот од 1976 до 1990 година во Македонија, карактеристично е намаленото учество на државата во економијата во целина, а со тоа и во туризмот. Меѓутоа, таа и понатаму интервенира како, на пример, во сферата на: обезбедување средства за туристичко-информативна пропаганда; одобрување поволни кредити за изградба капацитети; стимулирање на девизниот прилив од странски туристи; збогатување на содржините на туристичката понуда; иницирање поинтензивна организациона поврзаност на економските субјекти во туризмот итн.

Од 1991 година до денес улогата на државата во туристичкото планирање во Македонија, значително се менува. Најнапред, во првата деценија, многубројните промени кои се случуваа во земјата

(осамостојувањето, граничните блокади, процесот на транзиција, многубројните реформи, политичката нестабилност, близината на воени конфликти, економските кризи итн.) негативно се одразија врз развојот на туризмот. Дотогашната активна улога на државата почна да се менува и да добива маргинално значење во поттикнувањето и унапредувањето на туризмот. Следствено, туризмот почна перманентно да стагнира поради дезорганизацијата, нестабилното окружување, бавноста на транзиционите процеси и отсуството на странски капитал. Дури во последните неколку години државата почнува да придава поголемо значење на туризмот, па последователно, да укажува на неговата важност во своите стратешки документи.

Така, во 2010 година државата воведува субвенции во туризмот преку финансиска поддршка за туристичките агенции кои ја промовираат Македонија со привлекување странски туристи. Целта на овој вид мерки е зголемување на бројот на странските туристи, како и на девизниот прилив од туризам. Поконкретно, овој вид субвенции е наменет за оние кои носат организирана група од најмалку 10 туристи кои ќе остварат најмалку 3 ноќевања со појадок во сите сместувачки капацитети во кои професионално се нудат угостителски услуги. Субвенционирањето се однесува и за кружните тури со организиран превоз при поаѓање и заминување на авион, автобус или воз, доколку се остварат најмалку 2 ноќевања со појадок во различни места во земјата. Имајќи предвид дека најголем дел од странските туристи се од соседните земји, субвенцијата по донесен турист од Албанија, Бугарија, Србија, Грција, Црна Гора и Босна и Херцеговина е најмала и изнесува 10 евра. Во намера да се прошири меѓународниот туристички пазар, поголеми се субвенциите од 15 евра по турист кој доаѓа од Турција, Романија, Унгарија, Словенија и Хрватска. Најмногу се субвенционираат туристи кои доаѓаат од други земји, со 20 евра по турист. Ваков вид програми за субвенционирање на туризмот одамна успешно се спроведуваат во другите земји од соседството.

Од сферата на фискалните мерки, направени се одредени реформи во даночниот систем преку разни олеснувања, првенствено во процесот на привлекување странски инвестиции. Како последица на светската економска криза во 2009 година голем број држави ги намалија даночните стапки за хотелските и ресторанските услуги што беше случај и со Македонија кога во 2010 година, стапката на ДДВ се намали од 18% на 5%.

Како позитивни примери се набројуваат сите мерки и активности кои државата, преку своите одговорни институции, ги презема за подобрување

на состојбата на туристичките и културните локалитети и споменици, туристичката опрема, одредувањето и заштитата на правците и патеките од интерес на туризмот, поставувањето соодветна туристичка сигнализација и слично. Истовремено, државата субвенционира разни туристички манифестации и бизнис форуми кои се во интерес на поттикнување и унапредување на туризмот. Таквите настани најчесто се одржуваат од страна на туристичкото стопанство, а бидејќи често се случува да немаат доволно сопствени финансиски средства се бара поддршка од државата. Поаѓајќи од фактот дека туризмот има голем придонес кон развојот, не само на економијата на земјата во целина, туку и на локално ниво, сосема е извесно зошто државната интервенција е и тука присутна. Така, 80% од данокот за привремен престој на туристите останува во единиците на локална самоуправа, што претставува солидна основа за унапредување на туризмот на локално ниво.

3. Методологија

Трудот настојува да ги исполни следните цели:

- (а) Да ја појасни улогата на државата во туристичкото планирање на Македонија;
- (б) Да даде приказ на дел од правните прописи со кои се регулира развојот на туризмот и угостителството во Македонија;
- (в) Да даде препораки за креирање рамнотежен и интегриран пристап при спроведувањето туристичка политика во Македонија, особено при имплементирање на туристичкото законодавство.

Во насока на остварување на поставените цели, во трудот е применет квалитативен пристап на истражување. Врз основа на методот на анализа, извлечени се заклучоци за дел од мерките и инструментите на туристичката политика кои се применуваат од страна на сите учесници, во насока на реализирање на зацртаните цели. Притоа, акцентот е ставен единствено на првата група од генералната поделба на мерките и инструментите на туристичката политика, каде што покрај туристичкото законодавство постојат и административни инструменти, економски инструменти и договори и спогодби (Петревска, 2014б). Така, примарно внимание е посветено на туристичкото законодавство кое може да се разгледува како:

- Директно туристичко законодавство. Ги опфаќа правните прописи кои на директен начин го регулираат развојот на туризмот и угостителството (Уставни одредби, општи закони и посебни закони);
- Специфична регулатива поврзана со туризмот. Опфаќа многубројни

подзаконски акти кои поконкретно дефинираат одделни аспекти неминовни за функционирање и развој на туризмот и угостителството (правилници, критериуми, разни стандарди за основање хотели, ресторани, патнички агенции, туристички водичи, категоризација на сместувачките капацитети и слично).

4. Анализа и дискусија

Во Македонија развојот на туризмот и угостителството е регулиран со директно туристичко законодавство и со специфична регулатива поврзана со туризмот. Притоа, генерално улогата на државата е да ја формулира среднорочната и долгорочната политика за развој на туризмот. Поконкретно, во нејзин мандат е да донесе и да се грижи за спроведување детални планови за развој на туризмот, да поттикне и да се грижи за регулирање на активностите во туризмот и угостителството, да го регулира лиценцирањето и категоризирањето, да врши надзор на исполнувањата на квалитетот, да обезбеди остварување на целите на туристичкиот развој итн.

4.1. Директно туристичко законодавство

Како дел од активната улога на државата во туристичкото планирање на развојот на туризмот во Македонија претставува донесувањето и грижата за почитување на директното туристичко законодавство. Генерално, тоа претпочита постоење правни прописи кои го регулираат развојот на туризмот и угостителството.

Најпрво, во Уставот на Македонија наведени се повеќе членови со кои се регулираат одредени прашања кои имаат допирна точка со туризмот и угостителството. Така, како темелни вредност на уставниот поредок на Македонија се наведува „... заштитата и унапредувањето на животната средина ...“ (Устав на РМ, чл. 8) која е неминовен услов за постоење и развој на туризмот. Во тој контекст е и „... секој има право на здрава животна средина ...“ (Устав на РМ, чл. 43). Понатаму, во највисокиот акт на Македонија се наведува дека „... Републиката им ја гарантира заштитата на етничкиот, културниот, јазичниот и верскиот идентитет на националностите...“ (Устав на РМ, чл. 48) и дека „... Републиката гарантира заштита, унапредување и збогатување на историското и уметничкото богатство...“ (Устав на РМ, чл. 56). Токму во овие членови се пронаоѓа врската со туризмот, кој претставува мултидимензионален феномен кој почива на мултикултурализам предизвикувајќи социокултурни влијанија.

Истовремено, во Македонија постојат низа општи и посебни закони

со кои се определува политиката за развој и унапредување на туризмот и угостителството, туристичката организациона структура, задачите и изворите на финансирање и други базични прашања. Притоа, во оваа група спаѓаат:

- Законот за туристичката дејност (Службен весник на Република Македонија бр. 62/04, 89/08, 12/09, 17/11, 47/11, 53/11 и 123/12). Со овој Закон се уредуваат условите и начинот на вршење на туристичката дејност. Поконкретно, се уредуваат прашањата за вршителите на туристичката дејност, условите и начините за вршење на туристичката дејност, надзорот над спроведување на работите од областа на туризмот, како и казнените одредби во случај на прекршоци;
- Законот за угостителската дејност (Службен весник на Република Македонија бр. 62/04, 89/08, 115/10, 53/11 и 141/12). Со овој Закон се уредуваат условите и начинот на вршење на угостителската дејност. Поконкретно, се уредуваат прашањата за вршителите на угостителската дејност, условите и начините за вршење на угостителската дејност, должностите на угостителот при вршењето на дејноста, давањето други угостителски услуги, давањето угостителски услуги на нудисти, надзорот над спроведување на работите од областа на угостителството, како и казнените одредби во случај на прекршоци;
- Законот за основање Агенција за промоција и поддршка на туризмот на Република Македонија (Службен весник на Република Македонија бр. 103/08, 156/10, 59/12, 187/13 и 41/14). Со овој Закон се уредуваат надлежностите, организацијата и работењето на Агенцијата. Поконкретно, се уредуваат прашања за правниот статус, принципите на работењето, средствата за основање и вршење на работите, органите на работење, како и надлежностите за промовирање и субвенционирање на странскиот туристички промет;
- Законот за таксата за привремен престој (Службен весник на Република Македонија бр. 19/96, 26/02, 51/03, 88/08 и 17/11). Со овој Закон се уредува начинот на плаќање на таксата и намената на средствата добиени од таксата. Овој Закон е особено важен, бидејќи од него произлегуваат обврските за изготвување на годишната програма за општа туристичка и информативна дејност, како и за подобрување на условите за престој на туристите. Воедно, со него се регулира распределбата на туристичките приходи, од кои 20% се приход на буџетот на Р. Македонија, а 80% им се отстапува на

- единиците на локална самоуправа каде што е остварен приходот;
- Законот за туристички развојни зони (Службен весник на Република Македонија бр. 141/12). Со овој Закон се уредуваат погодностите за инвестирање во туристичките развојни зони, постапката за отуѓување на градежното земјиште, начинот и постапката за основањето, развојот и дејностите кои се вршат во туристичките развојни зони. Поконкретно, целта на овој закон е подобрување на туристичката понуда, привлекување нови инвестиции и промоција на Македонија како атрактивна туристичка дестинација. Првично се опфатени осум локации во Струшко, Преспанско, Дојранско и Охридско;
 - Законот за автокампови (Службен весник на Република Македонија бр. 13/13). Со овој Закон се уредуваат начинот и постапката за основање на автокамп, постапката за отуѓување на градежното земјиште наменето за автокамп, условите кои треба да ги исполнат корисниците на автокамповите, како и други прашања поврзани со автокамповите. Целта на овој Закон е развој на туризмот со привлекување странски и домашен капитал за формирање на автокампови.

Од прикажаното се забележува дека споменатите закони од моментот на донесување имаат претрпено многубројни измени и дополнувања. Тоа говори дека државата се грижи не само за донесување, туку и за преиспитување на предложените законски решенија, како и за евентуални измени и дополнувања во основните и посебните туристички закони.

4.2. Специфична регулатива поврзана со туризмот

Покрај основните закони, како дел од туристичката легислатива се и подзаконските акти, од кои може да се споменат:

- Правилник за минимално-техничките услови на објектите за вршење на туристичка дејност;
- Правилник за минимално-техничките услови за вршење на угостителската дејност;
- Правилник за услови за категоризација на објектите за вршење угостителска дејност;
- Правилник за формата, содржината и начинот на водење на регистарот на физичките лица кои вршат угостителска дејност од мал обем;
- Правилник за формата, содржината и начинот на водење на регистарот на категоризирани угостителски објекти;
- Правилник за формата и содржината на образецот на лиценцата

- за вршење угостителска дејност во ноќен бар, кабаре, диско клуб и диско клуб на отворено и начинот на издавање и одземање на лиценцата;
- Правилник за формата и содржината на образецот на уверението за туристички водич;
 - Правилник за формата и содржината на образецот на легитимацијата за туристички придружник;
 - Правилник за формата и содржината на образецот на легитимацијата за туристички водич;
 - Правилник за формата, содржината и начинот на водење на регистарот на физичките лица кои вршат туристичка дејност од мал обем;
 - Правилник за формата и содржината на образецот на лиценцата А, Б и В за вршење на туристичка дејност;
 - Правилник за формата, содржината и начинот на водење на регистарот на туристички агенции;
 - Правилник за формата и содржината на образецот на пријавата за утврдување на часот на започнувањето на работното време и распоредот на работното време;
 - Правилник за поблиските барања по однос на стручната подготовка и основните знаења за безбедност на храната, програма за стекнување на основните знаења за безбедност на храната, условите кои треба да ги исполнат правните и физичките лица кои спроведуваат обуки за основните знаења за безбедност на храната, во согласност со правилата за добра хигиенска пракса, заштита на животната средина, начинот на проверката на знаењата и издавањето потврди за стекнати основни знаења за безбедност на храната;
 - Правилник за начинот, видот и висината на субвенциите итн.

Целта на донесувањето на подзаконските акти, генерално, значи придонес во осовременување на работењето на сите субјекти кои се активни во туризмот и угостителството, а воедно и обезбедување поквалитетен приод во работењето. Тоа се настојува да се оствари првенствено преку воведување посовремена концепција, привлекување поголем број туристи, поадекватно задоволување на туристичките барања и желби и слично. Истовремено, подобреното туристичко законодавство значи зголемени квантитативни и квалитативни резултати, како кај одделни носители на туристичката понуда, така и на ниво на целата заедница.

Заклучок

Трудот има за цел да даде преглед на туристичкото законодавство во Македонија како дел од мерките и инструментите кои најчесто се преземаат при водењето туристичка политика. Притоа, дадена е кратка ретроспектива за улогата на државата во туристичкото планирање во периодот од 1956 година, па наваму. Се заклучува дека, генерално, во Македонија државата интервенира во случаи кога е потребна поддршка за одредени проекти на одделни носители на туристичката понуда, независно дали тоа се однесува на национално или локално ниво. На национално ниво, државата во прва мерка интервенира преку Секторот за туризам и угостителство при Министерството за економија, како и преку Агенцијата за промоција и поддршка на туризмот, како и преку други тела задолжени за развој на туризмот. Притоа, интервенцијата ја прави преку преземање различни мерки и активности како во сферата на законодавството, така и во сферата на економскиот и општествениот развој (преземање фискални и монетарни мерки; иницирање институционална координација; зајакнување на човечките капацитети итн.). Меѓутоа, погрешен е заклучокот дека донесувањето основни туристички закони и подзаконски акти, само по себе, значи решавање на многуте проблеми од сферата на туризмот и угостителството, иако, од друга страна, навистина тие нудат можности за приближување кон современите туристички пазари. Воедно, погрешно е да се заклучи дека со донесувањето на туристичката легислатива завршува улогата на државата. Напротив, во нејзини ингеренции е и грижата за нејзиното почитување, како и потребата од осовременување, надградување и надополнување на постоечкото туристичко законодавство.

Понатаму, од дескриптивната анализа во трудот се заклучува дека во Македонија постои и понатаму потреба од државна интервенција во сферата на туризмот. Единствено треба да се напомене дека помеѓу активностите на различните субјекти кои се јавуваат како носители на туристичката понуда, треба да постои рамнотежа и да се применува интегриран пристап во спроведувањето на туристичкото планирање. Оттука, доколку не постои рамнотежа помеѓу јавниот и приватниот сектор не може да се очекува остварување максимални позитивни резултати во развојот на туризмот и угостителството.

Истовремено, трудот укажува дека во сферата на туристичкото законодавство, државата интервенира во моменти кога ќе согледа дека е потребна негова модификација и унапредување. Така, во Македонија се настојува да се покренат дополнителни иницијативи за:

- Изнаоѓање нови законски решенија за заокружување на процесот на користење туристичка такса и вклучување на угостителските објекти во неа;
- Изнаоѓање издржани критериуми за пратење на туристичкиот промет;
- Доизградба, односно примена на критериуми за регулирање на категоризацијата на туристичките сместувачки објекти како предуслов за развој на алтернативните форми туризам;
- Изработка на критериуми за подетално дефинирање на стручноста и условите за вршење туристичко-водичка служба;
- Лиценцирање на туристичките агенции и воспоставување ингеренции кои би можеле да бидат во функција на такви законски решенија и слично.

Притоа, треба да се напомене дека целокупното туристичко законодавство мора да биде внимателно подготвено, водејќи грижа за одделните потреби на земјата. Останатите закони, кои имаат директно или индиректно влијание врз развојот на туризмот, потребно е да бидат претпазливо разработени со цел да бидат комплементарни со целокупното туристичко законодавство. Овде во прв ред се мисли на постоењето добра законска рамка за просторно планирање, заштита на животната средина, гарантирање безбедност и сигурност на посетителите и заштита на нивното здравје, закони со кои ќе се заштити природното, но и антропогеното културно наследство итн. Доколку постои таква законска рамка, значи дека се создадени сите предуслови за непречен развој на туризмот, што сè уште не е случај со Македонија.

Користена литература

Edgell, D. L. (1990). *International tourism policy*, New York: Van Nostrand Reinhold.

Frechtling, D. C. (2001). *Forecasting Tourism Demand: Methods and Strategies*, Butterworth-Heinemann.

Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. & McIntosh, R., W. (2000). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons.

Goeldner, C. R. and Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (9th ed.). New York; Chichester: Wiley.

Goeldner, Charles R. & Brent Ritchie, J. R. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons Inc., New Jersey.

Gunn, C. A. (1993). *Tourism Planning – Basics, Concepts, Cases*. Taylor & Francis, 3ed, Washington.

Hall, M. C. (2005). The Future of Tourism Research, in B. Ritchie et al.

(Ed.) *Tourism Research Methods: Integrating Theory with Practice*, (pp. 221-231), CABI Publishing.

Петревска, Б. (2014а). *Туристичко планирање*. ЕДНОТЕРА – Скопје.

Петревска, Б. (2014б). *Економика на угостителство и туризам*.

УГД – Штип.

Stahl, M. & Grisby, D. W. (1998). *Strategic Management for Decision Making*. Butterworth/Heinemann, Oxford.

Williams, A. & Shaw, G. (1991). *Tourism and Economic Development*. Belhaven Press, London – New York.