

**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА**



Д-р Златко ЈАКОВЛЕВ

ОСНОВИ НА ТУРИЗАМ



ШТИП, 2018 год.

**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА**

Д-р Златко ЈАКОВЛЕВ

О С Н О В И Н А Т У Р И З А М

Штип, 2018 год.

Автор
Д-р Златко ЈАКОВЛЕВ

О С Н О В И Н А Т У Р И З А М

Рецензенти:
Проф. д-р Никола В. Димитров
Проф. д-р Цане Котески

Лектор
Слаѓан Спасовски

Компјутерска обработка:
Проф. Д-р Златко Јаковлев

Издавач
Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип

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

338.48(075.8)

ЈАКОВЛЕВ, Златко

Основи на туризам [Електронски извор] / Златко Јаковлев. - Штип
: Универзитет “Гоце Делчев”-Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика,
2019

Начин на пристап (URL): <https://e-lib.ugd.edu.mk/814>. - Текст во PDF формат,
содржи 231 стр., илустр. - Наслов преземен од екранот. - Опис на изворот на
ден 06.03.2019. - Фусноти кон текстот. - Библиографија: стр.
223-231

ISBN 978-608-244-609-7

а) Туризам - Високошколски учебници
COBISS.MK-ID 109804810

*По својата природа, туризмот само споредно има економски аспект.
Човекот е неговиот вистински центар.*

W. Hunziker, 1961

На моите родители



Св. Климент Охридски

Предговор

Туризмот е дамнешна појава и неговите почетоци како аналогна појава, датираат уште пред 20.000 години, кога праисторискиот човек почнал интензивно да ги обиколува континентите, да навлегува на некои острови и архипелази, и движејќи се да бара соодветни засолништа и извори на храна. Развојот на феноменот туризам се одвива во шест историски фази. Со градењето на патиштата, развивањето на инфраструктурата, патничкиот, железничкиот, водениот и воздушниот сообраќај, брзиот развој на туризмот е потпомогнат и со модернизирањето на поштенскиот и телекомуникацискиот сообраќај. Во оваа фаза голема улога имало и отворањето на првите патнички агенции. Во првата половина на 19 век се појавил поимот турист кој произлегол од францускиот збор *tour* што значи патување во круг или само патување. Прв го вовел Французинот Виктор Жакмон во 1830 година. Современиот туризам во последните 50-тина година доживува брз и динамичен развој. Следејќи ги вредностите на реализираниот туристички промет, односно ефектите од туристичкото стопанство во одредени европски и светски земји, се потврдува заклучокот дека станува збор за еден современ феномен на денешницата која навлегува речиси во сите сфери на живеењето. Со туристичките збиднувања се занимавале многу научни дисциплини кои навлегувале во сферата на туризмот: туристичката географија, туристичката економија, туристичката психологија, туристичката социологија, туристичкото право и слично.

Материјалот е систематизиран според програмата по предметот “Основи на туризмот“, што се предава во прв семестар прва година на Факултетот за туризам и бизнис логистика - Гевгелија. Исто така, оваа книга може да им биде од корист и на студентите на слични високообразовни институции, чии програми го имаат имплементирано болонскиот процес. Освен студентите, со оглед на апликативниот карактер на овој труд, книгава може корисно да им послужи и на туристичките менаџери, практичарите во туризмот, како и на сите вработени во туристичката индустрија кои се во непосреден контакт со посетителите.

Авторот на оваа книга ја користи оваа прилика да им се заблагодари на Проф. д-р Никола В. Димитров и Проф. д-р Цане Котески за извршената рецензија и дадените сугестии при оформувањето на овој труд. Посебна благодарност упатува до неговите студенти, кои во идниот период ќе бидат носители на туристичкиот развој на Република Македонија. Авторот ќе биде благодарен на секому кој ќе му укаже на некои недостатоци што би ги отстранил при евентуално ново издание.

Авторот



Извадок од рецензијата

... Ракописот за Е - Универзитетски Учебник “Основи на туризам” од авторот Проф. д-р Златко Јаковлев разработува едно од покомплексните прашања присутни во теоретската мисла која го проучува феноменот туризам. Прашањето за апликативна примена на туризмот во туристичкото стопанство е актуелно и постојано иницира мотиви за нејзино натамошно проучување. Разработените содржини се во согласност со Наставниот план и содржините на предметот Основи на туризам, што го изучуваат студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика - Гевгелија при Универзитетот „Гоце Делчев“ - Штип, во I семестар на додипломските студии на насоката Туризам и Гастрономија, исхрана и диететика. Приложениот ракопис во целост ги задоволува критериумите и условите за издавање Е-Универзитетски Учебник пропишани според Правилникот за единствените основи за остварување на издавачката дејност на Универзитетот „Гоце Делчев” – Штип.

Рецензентската комисија предлага ракописот “Основи на туризам” од авторот Проф. д-р Златко Јаковлев да биде издаден во електронска форма како Е-Универзитетски учебник за потребите на студентите на додипломските студии на насоката Туризам и Гастрономија, исхрана и диететика на Факултетот за туризам и бизнис логистика – Гевгелија при Универзитетот „Гоце Делчев“ – Штип.

Штип, ноември, 2018

РЕЦЕНЗЕНТИ

Проф. д-р Никола В. Димитров, ред. проф., с.р.

Проф. д-р Цане Котески, вон. ред. проф., с.р

Содржина

| | |
|---|----|
| Вовед..... | 13 |
| 1. Поим за туризам | 14 |
| 2. Развојниот пат на туризмот..... | 16 |
| 3. Услови за развој на туризмот | 22 |
| 4. Туризмот како предмет на научно истражување | 25 |
| 4.1. Почетни истражувања за туризмот | 25 |
| 4.2. Туризмологија – наука за туризмот..... | 26 |
| 4.3. Методолошки принципи во истражувањето на туризмот | 27 |
| 5. Дефинирање на поимот туризам и сродни поими кои произлегуваат од туризмот .. | 29 |
| 5.2. Структурни особини и категории на туристичкиот феномен | 32 |
| 5.2. Дефинирање на поимот турист | 35 |
| 5.3. Туристички локалитет..... | 36 |
| 5.4. Туристичко место | 37 |
| 5.5. Туристичко подрачје | 38 |
| 5.6. Туристички регион..... | 38 |
| 6. Туристички потреби..... | 39 |
| 6.1. Хиерархија на потреби и туристички потреби..... | 39 |
| 6.2. Процес на донесување одлуки за туристички патувања | 40 |
| 7. Фактори за развој на туризмот | 41 |
| 7.1. Атрактивни фактори | 41 |
| 7.1.2. Природни фактори | 42 |
| 7.1.3. Антропогени фактори | 45 |
| 7.2. Комуникативни фактори | 46 |
| 7.3. Рецептивни фактори | 47 |
| 7.4. Посреднички фактори | 48 |
| 8. Функции на туризмот..... | 48 |
| 9. Негативни аспекти на туризмот..... | 53 |
| 10. Концепт на стратемиско управување со туристичка дестинација | 54 |
| 10.1. Поим, дефинирање и содржини на стратемискиот менаџмент во туризмот .. | 55 |
| 10.2. Дефинирање на поимот туристичка дестинација | 58 |
| 10.3. Концепти на стратемиски менаџмент на туристичката дестинација..... | 59 |
| 10.4. Поим за конкурентност во туризмот..... | 61 |
| 10.5. Конкурентност на туристичката дестинација..... | 62 |
| 10.6. Фактори за конкурентност на туристичката дестинација..... | 63 |
| 10.7. Дијамант на конкурентноста на туристичката дестинација..... | 65 |
| 10.8. Идентитет на туристичката дестинација | 67 |
| 10.9. Имиџ на туристичка дестинација..... | 68 |
| 11. Туристички атракции | 70 |
| 11.1. Важност и основни карактеристики на туристичките атракции | 71 |
| 11.2. Поделба на атракциите | 72 |
| 11.3. Видови атракции и нивни карактеристики | 73 |
| 12. Маркетинг - менаџмент во туризмот..... | 81 |
| 12.1. Воведување на маркетинг- менаџметот во туризмот | 82 |
| 12.2. Специфични карактеристики на туристичкиот пазар | 82 |
| 12.3. Однесување на потрошувачите во туризмот | 86 |
| 12.4. Туристичка сегментација на пазарот | 87 |
| 12.5. Дефинирање и формирање на туристичкиот производ | 88 |
| 12.6. Цена на туристичките производи..... | 90 |
| 12.7. Политика и продажни канали | 91 |

| | | |
|---------|--|-----|
| 12.8. | Промоција во туризмот..... | 93 |
| 12.9. | Планирање на маркетингот | 102 |
| 12.10. | Маркетинг контрола и ревизија..... | 103 |
| 13. | Карактеристики на современиот туристички пазар..... | 104 |
| 13.1. | Современ туристички пазар | 105 |
| 13.2. | Поделба на современиот туристички пазар..... | 106 |
| 13.3. | Елементи на современиот туристички пазар | 107 |
| 14. | Современи трендови во туристичкиот пазар | 110 |
| 14.1. | Специфичности на туристичкиот пазар | 111 |
| 14.2. | Димензии на туристичкиот пазар | 112 |
| 14.3. | Туризмот и промените на туристичката понуда и побарувачка | 114 |
| 14.4. | Промени на туристичката побарувачка и мега трендовите | 118 |
| 14.4.2. | Општи услови за развој на мега трендовите на туристичката побарувачка. | |
| | 120 | |
| 14.4.3. | Основни белези на промените на туристичката побарувачка..... | 122 |
| 14.4.4. | Мега трендовите на туристичката побарувачка во светот и Европа..... | 124 |
| 14.4.5. | Општ пристап на промените во туристичката понуда во светот, Европа и Р. | |
| | Македонија | 125 |
| 15. | Планирање во туризмот..... | 127 |
| 15.1. | Вовед во основите на туристичко планирање..... | 127 |
| 15.2. | Методи и основни карактеристики во планирањето..... | 129 |
| 15.3. | Основни постапки во планирањето на туризмот..... | 131 |
| 16. | Туризам и анимација | 132 |
| 16.1. | Поим и дефинирање на анимацијата во туризмот | 132 |
| 16.2. | Значење и цели на анимацијата во туризмот | 135 |
| 16.3. | Принципи на анимацијата во туризмот | 139 |
| 16.4. | Интерперсоналната комуникација суштина на анимацијата во туризмот .. | 141 |
| 16.4.2. | Жанрови на јавно комуницирање во анимацијата во туризмот | 143 |
| 16.4.3. | Модели на комуникација во анимацијата во туризмот | 144 |
| 16.4.4. | Фактори за успешно комуницирање во анимацијата во туризмот..... | 146 |
| 17. | Туризмот и заштита на животната средина | 147 |
| 17.1. | Современ пристап за одржување и развој на туризмот | 149 |
| 17.2. | Туризмот и заштита на природната средина | 154 |
| 17.3. | Туризмот и заштита на антропогените фактори..... | 157 |
| 18. | Туризмот и меѓународното опкружување..... | 159 |
| 18.1. | Влијание на глобалните движења врз туристичката индустрија..... | 162 |
| 18.2. | Избор на начини за ширење на меѓународниот туристички пазар и пречки во меѓународното опкружување..... | 163 |
| 19. | Видови туризам..... | 164 |
| 19.1. | Видови туризам според туристичките потреби | 166 |
| 19.2. | Видови туризам според атрактивно – мотивациските вредности | 166 |
| 19.3. | Видови туризам според државната припадност на туристите..... | 177 |
| 19.4. | Видови туризам според туристичката сезона..... | 178 |
| 19.5. | Видови туризам според возраста на туристите | 179 |
| 19.6. | Видови туризам според социјалниот статус на туристите | 180 |
| 19.7. | Видови туризам според начинот на организација на туристичките патувања. | |
| | 181 | |
| 19.8. | Видови туризам според должината на престојот на туристите | 182 |
| 19.9. | Видови туризам според превозното средство..... | 184 |
| 20. | Современ туризам и футурологија на туризмот | 185 |

| | | |
|---------|---|-----|
| 20.1. | Почетоците на современиот туризам..... | 186 |
| 20.2. | Масовен туризам..... | 187 |
| 20.3. | Одржлив развој на туризмот | 188 |
| 20.4. | Туризмот во глобална перспектива | 190 |
| 21. | Улогите на туристичкиот водич за развој на туризмот во Република Македонија | |
| | 202 | |
| 21.1. | Развој на туризмот во Република Македонија | 203 |
| 21.2. | Карактеристики на туризмот во Република Македонија | 204 |
| 21.3. | Почетоци и појава на туристичките водичи во туристичките патувања | 206 |
| 21.4. | Професијата туристички водич во Република Македонија..... | 206 |
| 21.5. | Локални туристички водичи | 209 |
| 21.6. | Професијата туристички придружник во Република Македонија..... | 210 |
| 21.7. | Усовершување на улогите на туристичките водичи како главна цел за развој на туризмот..... | 211 |
| 21.8. | Улогата на туристичките водичи во реализација на алтернативните форми на туризмот..... | 215 |
| 21.8.1. | Улогата на туристичките водичи за развој на културниот туризам | 217 |
| 21.8.2. | Улогата на туристичките водичи за развој на бањскиот туризам | 220 |
| 21.8.3. | Улогата на туристичките водичи за развој на конгресниот туризам | 221 |
| 21.8.4. | Улогата на туристичките водичи за развој на руралниот туризам..... | 221 |
| | Литература | 221 |

Вовед

Денешниве услови во кои се наоѓа Република Македонија можат да се окарактеризираат како неповолни, во поглед на нејзината економска развиеност. Секоја земја, па така и нашава треба да ги искористи своите компаративни предности, своите потенцијали за да доживее економска експанзија. Нашава држава како недоволно економски развиена земја треба да го интензивира развојот на туризмот. На тој начин таа може порамноправно да се вклучи во меѓународните економски односи. Дали ќе успее Република Македонија или не, ќе зависи од тоа, дали сите ние ќе знаеме да ги искористиме сопствените компаративни предности. Неоспорен факт е дека туризмот има поливалентно значење и е мултипликатор на економскиот развој. Со оглед на тоа дека нашава земја располага со природни, материјални и човечки фактори за развој на туризмот, кои се недоволно искористени, се смета дека на ова прашање треба да му се посвети посебно внимание. Туризмот како феномен на 20 и 21 век има општествено и економско значење. Се разбира дека секоја земја е заинтересирана за економското влијание на туризмот врз нејзиниот развој. Затоа треба на посетителите да им се дадат соодветни услуги од кои што ќе бидат задоволни.

Од литературата што е достапна се дојде до сознание дека туризмот е подрачје кое е многу обработувано, посебно во високо развиените земји, што не е случај во Република Македонија. Во тој контекст, постојат голем број автори кои се занимавале со проучување на овој феномен од теоретски и практичен аспект. Но, сепак постојат малку дела во светски рамки коишто го третираат туризмот од научен и практичен аспект.

Со оглед на тоа, што туризмот е најзначајна активност за економскиот раст и развој, неговото менаџирање е од круцијална важност за сите кои на непосреден или посреден начин се инволвирани во туризмот. Поконкретно, развојот на туризмот претставува голем мотив за носителите на туристичката понуда, а посебно деловните субјекти од угостителството, посредништвото, сообраќајот, трговијата, комуналните дејности и занаетчиството. Тоа значи за сите дејности коишто го сочинуваат туристичкото стопанство. Познавајќи го фактот, дека туризмот не го добил местото што го заслужува во вкупниот економски развој на нашата држава, активното партиципирање на сите деловни чинители од доменот на туризмот претставува една од главните одговорности на сите туристички субјекти.