



ISCTBL 2020
INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

**Универзитет „Гоце Делчев“ –
Штип**

**Goce Delchev University
Shtip**

**Факултет за туризам и бизнис
логистика**

**Faculty of Tourism and
Business Logistics**

**Трета Меѓународна Научна Конференција
Third International Scientific Conference**

**ПРЕДИЗВИЦИТЕ ВО ТУРИЗМОТ И БИЗНИС
ЛОГИСТИКАТА ВО 21 ВЕК
CHALLENGES OF TOURISM AND BUSINESS
LOGISTICS IN THE 21ST CENTURY**

**ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ
CONFERENCE PROCEEDINGS**



ISCTBL 2020
INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE



**Универзитет „Гоце Делчев“ –
ШТИП**

**Goce Delcev University
Shtip**

**Факултет за туризам и бизнис
логистика**

**Faculty of Tourism and
Business Logistics**

**Трета Меѓународна Научна Конференција
Third International Scientific Conference**

**ПРЕДИЗВИЦИТЕ ВО ТУРИЗМОТ И БИЗНИС
ЛОГИСТИКАТА ВО 21 ВЕК
CHALLENGES OF TOURISM AND BUSINESS
LOGISTICS IN THE 21ST CENTURY**

**ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ
CONFERENCE PROCEEDINGS**

13 ноември 2020 г / November 13, 2020

Издавач:

Факултет за туризам и бизнис логистика
Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип
Крсте Мисирков, 10-А, 201, 2000, Штип, РС Македонија
Тел: +389 32 550 350
www.ftbl.ugd.edu.mk
www.ugd.edu.mk

За издавачот:

д-р Татјана Бошков, декан

Организатор на конференцијата:

Факултет за туризам и бизнис логистика

Publisher:

Faculty of Tourism and Business Logistics
Goce Delchev University of Shtip
“Krste Misirkov” no.10-A P.O. Box 201 Shtip 2000, North Macedonia
Tel: +389 32 550 350
www.ftbl.ugd.edu.mk
www.ugd.edu.mk

For the Publisher:

Tatjana Boshkov, Ph.D. – Dean

Conference Organizer:

Faculty of Tourism and Business Logistics

CIP - Каталогизација во публикација
Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

338.48(497.7)(062)

INTERNATIONAL scientific conference Challenges of tourism and business logistics in the 21st century (3 ; 2020 ; Stip)

Challenges of tourism and business logistics in the 21st century
[Електронски извор] / The 3th international scientific conference,
September 13 th , 2020, Republic of North Macedonia. - Stip : Goce
Delcev University of Stip, Faculty of tourism and business logistics,
2020

Начин на пристапување (URL): <https://e-lib.ugd.edu.mk/zbornici.html>. -
Текст во PDF формат, содржи 435 стр., илустр. - Наслов преземен од
екранот. - Опис на изворот на ден 22.11.2020. - Фусноти кон текстот. -
Библиографија кон трудовите

ISBN 978-608-244-779-7

а) Туризам -- Економски прилики -- Македонија -- Собири

COBISS.MK-ID 52738053

Contents

ПРЕДГОВОР.....	10
PREFACE	12
СЕСИЈА: БИЗНИС ЛОГИСТИКА И БИЗНИС АДМИНИСТРАЦИЈА.....	17
SESSION: BUSINESS LOGISTICS & BUSINESS ADMINISTRATION.....	17
THE IMPACT OF DIGITAL FINANCE AND FINTECH ON FINANCIAL INCLUSION AND THE EMERGENCE OF DFS PROVIDERS	19
Tatjana Boshkov;Dushko Joshevski	19
MONETARY POLICY EFFECTIVENESS, AND SOME EXPLANATIONS OF UNEMPLOYMENT, FAIR WAGES AND FAIR PRICES IN A GENERAL EQUILIBRIUM SETTING	26
Dushko Joshevski; Tatjana Boshkov	26
LABOR MARKET POLICIES IN BULGARIA DURING THE EMERGENCY EPIDEMIOLOGICAL SITUATION.....	54
Tatyana Dimitrova.; Slavi Dimitrov.....	54
ЧОВЕЧКИОТ КАПИТАЛ – ФАКТОР ЗА ГРАДЕЊЕ КОНКУРЕНТСКА КОМПАНИСКА ПРЕДНОСТ.....	64
Драшко Атанасоски; Емануела Есмерова.....	64
МЕНАЏМЕНТОТ НА ЗНАЕЊЕ ВО МОДЕРНАТА ЕКОНОМИЈА	72
Емануела Есмерова ; Драшко Атанасоски.....	72
COMPONENTS OF CUSTOMER BASED BRAND EQUITY.....	79
Ventsislava Nikolova-Minkova	79
INTELLECTUAL PROPERTY IN DIGITAL ENVIRONMENT	89
Svetla Panayotova; Ventsislava Nikolova-Minkova.....	89
ВЛИЈАНИЕТО НА СОВРЕМЕНИТЕ ЛОГИСТИЧКИ ТРЕНДОВИ ВО ПОЛЕТО НА ЕКОНОМИЈАТА.....	100
Гордан Јанкуловски	100
DIGITAL MARKETING AND ITS IMPORTANCE DURING THE PANDEMIC.....	111
Natasha Miteva; Dushica Popova ; Aco Kuzelov.....	111
EMPOWERMENT OF WOMEN: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE MODERN WORLD.....	119
Aneta Stojanovska-Stefanova; Marija Magdinceva-Sopova; Hristina Runcheva Tasev	119
A MODERN APPROACH TO PROCESS MANAGEMENT WITHIN THE MACEDONIAN INSURANCE COMPANY	131
Елизабета Митрева; Горан Стојановски	131
THE IMPACT OF PRICE MANAGEMENT ON BUSINESS OPERATION OF THE ENTERPRISE: THEORETICAL ASPECT.....	145

Snezana Bardarova; Mimoza Serafimova.....	145
OVERVIEW OF NEOBANKS MODEL AND ITS IMPLICATIONS FOR TRADITIONAL BANKING.	156
Zoran Temelkov.....	156
ГОЛЕМАТА РЕЦЕСИЈА 2007-2009 ВО САД.....	166
Љупчо Давчев; Александар Давчев	166
МОНЕТАРНАТА ПОЛИТИКА ВО СЛУЧАЈОТ НА ГОЛЕМАТА РЕЦЕСИЈА 2007-2009 ПРЕКУ ПРИМЕРОТ НА ФЕДЕРАЛНИТЕ РЕЗЕРВИ НА САД И ЕВРОПСКАТА ЦЕНТРАЛНА БАНКА	175
Александар Давчев; Љупчо Давчев	175
СЕСИЈА: ТУРИЗАМ, УГОСТИТЕЛСТВО И ГАСТРОНОМИЈА.....	184
SESSION: TOURISM, HOSPITALITY & GASTRONOMY	184
RURAL TOURISM IN VOJVODINA?	185
Drago Cvijanović; Tamara Gajić; Dejan Sekulić	185
PA-BAT METHODOLOGY IN ESTIMATING ECOSYSTEM SERVICES (Case study: ES-Nature based tourism at the Biosphere Reserve “Golija Studenica”)	196
Milica Luković	196
АНАЛИЗА НА ИНДИКАТОРИТЕ ЗА РАЗВОЈ НА УРБАНИОТ ТУРИЗАМ НА РЕПУБЛИКА С. МАКЕДОНИЈА НИЗ ПРИЗМАТА НА ПЛАНСКИТЕ РЕГИОНИ... 205	
Дарко Мајхошев, Цане Котески.....	205
СОЦИЈАЛЕН ТУРИЗАМ НАСПРОТИ СОЦИЈАЛНИТЕ ФУНКЦИИ НА ТУРИЗМОТ	218
Николчо Петров; Златко Јаковлев; Цане Котески	218
FINANCIAL PERFORMANCE MEASURING OF A HOTEL COMPANY - CASE STUDY	228
Marko Milašinović; Aleksandra Mitrović; Stefan Milojević	228
РАЗГЛЕДНИЦИ ЗА ОХРИД ПЕЧАТЕНИ ВО СОЦИЈАЛИЗМОТ И НИВНАТА УЛОГА ВО ПРОМОЦИЈА НА ТУРИЗМОТ.....	235
Никола В. Димитров	235
ВЛИЈАНИЕ НА ПЛАНИНСКИОТ ТУРИЗАМ ВРЗ ТУРИСТИЧКИОТ ПРОМЕТ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	248
Ана Здравковска-Илиевска, Илија Закоски	248
КУЛТУРНИ И ВЕРСКИ СОДРЖИНИ ВО ТУРИЗМОТ НА ЛЕШОЧКИОТ МАНАСТИР	256
Илија Закоски	256
EUROPEAN CAPITALS OF CULTURE: CASE STUDY – ATHENS	266
Marija Lakićević; Danijela Pantović; Vladan Petrović	266

STATISTICAL ANALYSIS OF TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS IN CROATIA DURING THE SARS-CoV-2 PANDEMIC	273
Cvetan Kovač; Ana Šijaković	273
PERSPECTIVE AND PROBLEMS OF CYCLING TOURISM IN NORTH CROATIA ..	284
Nikola Medved; Ana Maria Gavrić; Lea Vukojević	284
GASTRO EVENTS, AN IMPORTANT FACTOR FOR PRESERVATION OF CULTURE, TRADITION AND REGIONAL DEVELOPMENT - CASE STUDY OF ŠUMADIJA DISTRICT	294
Dragan Tezanovik; Sanja Filipovik; Maja Banjak	294
TOURISM IN COVID-19 PANDEMIC IN NORTH MACEDONIA: EXPERIENCES AND PERSPECTIVES.....	305
Goran Kitevski; Dejan Iliev.....	305
SUSTAINABLE TOURISM AND UNESCO STATUS BENEFITS: PERCEPTIONS OF RESIDENTS OF OHRID.....	315
Biljana Petrevska; Cvetko Andreeski; Tanja Mihalič	315
ПРИДОБИВКИ ОД ПРИМЕНАТА НА СТАНДАРДИ ОД ОБЛАСТА НА ТУРИЗМОТ ВО С. МАКЕДОНИЈА	325
Велибор Тасевски; Џеват Кицара; Ана М. Лазаревска	325
ИНТЕРЕС НА СТУДЕНТИТЕ ЗА ВКЛУЧУВАЊЕ ВО АКТИВНОСТИ НА ОТВОРЕНО	335
Деспина Сивевска; Билјана Попеска; Цветанка Ристова Магловска.....	335
МОТИВСКИТЕ ФАКТОРИ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ДВИЖЕЊА НА ДОМАШНИТЕ ТУРИСТИ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	344
Давид Трајковски.....	344
ЕНЕРГЕТСКИ РАЗЛИКИ ПОМЕЃУ РАЗЛИЧНИ ВИДОВИ НА САЛАТИ	356
Дарко Андроников; Мерита Умети Лесковица; Ацо Кузелов	356
ОПШТИНА БЕРОВО, АТРАКТИВНА ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА ЗА СПЕЦИФИЧНИ ВИДОВИ ТУРИЗАМ	363
Тања Ангелкова Петкова; Владимир Китанов.....	363
ИНОВАЦИИТЕ ВО ТУРИЗМОТ И УГОСТИТЕЛСТВОТО	371
Владимир Китанов, Тања Ангелкова Петкова.....	371
КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЈА, МОДЕЛИРАЊЕ И МЕНАЏМЕНТ НА ПРОЦЕСОТ НА УЧЕЊЕ И ЗНАЕЊЕ ВО ТУРИСТИЧКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ	381
Бранко Николовски	381
COMPUTERIZED BOOKING SYSTEMS: ICT READINESS CONTEXT FOR BALKAN COUNTRIES	392
Žarko Rađenović.....	392

DIGITAL TOURISM.....	401
Dragan Vojinović ^[1] ; Boris Brezo ^[2] ;	401
PREVALLA-BALKAN’S PEARL.....	411
<i>Naser Bresa^[1], Cane Kotecki^[2], Zlatko Jakovlev^[3]</i>	411
КУЛТУРНА ДИПЛОМАТИЈА И КУЛТУРЕН ТУРИЗАМ ЗА ВРЕМЕ НА СВЕТСКА ПАНДЕМИЈА	417
Васко Шутаров ^[1] Abstract	417
INTERNATIONAL TOURISM AND POLITICS	428
Dimitar Dimitrov	428

УДК 338.487:659.13]:656.881.1(497.771)
656.881.1(497.771)“1945/1991”

РАЗГЛЕДНИЦИ ЗА ОХРИД ПЕЧАТЕНИ ВО СОЦИЈАЛИЗМОТ И НИВНАТА УЛОГА ВО ПРОМОЦИЈА НА ТУРИЗМОТ

Никола В. Димитров¹

Abstract

The postcard is a powerful medium in which people openly and naively believe under the slogan - "one picture is worth a thousand words". The main reason for writing the paper is to research and identify the impact of postcards in promoting tourism. The purpose of the paper are postcards about Ohrid and the immediate surroundings that have not been the subject of research so far and were printed in the socialist period (1945-1991). The following results were identified with the method of theoretical analysis of a large number of postcards: postcards were the main means of visual - media communication between people; postcards were the main means of tourist promotion of Ohrid and the region as a natural and cultural world heritage protected by UNESCO; postcards are an important and indispensable tool in the history of tourism of the city and the region, and the postcards were a proven promoter of Ohrid and the immediate surroundings as a popular tourist destination with continuous growth of tourism in SR Macedonia, SFR Yugoslavia and beyond.

Keywords: *postcards, Ohrid, socialism, tourism, promotion, UNESCO*

ЈЕЛ класификација: Z3; Z32

Вовед

На моќта на фотографијата лежи и фактот дека луѓето често несомнено веруваат во реалното и сликата ја доживуваат како реалност, под слоганот на старата кинеска поговорка дека „сликата вреди илјада зборови“ и честопати не се свесни за нејзината манипулативна природа. Притоа, нејзината моќ е одлично да разбудат емоции кај луѓето. (Vujić i Stojanović, 2014., 126). Во конкретниот случај значењето на фотографијата пренесена во разгледницата е условена од културата, идеологијата, знаењето, искуството и професионалните практики на фотографот и уредниците. Според тоа, фотографиите се неопходни за давање на точни информации за јавноста, да им се помогне на сите, без оглед на возраст, за подобро да ги разберат темите за кои се дискутира во јавноста (Nikšić i Davićo, 2004., 156), во конкретниот случај точни информации дадени за јавноста за туристичкото место Охрид. Важна придобивка во развојот на туризмот има и социјализмот како општествено уредување кое преку разни закони, мерки и други акти овозможи масовност на туризмот, односно учество на широката работничка класа (Grandits & Karin 2013.; Duda, 2013, 55-87).

¹Dr. Nikola V. Dimitrov, Full Professor, Faculty of tourism and business logistics – Gevgelia, University Goce Delčev – Štip, Krste Misirkov bb, 2000 Štip, Republic North of Macedonia, +38932550351 +38976462745, nikola.dimitrov@ugd.edu.mk /// Д-р. Никола В. Димитров, редовен професор, Факултет за туризам и бизнис логистика – Гевгелија, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Крсте Мисирков бб, 2000 Штип, Р.С. Македонија, +38932550351 +38976462745, nikola.dimitrov@ugd.edu.mk

На многу места на територијата на Социјалистичка Република Македонија во сопственост на државата – републиката, општините, фабриките, други работнички претпријатија, работните организации од угостителско – туристичкиот сектор, разни општествено корисни организации, друштва – здруженија и слично, се изградија хотели, бањи, одморалишта, домови, камп населби, преноќишта, а во текот на осудесеттите години во приватна и државна сопственост масовно се градат викендици и викенд населби покрај езера, на планина, во познати излетнички места, во близина на поголемите градови и слично. Резимирано во периодот на работничкото самоуправување од 1953 до 1990 година, туризмот и угостителството во Социјалистичка Република Македонија постојано бележи нагорна линија и доживува кулминација, која до денес не е надмината. За ова говорат бројките на постојано зголемување на бројот на туристи и ноќевања (домашни и странски), зголемениот туристички профит во целост за Републиката и посебно во Охрид. Во функција на промоција на туризмот важно место завземаат фотографиите употребени во разгледниците. Во конкретниот случај за изработка на трудот консултираме 180 разгледници кои во времето на социјализмот биле важен јавен извор на информација за промоција на одредено место, односно за промоција на Охрид. Во трудот како слики ги прикажуваме само разгледниците кои лично се купени и добиени по пошта.

Развојот на туризмот во епохата на социјализмот, односно епохата на Социјалистичка Република Македонија, една од шестте федерални единици на СФР Југославија, може да се подели во два периода: административен период и период на работничко самоуправување.

- Административниот период траел од 1945 до 1952 година. Во овој период државата се обидува да ја развива здравствено – рекреативната и културно – воспитна функција на туризмот. Финансискиот ефект на туризмот за државата во овој период бил многу мал и се развивал само домашниот туризам. Во 1950 година во СРМ се регистрирани 311.000 посетители, 495.000 ноќевања, просечен престој од 1,6 дена. Во Охрид се регистрирани над 20.000 посетители, 6.000 ноќевања и просечен престој од околу 3 дена. (Милески, 1970., Каранфиловски, 1972.; Башески, 1976., Панов, 1996.; Мариноски, 2012.; Стојмилов и Тошевска, 2016., ; Димитров, 2017.; Петревска и Нога, 2016,2017,2020.; Државен завод за статистика на СФРЈ)

- Период на работничко самоуправување траел од 1953 до 1990 година. Во овој период во СРМ домашниот туризам веќе е поставен врз економската основа и започнува да се посветува внимание и на развојот на странскиот туризам. Како изминувале годините се повеќе се вложувало во развојот на туризмот и така се зголемувал и туристичкиот промет. Најголем промет на туризмот во СРМ е забележан помеѓу 1980 – 1990 година, односно во 1987 година со максимални бројки од 1.183.000 туристи, 3.978.000 ноќевања и просечниот престој на туристите од 3,3 дена. Во Охрид максималната посетеност достигнува над 260.000 туристи и над 1.500.000 ноќевања со просек од 5,8 дена. (Панов, 1996.; Мариноски, 2012.; Стојмилов и Тошевска, 2016., ; Димитров, 2017.; Петревска и Нога, 2016.,2017., 2020.; Државен завод за статистика на СФРЈ и Републички завод за статистика на СРМ)

Општо за разгледниците

Разгледница е илустровано правоаголно парче дебела хартија или тенок картон наменет за пишување и испраќање по пошта без плик. Разгледниците се лесен и брз начин за поединците да комуницираат. Разгледниците имаат уметничка вредност бидејќи нудат уметничка репродукција на пејзажот, а нарочито на слики на градови како туристички сувенири. Во зависност која литература се користи, историјата на истите се разликува, но сепак, има и додирни точки кои во целиот свет се приближно исти. Најраната позната рачно изработена разгледница е „Пени Пенати“ испратена на 14 јули 1840 година од Фулам до Лондон (Англија) (https://en.wikipedia.org/wiki/Penny_Penates, превземено 10. јуни 2020.). Официјално креирана првата разгледница позната како Correspondenz-Kart почна да се печати на 01.10.1869 година. (Најдов, 2014, xii-xiii). Во Македонија прв фотограф бил Хади Косте од Велес, податок забележан во 1855 година (Ноневски, 2014, 12), први познати фотографии во 1858 и 1861 година (Ноневски, 14-17), прво познато фотоателје регистрирано во 1868 г. (Ноневски, 2014, 18, Димитров, 2014, 36). Во Битола први разгледници се појавуваат во 1898 година. (Најдов, 2014, 6). Стандардна димензија на разгледниците е 9x14 см (ширина x должина), но има други димензии (Најдов, 2014, xi). Најчесто разгледниците се квадратни, но подоцна се јавуваат и кружни разгледници и со други неправилни облици (ромб, елипса, шестоагоник и сл.). Deltology е официјалното име за изучување и колекционирање разгледници, и едно од трите поголеми колекционерски хоби во светот по филателија и нумизматка. (<https://en.wikipedia.org/wiki/Deltiology>, превземено 10. јуни.2020.)

Разгледниците се печатат во серија од повеќе стотици или илјадници примероци. Разгледниците припаѓаат во групата на масовен медиум и современ систем на комуникација во кој визуелното ниво на комуникација од почетокот бил подеднакво битен како и текстуелниот. Разгледниците се со вниматено одбрани мотиви и денес претставуваат исклучително вредна документарна градба. Старите разгледници можат да послужат како историски извор за проучување на минатото, како ликовниот материјал кои сведочи за времето, како и за други различни проучувања – примери: реконструкција на одреден простор и слично. Проучувањето на разгледниците од страна на колекционери може да биде поделено во два дела: според видот на разгледницата (изглед и изработка) и според содржина (теми и мотиви) прикажана на разгледницата.

Разгледници според видот (изглед и изработка): прегледни разгледници, промотивни разгледници, папка со разгледници, разгледници карнет или поврзани разгледници и други видови.

Разгледници според содржина (теми и мотиви): географија, антропологија, етнографија, геоморфологија, архитектура, топографија, историја, технологија, спорт, природа и пејзаж, разни видови на уметност, масовна култура, комуникација и пропаганда и други теми.

Денес широко е развиен Postcrossing – интернетски проект наменет за размена на разгледници со други луѓе од целиот свет. Секој корисник кои ќе испрати една или повеќе разгледници на некој друг корисник во светот (адресата се добива по случаен избор од страна на компјутерот) исто така ќе добие толку разгледници колку испратил, од некој друг корисник. (<https://www.postcrossing.com/> превземено 10. јуни 2020.).

Почетоци на туризмот во Охрид по Втората светска војна и првите разгледници

По завршувањето на Втората светска војна, целата земја влезе во фаза на обнова и изградба. Недостиг на сите видови материјали имаше во сите гранки од индустријата. Во таква индустрија беше и печатарската индустрија. Првите разгледници по ослободувањето беа печатени на хартија со многу слаб квалитет, и на начин како пред Првата светска војна.

Според податоци од историскиот архив во Охрид го дознаваме следното за почетици на туризмот по Втората светска војна. Имено, во 1947 година во Охрид се формира и првото специјализирано претпријатие за управување со угостителските објекти и се формира Туристичко биро. Први резултати од туристичкиот промет се однесуваат на туристичката 1948 година. Во таа година Охрид располагал со 2 хотели со 104 легла, 2 ресторани и 4 кафеани и слаткарници. Градот го посетиле 16.864 туристи кои оствариле 19.203 ноќевања, што значи просечно секој гостин се задржал по една ноќ.

Од 15 март 1949 година при Извршниот одбор на ГНО Охрид работи Поверенство за угостителство и туризам кое до Комитетот за туризам и угостителство на Владата на Македонија испраќа 41 фотографии од Охрид од кои Комитетот треба да избере да се направат разгледници кои треба да се размножат во 10.000 примероци и 200 плакати со големина 50x60 см. Комитетот при Владата на Македонија за угостителство и туризам донесе одлука од 9 до 16 мај 1949 година во Охрид да се одржи „Недела на угостителството и туризмот“, што треба да претставува традиционална манифестација во пресрет на туристичката сезона. За мај 1949 година, за прв пат се даваат податоци за престојот на 12 странски туристи кои оствариле 178 ноќевања. Сите гости се сместени во хотелот „Белви“, а според структурата по четворица има од Австрија и Франција, 2 од СССР и по 1 од Бугарија и Германија. Во текот на 1949 година во Охрид се формира Информативна туристичка служба. (Смилески, Ах.Ох.Ф.ГНО,Ох.).

Првите Охриски разгледници по Втората светска војна беа издадени во 1949/50 година. Во истражувањето користевме разни разгледници издавани во периодот од 1949/50 година до 1990 година. Од личната архива и од повеќе пребарувачи документиравме и анализиравме 180 разгледници (а најверојатно има уште толку). Ова кажува, дека оваа проблематика е интересна за истражување, а особено за Охрид, бидејќи покрај разгледници најдовме и на друг промотивен материјал: туристички водичи, карнети со разгледници, проспекти, флаери, поштенски картички, пригодни пликови, поштенски марки, сувенири и сл.

За промоција на Охрид и други места на охриското туристичко крајбрежје се користат повеќе мотивски разгледници печатени во повеќе илјади примероци. Од истражувањето успеавме да регистрираме над 25 издавачи кои печателе кратко или подолго време во периодот на социјализмот. Постојат и поголем број непознати издавачи кои не го оставија своето име на заднината од разгледницата, но издадоа една или повеќе разгледници со што го збогатија целокупниот фотографски фонд и историјата на градот Охрид и охридското крајбрежје.

Имено, станува забор за следните издавачи:

- Izdavač Naroden muzej Ohrid; „Jugoturist“ Beograd
- „ТУТУН“ – С.Р.В.И.М. – Скопје, Охрид
- „Фото - Техника“, Загреб, Илица 36 (“Foto Tehnika, Zagreb, Ilica 36)
- ИЗДАЊЕ „ПУТНИК“ Београд, ОХРИД, 1951
- Jugoturist Beograd za Ugostitelsko predprijetije “Letnica” Ohrid
- Turistkomerc – Zagreb
- “Тутун“ – Скопје, Agencija za fotodok. Zagreb, Jugoslavija
- ОХРИД – панорама Издава „НАШ ГЛАС“Смедерево 1208
- IZDANE: “PUTINIK ZAGREB” – FOTOSLUZBA. Snimak: D. Griesbach
- “TUTUN” – Skopje. Izrada Agencija za fotodokumentaciju, Zagreb
- ОХРИД Црно бела фотографија, Израда: „Задружна штампа“ – Београд. Снимео: М. Мрчанов, 3221
- Izdaje NIP “KNJIZEVNE NOVINE” Beograd, Ohrid, Kolor fotografija – Reprodukција zabranjena, Snimio: Antun Mikasović
- „ТУТУН“ – Скопје, Издање: НИП „КЊИЖЕВНЕ НОВИНЕ – Београд, ОХРИД, Колор фотографија: Антун Микасовиќ
- НИП „Книжевне новине“ Београд, Izdanje NIP “KNJIZEVNE NOVINE” Beograd
- Izdavač VESTI - SAR MILANO – ПОЛИТИКА
- „TUTUN“ – Skopje, Izrada CZP “Primorski tisak” „INEX”, OHRID – Hotel Gorica
- Zavod za zastita na spomenicite na kulturata i Narodn muzej – Ohrid, Turistička stampa Beograd
- Izdavač Zadrūna Knjiga - Ohrid
- „Тутун“ Скопје - Издање Агенције за фотодокументацију, Загреб;
- turistkomerc-zagreb „Туристкомерц“, Загреб
- Издава и печати – НИП „Нова Македонија“, Скопје
- Izdanje “Minevra” Subotica
- „Задружна штампа, Загреб,
- “Zadrūna stampa” - Beograd
- Туристичка штампа Београд
- „Наша книга“, Скопје
- IZDAJE I ŠTAMPA GIP“BEOGRAD”-BEOGRAD, 1990 Printed in Yugoslavia и др.

Во почетокот, социјалистичкиот период се одликува со разгледници на која има само по една фотографија изработена во црно-бела техника и со стандардни и нестандартни големини. Во целиот социјалистичко - самоуправен период (1953-1990) најчесто се печатат прегледни и промотивни разгледници со теми и мотиви од животот во градот и околината. За туристичката пропаганда на Охрид значајна улога одигра печатењето на првиот туристички водич на градот и околината, што излезе во печат во 1954 година. Во 1952 година започнала изградба две одморалишта во Охрид. Од шеесеттите години па натаму во Охрид и непосредното опкружување интензивно се градат многу работнички одморалишта, хотели, ресторани и авто кампови. Тоа доведува и до постепено зголемување на туристичката посета како на домашни така и на странските туристи, а со тоа и на прометот. (Милески, 1970, Каранфиловски, 1972).

Вистински туристички бум во Охрид се случува во периодот на осудесеттите години кога е регистрирана максимална туристичка посета. Така во 1987 година, Охрид го посетиле над 260.000 туристи, кои реализирале над 1.500.000 ноќевања, со просечен престој од 5,8

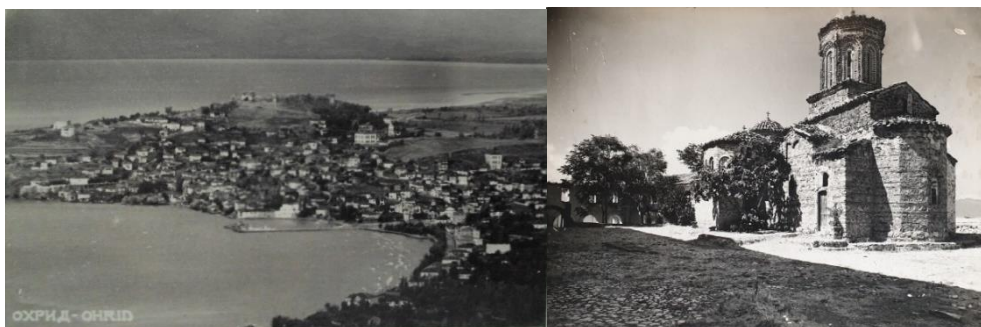
дена (ДЗС на СФРЈ и РЗС на СРМ). Напоредно со ова и туристичката промоција доживува кулминација, се печатат голем број разновидни колор разгледници, проспекти, флаери, водичи и слично.

Меѓутоа, веќе во 1988 година во СР Македонија и во Охрид се забележуваат неповолни тенденции во туризмот како резултат на економска и политичка криза во СФР Југославија. Кризата во туризмот продолжува и во 1989 и 1990 година кога се намалува вкупниот број на туристи, а се намалуваат и туристичките расходи, има пад во квалитетот на туристички производ, се регистрираат социјални проблеми, нестабилност во околниот регион, негативни политички услови (национални и регионални) и закани од страна на бројни други надворешни фактори. Осамостојувањето на републиките во посебни државни субјекти резултат со вооружени конфликти кои завршуваат со распаѓање на Социјалистичка Федеративна Република Југославија.

Опис на разгледници печатени во црно-бела и колор техника

Разгледници печатени во црно-бела техника:

Од истражувањето констатираме дека во 1949/50 година се печатат првите разгледници на Охрид од социјалистичкиот период. Анализираме педесет црно-бели прегледни и промотивни разгледници со разни теми и мотиви од животот во градот и околината во социјалистичкиот период. На сите разгледници печатени во периодот до 1960 година имаат само по една фотографија. Доминираат разгледници со една фотографија на кои се прикажани панорами на град Охрид (*сликани од разни места: од езерото, пристаништето, шеталиштето, од високите ридови и високи згради – хотел „Палас“ и сл.*), потоа следат фотографии на пристаништето, шеталиштето, црквата Свети Јован Канео, Самоиловата тврдина, црквата Свети Климент (Богородица Перивлепта), Старата Чаршија, црквата Света Софија, градскиот пазар, куќи со типична охридска архитектура, манастирот Свети Наум, хотели, одморалишта, кампови, ресторани, бродови, кајчиња, фрески, икони и друго.



Слика 1 и 2. Разгледници, панорама на Охрид и црква Свети Наум

Од мотивите доминираат рекреативни, културни (од 1961 година се одржува фестивал Охридско лето и Балкански фестивал на народни песни и игри), спортски активности (во 1954 година прва меѓународна трка на Охридски пливачки маратон) и други рекреативни активности на вода и покрај вода, потоа прикажани се плажи, бродови, кајчиња, едреници, капачи, луѓе на плажа, заеднички фамилијарни дружења и сл. На разгледниците забележливи се парови на сопругници и други лица, облечени во „летна шема“ - мажите со кошули и блузи со кратки ракави, кратки панталони, а жените со летен фустан, чанта, шапка и наочари за сонце и слично. На некои се забележуваат и локални жители облечени во традиционална народна носија, а се забележуваат и некои занаети – филигранство, кујунциство, рибарски кајчиња со мрежи и друго.



Сл. 3 и 4. Разгледници, панорама на Охрид со Самоилова тврдина и црква Св. Јован Канео

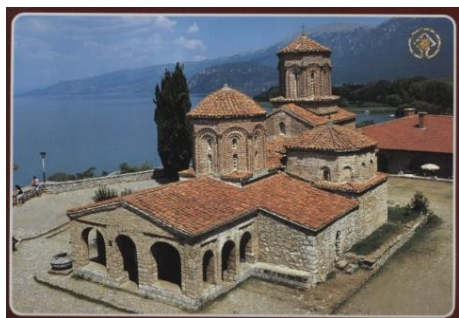
Сл. 5 и 6. Синдикално одморалиште „Орце Николов“ и пристаништето во Охрид
(изработка во сепиа колор техника)

Периодот на црно-бели охридски разгледници веројатно заврши кон крајот на педесеттите и почетокот на шеесеттите години. Напоредо со црно-бели разгледници, некои претпријатија разгледниците почнаа рачно или манипулативно минимално да ги обојуваат и продаваат. Разгледници беа изработени во сепиа колор техника (на црно-бела позадина се става прелив од меки бои во неколку тонови - сива, сина или зелена боја) и вакви минимално прилагодени разгледници се продаваа дури до 1964 година. Први колор разгледници со послаб квалитет се појавуваат во 1965 година, а подоцна од 1970 година се печатат исклучиво колор разгледници со подобар квалитет.

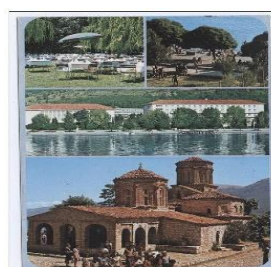
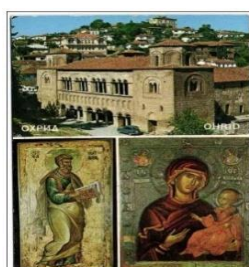
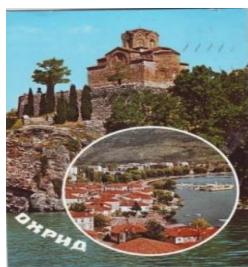
Разгледници печатени во колор техника:

Од 1970 година издавачите започнаа со печатење и продажба исклучиво на разгледници во боја и тоа со одличен квалитет. Од истражувањето на 130 разгледници во боја констатираме дека има разгледници на кои има една и повеќе фотографии. Главни теми во разгледниците се панорами на Охрид, градското пристаниште и шеталиште, како и фотографии на познати места низ градот - црквите, Самоиловата тврдина, познати хотели, туристички населби, а од мотивите доминираат рекреативни, културни, спортски и други активности на вода и покрај вода (сончање на плажа, капачи во вода, заеднички дружења, разни бродови, пловење со едрилици, чамци, кајчиња и сл.). Најчесто се среќаваат разгледници на кои има по две, три и четири слики, а од осумдесеттите години и разгледници со пет, шест и седум слики. Друго што забележуваме од разгледниците е формата – изгледот на сликите во разгледниците. Едноставната квадратна форма е збогатена и со фотографии во форма на круг, елипса, робм и сл. Тоа покажува дека техниката за изработка на разгледници се модернизира и на помал простор се прикажуваат повеќе слики со разни мотиви од Охрид и околината. Среќаваме и разгледници со фотографии на кои покрај веќе познатите природни и културни мотиви

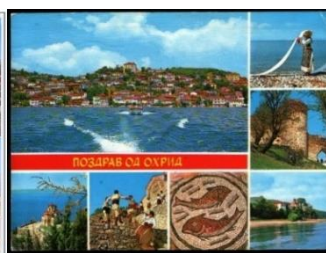
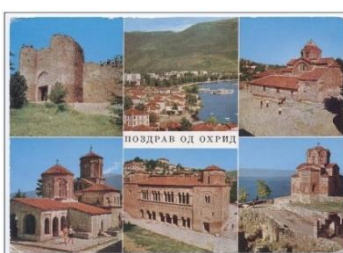
се прикажани фрески и икони, делови од познати туристички населби, хотели, ресторани, охридскиот аеродром и друго.



Слика 7 и 8. Панорама на Охрид, манастир Свети Наум со симбол на УНЕСКО



Слика 9, 10 и 11. Разгледници на Охрид и непосредното опкружување и други мотиви, со 2, 3 и 4 фотографии на една разгледница



Слика 12, 13 и 14. Разгледници на Охрид и мотиви од охридското крајбрежје, со 5, 6 и 7 фотографии на една разгледница

Резултати од анализа на разгледниците

Во анализата на 180 разгледници со кои располагаме (дел од нив се лична архива, купени и добиени по пошта) изброивме 405 фотографии (слики) или просечно по 2,25 фотографии на една разгледница. Според техника на изработка - печатење разгледниците се поделени во две групи: разгледници изработени во црно – бела техника, вкупно 50 разгледници или 27,8% и разгледници изработени во колор техника, вкупно 130 разгледници или 72,2% (заедно со 8 разгледници изработени во сепиа колор техника).

Според година на издавање разгледниците ги групираме во четири периоди: прв 1949-1960 година, втор 1961-1970, трет 1971-1980 и четврт период 1981-1990 година.

Табела 1. Број на разгледници издавани по периоди, техника на изработка и број на фотографии - слики на една разгледница

Период и процент (%)	Р А З Г Л Е Д Н И Ц И (техника на изработка и број на фотографии - слики на една разгледница)									
	Црно - бела техника		Колор техника							
	1 слик а	Вк	1 слика	2 слика	3 слика	4 слика	5 слика	6 слика	7 слика	Вк
1949 -1960	50	50	/	/	/	/	/	/	/	/
%	100	100	/	/	/	/	/	/	/	/
1961 – 1970	/	/	18	1	2	2	1	1	/	25
%	/	/	72,0	4,0	8,0	8,0	4,0	4,0	/	100
	/	/	36,0	16,7	6,7	6,7	14,3	16,7	/	19,2
1971 – 1980	/	/	16	3	8	6	2	2	/	37
%	/	/	43,3	8,1	21,6	16,2	5,4	5,4	/	100
	/	/	32,0	50,0	26,7	20,0	28,6	33,3	/	28,5
1981 - 1990	/	/	16	2	20	22	4	3	1	68
%	/	/	23,5	2,9	29,4	32,4	5,9	4,4	1,5	100
	/	/	32,0	33,3	66,6	73,3	57,1	50,0	100	52,3
Вкупно	50	50	50	6	30	30	7	6	1	130
%	100	100	38,4	4,6	23,1	23,1	5,4	4,6	0,8	100
	/	/	100	100	100	100	100	100	100	100

Извор: Разгледници од лична архива и разгледници од интернет портали

Од Табела 1., генерално ги издвојуваме следните главни карактеристики:

- во првиот период 1949-1960 се испечатени 50 разгледници од различни издавачи и тоа исклучиво во црно – бела техника и со една слика (фотографија). Од темата и мотивот на овие разгледници доминира панорама на град Охрид, црквата Свети Јован Канео, црквата Света Софија, црквата Свети Климент (Богородица Перивлепта), манастирот Свети Наум, кејот-шеталиштето, пристаништето, хотели и ресторани.
- во вториот период 1961-1970 се испечатени 25 разни разгледници (19,2% учество во вкупниот број испечатени колор разгледници), од нив 18 разгледници имаат една фотографија, 1 разгледница е со 2 фотографии, по 2 разгледници имаат по 3 и 4 слики, и по една разгледница е со 5 и 6 слики.
- во третиот период 1971-1980 се испечатени 37 разни разгледници (28,5%), од нив 16 разгледници имаат една фотографија, со 2 слики има три разгледници, со 3 слики има 8 разгледници, со 4 слики има 6 разгледници, итн. (Види табела 1), и
- во четвртиот период 1981-1990 се испечатени 68 разни колор разгледници (52,3%), најголем број 22 разгледници имаат по 4 слики, 20 разгледници се со 3 слики, 16 со 1 слика, 4 со 5 слики, 3 со 6 слики, 2 со 2 слики и на 1 разгледница има 7 слики.

Табела 2. Број на фотографии во разгледниците гледано по тема и мотиви

РАЗГЛЕДНИЦИ			
Реден број	Теми и мотиви	Број на фотографии	Процент (%)
1.	Панорама на Охрид со езерото	98	24,2
2.	Пристаниште со езерото	42	10,4
3.	Кеј – шеталиште со езерото	50	12,3
4.	Црква Света Софија	12	2,9
5.	Црква Свети Климент (Богородица Перивлепта)	10	2,5
6.	Црква Свети Јован Канео со езерото	44	10,9
7.	Манастир Свети Наум (38 со поглед на езерото)	44	10,9
8.	Самоилова Тврдина	8	2,0
9.	Стара градска архитектура	22	5,4
10.	Икони и фрески	20	4,9
11.	Стара Чаршија и градски пазар	8	2,0
12.	Хотели (20 со поглед на езерото)	25	6,2
13.	Ресторани	9	2,2
14.	Активности на плажа и во вода	13	3,2
Вкупно		405	100

Извор: Разгледници од лична архива и разгледници од интернет портали

Разгледниците за Охрид печатени во социјализмот се разликуваат и според содржината (теми и мотиви). Во анализата на табела 2., бележиме доминација од 98 разгледници (или 24,2% од вкупно 405 анализирани фотографии во 180 разгледници) каде главна тема и мотив е панорамата на Охрид на кои се гледа езерото, потоа следат фотографии на кејот – шеталиштето со 50 фотографии (12,4%), па со 44 фотографии се црвата Свети Јован Канео и манастирот Свети Наум (10,9%), пристаништето е прикажано на 42 фотографии (10,4%) итн. (Види Табела 2.).

Следна работа која се согледува од разгледниците е промоцијата на дестинацијата кон потенцијалните туристи која се согледува преку следните резултати, и тоа дека разгледниците биле:

- главно средство за визуелно – медиумска комуникација меѓу луѓето (низ целиот период милиони разгледници од туристите се купувани и праќани до свои блиски и пријатели во разни места во републиката, државата и во многу земји во светот);
- главно средство за туристичка промоција на Охрид, непосредното опкружување и регионот како културно – историска туристичка дестинација (30% од разгледниците прикажуваат културно – историски споменици и сл.);
- главно средство за туристичка промоција на Охрид, непосредното опкружување и регионот како природна туристичка дестинација (во 70% од разгледниците се прикажуваат делови од езерото, планината и сл.);
- важен и неодминлив инструмент за историјата на туризмот на градот Охрид и регионот како популарна туристичка дестинација со континуиран пораст на туризмот во СР Македонија, СФР Југославија и пошироко; и
- главно средство за туристичка промоција на Охрид и регионот во 1979 година кога станува светско наследство заштитето од УНЕСКО (од 1980 година се издаваат разгледници на Охрид и регионот - светско наследство со лого на УНЕСКО).

Анализата го откри и следното, дека, во социјализмот имало голем број разгледници во кои нема наведено име на издавач, име на авторство на фотографија, време на производство. Според тоа, неможеме со сигурност да го утврдиме бројто на разгледни и

и нивниот тираж. Значи невозможна мисија, затоа што разгледниците, за разлика од поштенските марки, се произведувале на децентрализиран и нерегулиран начин, кој ги прекршува етичките и авторските права, а притоа да нема казнувања и одговорност.

Тоа покажува на нелојална конкуренција, на неконтролирано производство, печатење и продавање на нерегулиран начин, односно на легално пиратство. Имало разгледници кои се печатат заради промоција на општината или на угостителско – туристичко претпријатија, туристички агенции, туристички населби и истите биле продавани или бесплатно давани на гостите.

Овие податоци укажуваат на лошата слика и нелојална конкуренција на издавачите на разгледници и авторите на фотографии, и повеќе прекршувања на одредбите на етичкиот кодекс на новинарите, фотографите, авторското право и сл., во СР Македонија и СФР Југославија.

Напоредно со ова, во дел од разгледниците е застапена и социјалната функција каде се издвојуваат информации за социјалната димензија на градот и опкружувањето, односно изгледот на градот и мотиви за животот за време на социјализмот. Димензија која во следна прилика заслужува посебно внимание и анализи.

Заклучок

Разгледниците за Охрид и непосредното опкружување печатени во социјализмот одиграле важна улога во промоција на градот и регионот. Разгледницата како моќна пропагандна алатка на визуелната култура изврши големо влијание во одлуката на туристите да престојуваат во Охрид и регионот а со тоа и директно да придонесат во развојот на туризмот. Имено, преку фотографиите испечатени на разгледниците посетителите – туристите ги добиваат најважните туристички атрибути за Охрид и регионот, и носат одлука своите импресии да ги споделат со нивните најблиски и пријатели.

Шареноликоста во видот, изгледот, содржината, темите и мотивите прикажани во разгледниците кај туристите ги буди импресиите, доживувањата и задоволството кое го искусиле при престојот во Охрид и регионот. Стотиците илјади посетители низ целиот период купувале и праќале разгледници. Од текстовите во разгледниците дознаваме за впечатоците на туристите за убавините на Охрид, Охридското Езеро, за културно – историските споменици, за впечатоците од одморот поминат на охридското крајбрежје и слично.

Неоспоред е фактот дека главен прилог во промоцијата на туризмот на Охрид во социјалистичкиот период одиграле разгледниците – фотографиите кои прикажуваат панорама на градот, езерото, црквите, манастирот Свети Науми, други културно – историски споменици, како и фотографии на хотели, ресторани, активности на плажите и во водата. Сето тоа го потврдува континуираното зголемување на бројот на домашни туристи (од Македонија и републиките од СФРЈ) и стотиците илјади туристи од европски држави и држави од други континенти.

Според збирни статистички податоци за бројот на туристи, во текот на 43 година (1948-1990 годин, ДЗС на СФРЈ и РЗС на СРМ) Охрид го посетиле околу 5 милиони туристи, и според наши процени се продадени над 15 милиони разгледници. Се разбира,

финансискиот приход од разгледниците значително учествувал во стимулација на стопанството - туризмот во градот и пошироко во Републиката.

Купувањето на разгледница, пишувањето на текстот и праќањето претставувал важен чин на секој, бидејќи, разгледницата била доказ за присуство и престој во некој град, некое место за одмор, рекреација и слично. Во тоа време позната била изреката: „Ако си бил на одмор тогаш покажи слика или разгледница“, значи, без доказ - слика или разгледница е исто како да не си бил на одмор и не си бил таму. Кај одреден број луѓе се појавила пасија и хоби да собираат разгледници и ги чуваат за спомен од одморот или посетата на местото.

За Македонија, Охрид бил поим за туризам и туристичка дестинација. Имало случаи да се купуваат разгледници и како подарок – сувенир да им се даваат разгледници на пријатели, роднини, на саканите, или пак да се ставаат во семејните албуми, но и разгледници кои се чувале за изработка на албуми по наставни предмети а особено по предметот географија и сл.

Преку нашата анализа потврдена е главната цел за важната улогата на разгледниците како главно средство за визуелно – медиумска комуникација во промоцијата и развојот на туризмот на Охрид и нејзиното непосредно опкружување како важна туристичка дестинација низ целиот социјалистички период на Социјалистичка Република Македонија. Уникатноста и важноста на Охрид и регионот е потврдена и од од УНЕСКО кое ги отцеленет и заштити како природно и културно светско наследство.

Референци

1. Baseski, I. (1976). Review of thirty Tourism Development, Proceedings of the National
2. Dimitrov, N. (2017). Analysis of Tourism in the Republic of Macedonia 1945-2015. Journal of Tourism and Hospitality Management, 5 (2). pp. 1-14. ISSN 2372-5125
3. Duda, I. (2013). Od radnika do turista. Prava, želje i stvarnost socijalnoga turizma u jugoslavenskome socijalizmu, Sunčana strana Jugoslavije. Povijest turizma u socijalizmu, eds. Hannes Grandits and Karin Taylor, Srednja Europa, Zagreb, 2013, 55-87.
4. Grandits, H., Taylor, K. (2013). Suncana strana Jugoslavije, Povjest turizma u socijalizmu, Zagreb: Srednja Europa
5. Nikšić, S., Davičo A. (2004). Etika Novinarstva (The Ethics of Journalism). Beograd: CPM
6. Panov, N. (1996). Tourism development in the country, I Proceedings Congress geographers of Macedonia held in Ohrid 26-28.11.1995, Skopje, pp. 311-321 (in Macedonian)
7. Petrevska, B. Collins-Kreiner, N. (2016). *Investigating tourism development in Macedonia*. In: International conference Geobalcanica, 10-12 June 2016, Skopje, Macedonia.
8. Petrevska, B. Collins-Kreiner, N. (2017). *A Double Life Cycle: Determining Tourism Development in Macedonia*. Journal of Tourism and Cultural Change, 15 (4). pp. 319-338. ISSN 1747-7654
9. Petrevska, B. Collins-Kreiner, N. (2020). *Tourism development of Ohrid (North Macedonia)*. In: Geobalcanica 2020, 12-13 May 2020, Ohrid, North Macedonia.
10. PRM, SRM, 1956, 1961, 1971, 1981, 1988, Skopje (in Macedonian)
11. State Statistical Office of the Republic of Macedonia (SSO). Statistical yearbook for SFRJ,
12. Stojmilov, A., Tosevska A B. (2016). Socioeconomic Geography of the Republic of Macedonia, Skopje, pp. 374 (in Macedonian)

13. Symposium – tourism and environmental protection – Geographical Society of SR Macedonia, Skopje, pp. 123-133 (in Macedonian)
14. Vujovic, M., Stojanovic, P. I. (2014). Ethics of newspaper photography, Facta Universitatis, Series: Philosophy, Sociology, Psychology and History. Vol. 13, N° 3, 2014, pp. 123-135
15. Yugoslavia's Sunny: A History of Tourism in Socialism (1950s-1980s) edited by Hannes Grandits, Karin Taylor. CEUPRESS, Sentral European University Press, Budapest – New York, 2010
16. Димитров, Н. (2014). Полифункционална валоризација на битолското фотографирање и фотографии, Зброник на трудови од научниот собир одржан 31.03.2012 година во Битола, Битолските фотографии и битолските фотоателјеа, Народна техника – Битола, Фотоклуб „Стив Наумов“ – Битола, Битола, стр. 170 (стр. 36-48)
17. Каранфиловски, Д. (1972). Развој на туризмот во СР Македонија со посебен осврт на развојот во Охрид, Географски разгледи, книга 10, Скопје, стр. 95-106
18. Мариноски, Н. (2012). Туристичка географија, УКЛЮ, ФТУ-Охрид, стр. 464 (стр.316-319)
19. Милески, Г. (1970). Охридското Езеро како важно риболовно и туристичко подрачје во СР Македонија. Годишен зброник, Книга 18. Географски институт, Скопје, стр.5-90
20. Најдов, Д. (2014). Битола низ стари разгледници, Битола, стр. 243 (стр.195-228)
21. Ноневски, Б. (2014). Миграција на фотографијата на Балканот, Зброник на трудови од научниот собир одржан 31.03.2012 година во Битола, Битолските фотографии и битолските фотоателјеа, Народна техника – Битола, Фотоклуб „Стив Наумов“ – Битола, Битола, стр. 170 (стр. 7-23)
22. Смилевски, Д., Првите организирани настапи на туристичката пропаганда во Охрид (труд во ракопис). Архив на Охрид, Градски народен одбор, Охрид (Ах.Ох.Ф.ГНО,Ох.).

Интернет адреси:

https://en.wikipedia.org/wiki/Postcard#Digital_collectio
<https://www.postcrossing.com/>
<https://www.goglas.com/>
<https://www.google.com/search>
<https://www.delcampe.net/>
<https://www.paluba.info/>

