

KONSTANTIN
PRESLAVSKY
UNIVERSITY
SHUMEN



ШУМЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ
"ЕПИСКОП КОНСТАНТИН ПРЕСЛАВСКИ"

IV Научна конференция с международно участие
ГЕОГРАФИЯ,
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ И ТУРИЗЪМ

Посветена на 30 години от възстановяването на обучението по
география в Шуменския университет и
50-годишнината на висшето училище

3 – 5 декември 2021

СБОРНИК С РЕЗЮМЕТА

IV Scientific conference with international participation
GEOGRAPHY,
REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM

Celebrating the 30 th Anniversary of the Establishment of Geography
program in Konstantin Preslavsky University of Shumen
and the 50 th Anniversary of the University

3 – 5 December 2021

BOOK OF ABSTRACTS

Университетско издателство „Епископ Константин Преславски“
ШУМЕН, 2021

KONSTANTIN
PRESLAVSKY
UNIVERSITY
SHUMEN



ШУМЕНСКИ УНИВЕРСИТЕТ
"ЕПИСКОП КОНСТАНТИН ПРЕСЛАВСКИ"

IV Научна конференция с международно участие
ГЕОГРАФИЯ,
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ И ТУРИЗЪМ
Посветена на 30 години от възстановяването на обучението по
география в Шуменския университет и 50-годишнината на висшето училище

3 – 5 декември 2021

СБОРНИК С РЕЗЮМЕТА

IV Scientific conference with international participation
GEOGRAPHY,
REGIONAL DEVELOPMENT AND TOURISM
Celebrating the 30 th Anniversary of the Establishment of Geography
program in Konstantin Preslavsky University of Shumen
and the 50 th Anniversary of the University

3 – 5 December 2021

BOOK OF ABSTRACTS

Университетско издателство „Епископ Константин Преславски“

ШУМЕН
2021

Сборникът се издава с финансовата подкрепа на Фонд „Научни изследвания“, Проект № КП-06-МНФ/15

**РЕДАКЦИОНЕН КОЛЕКТИВ:
EDITORIAL TEAM:**

проф. д-р Светла СТАНКОВА
Prof. Svetla STANKOVA, PhD

доц. д-р Ваня ВАСИЛЕВА
Assoc. Prof. Vanya VASILEVA, PhD

доц. д-р Дора КАБАКЧИЕВА
Assoc. Prof. Dora KABAKCHIEVA, PhD

ISBN 978-619-201-534-3

Университетско издателство „Епископ Константин Преславски“
2021

СЪДЪРЖАНИЕ

CONTENTS

СЪДЪРЖАНИЕ / CONTENTS	3
ПЛЕНАРНА СЕСИЯ / PLENARY SECTION	13
30 ГОДИНИ ОТ ВЪЗСТАНОВЯВАНЕТО НА ОБУЧЕНИЕТО ПО ГЕОГРАФИЯ В ШУМЕНСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ, Димитър Владев	13
30 YEARS SINCE THE RESTORATION OF GEOGRAPHY EDUCATION AT SHUMEN UNIVERSITY, Dimitar Vladev	14
СЕКЦИЯ „АКТУАЛНИ АСПЕКТИ НА РЕГИОНАЛНИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ“ / CURRENT ASPECTS OF REGIONAL SURVEYS SECTION	15
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ГРАД КРУШЕВО, РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЯ, Цане Котески	15
OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CITY OF KRUSEVO IN THE REPUBLIC OF NORTHERN MACEDONIA, Cane Koteski	16
ТАЙНИТЕ НА ИНДИАНСКАТА ПИСМЕНОСТ В ЮЖНА АМЕРИКА, Хуан Естебан Юпанки Вилалобос	17
SECRETS OF NATIVE AMERICAN WRITING IN SOUTH AMERICA, Juan Esteban Yupanqui Villalobos	17
ТУРИЗЪМ, ПОДПРАВКИ И РЕГИОНАЛНО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ: ПЕРСПЕКТИВИ В ИНДИЙСКИ КОНТЕКСТ, Патита Пабан Моханми, Бипиталал Балакришнан Найр	18
SPICE TOURISM AND REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT: A POLICY IMPLICATION PERSPECTIVE IN INDIAN CONTEXT, Patita Paban Mohanty, Bipithalal Balakrishnan Nair	18
АКТУАЛНОСТ НА ГЕОГРАФСКИТЕ ИЗСЛЕДВАНИЯ НА ПРИРОДНИ ГАЗОВИ ХИДРАТИ, Атанас Василев, Никола Ботушаров, Емануил Кожухаров, Петър Пецински, Росица Пехливанова	20
ACTUALITY OF GEOGRAPHICAL STUDIES OF NATURAL GAS HYDRATES, Atanas Vassilev, Nikola Botusharov, Emanuil Kozhuharov, Petar Pecinski, Rositsa Pehlivanova	21
БЪЛГАРСКАТА МАРЕОГРАФНА СТАНЦИЯ НА О-В ЛИВИНГСТЪН – ИЗГРАЖДАНЕ И ПЕРСПЕКТИВИ, Борислав Александров, Доброслав Дечев	22

ЕНЕРГИЯТА НА ВЯТЪРА – ПЪТ КЪМ ЗЕЛЕНИ ХОРИЗОНТИ, Бояна Димитрова, Веселин Жечев	80
THE ENERGY OF WIND - A PATH TO THE GREEN HORIZONS, Boyana Dimitrova, Veselin Zhechev	81
ЗНАЧЕНИЕ НА ДОБРУДЖА И СЕВЕРОИЗТОЧНИЯ РАЙОН ЗА РАЗВИТИЕТО НА БЪЛГАРИЯ, Иван Попов	82
IMPORTANCE OF DOBRUDJA AND THE NORTHEASTERN REGION FOR THE DEVELOPMENT OF BULGARIA, Ivan Popov	82
СЕКЦИЯ „ТУРИЗЪМ“ / TOURISM SECTION	83
ЗНАЧЕНИЕТО НА МЕНИДЖМЪНТА ЗА ДЕЙНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА В ОБЛАСТТА НА ТУРИЗМА, Георги Петкоски, Цане Котески, Златко Яковлев	83
THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT FOR THE OPERATION OF COMPANIES IN THE FIELD OF TOURISM, Gjorgji Petkoski, Kane Koteski, Zlatko Yakovlev	83
ЗНАЧЕНИЕТО НА ФИНАНСОВИТЕ РЕШЕНИЯ НА РЪКОВОДСТВОТО ЗА ДЕЙНОСТТА НА ПРЕДПРИЯТИЯТА В СФЕРАТА НА ТУРИЗМА, Георги Петкоски, Цане Котески, Златко Яковлев	85
THE IMPORTANCE OF MANAGEMENT'S FINANCIAL DECISIONS FOR THE OPERATIONS OF TOURISM ENTERPRISES, Georgi Petkoski, Kane Koteski, Zlatko Yakovlev	85
АНАЛИЗ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ОБМЕН МЕЖДУ БЪЛГАРИЯ И ЧЕХИЯ, Ваня Василева	87
ANALYSIS OF THE TOURIST EXCHANGE BETWEEN BULGARIA AND THE CZECH REPUBLIC, Vanya Vasileva	88
МЕЖДУНАРОДНИТЕ КУЛТУРНИ И СПОРТНИ СЪБИТИЯ В ЕВРОПА КАТО ФАКТОР ЗА РАЗВИТИЕ НА ГРАДСКИ ТУРИЗЪМ, Дарко Майхошев, Цане Котески	89
INTERNATIONAL CULTURAL AND SPORTS EVENTS IN EUROPE AS A FACTOR FOR URBAN TOURISM DEVELOPMENT, Darko Majhosev, Cane Koteski	89
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА СПА ТУРИЗЪМ В МАКЕДОНИЯ, Фатон Шерифи	90
OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF SPA TOURISM IN MACEDONIA, Faton Sherifi	91
СПА ТУРИЗЪМ В ОБЩИНА КЛОКОТ, Перпарим Кахили	92
SPA TOURISM IN THE MUNICIPALITY OF KLOKOT, Përparim Qahili	93

ЕФЕКТИВНОСТ НА МЕРКИТЕ ЗА ПОДКРЕПА НА ДЕЙНОСТТА НА ТУРОПЕРАТОРИ В УСЛОВИЯ НА ОГРАНИЧЕНИЯТА, НАЛОЖЕНИ ОТ COVID-19 ПРЕЗ 2020 Г., Николай Йотовски	94
EFFICIENCY OF MEASURES TO SUPPORT THE TOUR OPERATORS UNDER CONDITIONS IMPOSED BY COVID-19 DURING 2020, Nikolai Yotovskiy	95
ЛУННО-СЛЪНЧЕВА ОБСЕРВАТОРИЯ С РИСУВАН СЛЪНЧЕВ КАЛЕНДАР ОТ ПРАИСТОРИЯТА КАТО ОСНОВА НА АРХЕОЛОГИЧЕСКИ ПАРК В ОБЩИНА ГОРНА МАЛИНА, Пенка Стоева, Десислава Алексова, Ангел Жиланов, Мина Спасова, Алексей Стоев	96
LUNAR-SOLAR OBSERVATORY WITH A PAINTED SOLAR CALENDAR FROM PREHISTORY AS THE BASIS OF AN ARCHEOLOGICAL PARK IN THE MUNICIPALITY OF GORNA MALINA, Penka Stoeva, Desislava Aleksova, Angel Zhilanov, Mina Spasova, Alexey Stoev	97
РОЛЯТА НА ЛЕТИЩАТА ВАРНА И БУРГАС ЗА РАЗВИТИЕ НА МОРСКИЯ ТУРИЗЪМ, Галина Тодорова	98
THE ROLE OF VARNNA AND BURGAS AIRPORTS FOR THE DEVELOPMENT OF SEA TOURISM, Galina Todorova	98
АВИАЦИОНЕН КЕТЪРИНГ – ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВО В ТУРИЗМА, Йордан Адолфов.....	99
AVIATION CATERING - A CHALLENGE IN TOURISM, Jordan Adolfov	99
ВИНЕН ТУРИЗЪМ – СТРАТЕГИЧЕСКИ СЕГМЕНТ В ИКОНОМИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА БЪЛГАРИЯ, Кристиан Рангелов	100
WINE TOURISM - A STRATEGIC SEGMENT IN THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF BULGARIA, Christian Rangelov	101
РЕЛИГИОЗНИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ НА БЪЛГАРИЯ – ПОТЕНЦИАЛ И ПРАКТИКИ, Дора Кабакчиева	102
THE RELIGIOUS TOURIST RESOURCES OF BULGARIA – POTENTIAL AND PRACTICES, Dora Kabakchieva	102
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ ПО ДОЛИНАТА НА РЕКА СТРУМА, Милена Стоянова, Екатерина Керемидарска.....	104
OPPORTUNITIES FOR CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT ALONG THE RIVER STRUMA VALLEY, Milena Stoyanova, Ekaterina Keremidarska.....	104
АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НА РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА В КРУШУНСКАТА КАРСТОВА ГЕОСИСТЕМА, Дилиана Стефанова, Петър Стефанов	106
ANALYSIS AND EVALUATION OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE KRUSHUNA KARST GEOSYSTEM, Dilyana Stefanova, Petar Stefanov.....	106

<i>КОРЕЛАЦИЯ МЕЖДУ ХАЗАРТ, ТУРИЗЪМ И СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ, Любомира Георгиева</i>	108
<i>CORRELATION BETWEEN GAMBLING, TOURISM AND SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT, Lyubomira Georgieva</i>	109
<i>НЕДВИЖИМИТЕ РИМСКИ АРХЕОЛОГИЧЕСКИ ОБЕКТИ С НАЦИОНАЛНО ЗНАЧЕНИЕ В КОНТЕКСТА НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ, Стела Стефанова</i>	110
<i>IMMOVABLE ROMAN ARCHEOLOGICAL SITES OF NATIONAL IMPORTANCE IN THE CONTEXT OF CULTURAL TOURISM, Stella Stefanova</i>	111
<i>СЪВРЕМЕННО СЪСТОЯНИЕ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА СПЕЦИАЛИЗИРАНИ ФОРМИ НА ТУРИЗЪМ В ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН РОДОПИ, Севджан Сабриева</i>	112
<i>CURRENT STATE AND OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF SPECIALIZED FORMS OF TOURISM IN THE TOURIST REGION OF THE RHODOPEs, Sevdjan Sabrieva</i>	112
<i>ПРЕДИМСТВА И НЕДОСТАТЪЦИ ОТ ВНЕДРЯВАНЕТО НА ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ В MICE ТУРИЗМА, Стефка Христова, Милена Стоянова</i>	113
<i>ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF IMPLEMENTING THE INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN MICE TOURISM, Stefka Hristova, Milena Stoyanova</i>	113
<i>СПЕЦИФИКА НА ОСНОВНИТЕ ПОНЯТИЯ В КУЛТУРАТА НА БЕЗОПАСНОСТ И ЗАЩИТА НА НАСЕЛЕНИЕТО ПРИ БЕДСТВИЯ, Захарий Дечев</i>	114
<i>SPECIFICITY OF THE MAIN CONCEPTS IN THE CULTURE OF POPULATION SAFETY AND PROTECTION IN DISASTERS, Zachary Dechev</i>	114
<i>СЪСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМИ НА ТУРИЗМА В КЕНИЯ. СЛУЧАЯТ НА BLUE MARLIN BEACH HOTEL, Красимир Левков, Велико Великов</i>	116
<i>STATE AND PROBLEMS OF TOURISM IN KENYA. THE CASE OF THE BLUE MARLIN BEACH HOTEL, Krassimir Levkov, Veliko Velikov</i>	116
<i>КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО НАСЛЕДСТВО НА ОБЩИНА ИСПЕРИХ, Теодора Михайлова, Сема Алиева, Ерхан Фикрет</i>	117
<i>CULTURAL-HISTORICAL HERITAGE OF MUNICIPALITY ISPERIH, Teodora Mihailova, Sema Alieva, Erhan Fikret</i>	118
<i>РЕЧЕН ТУРИЗЪМ ПО РЕКА ДУНАВ, Християна Янкова</i>	119
<i>RIVER TOURISM AT THE RIVER DUNAV, Hristiana Yankova</i>	119
<i>ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ В ГЕРМАНИЯ. ПРОБЛЕМИ И СЪСТОЯНИЕ НА ТУРИЗМА В РЕГИОНА БАДЕН-ВЮТТЕМБЕРГ, Денис Стоянов</i>	120

<i>TOURIST RESOURCES IN GERMANY. PROBLEMS AND STATE OF TOURISM IN THE REGION OF BADEN-WÜRTTEMBERG, Denis Stoyanov</i>	120
<i>ПАРИЖ В СПОМЕНИТЕ НА ВЕСЕЛИН СМЯДОВСКИ, Мария Христова</i>	122
<i>PARIS IN THE MEMOIRS OF VESELIN SMYADOVSKY, Maria Hristova</i>	122
СЕКЦИЯ „ГЕОГРАФСКО ОБРАЗОВАНИЕ“ / GEOGRAPHICAL EDUCATION SECTION	123
<i>ОТ РЕФОРМАТА КЪМ ПРОМЕНИТЕ В УЧЕБНАТА ПРОГРАМА ПО ГЕОГРАФИЯ И ИКОНОМИКА ЗА VI КЛАС, Стела Дерменджиева, Тамара Драганова</i>	123
<i>FROM THE REFORM TO THE CHANGES IN THE CURRICULA IN GEOGRAPHY AND ECONOMICS FOR VI GRADE, Stella Dermendzhieva, Tamara Draganova</i>	123
<i>ДЕТЕРМИНИРАНИ ИЗМЕНЕНИЯ И ДОПЪЛНЕНИЯ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА ПО ГЕОГРАФИЯ И ИКОНОМИКА ЗА VI КЛАС, Стела Дерменджиева, Тамара Драганова</i>	125
<i>DETERMINED CHANGES AND ADDITIONS TO THE CURRICULA IN GEOGRAPHY AND ECONOMICS FOR VI GRADE, Stella Dermendzhieva, Tamara Draganova</i> ..	125
<i>ПРОТЕСТАНТСКИЯТ КОЛЕЖ НА ОСТРОВ МАЛТА И НЕГОВИТЕ БЪЛГАРСКИ ВЪЗПИТАНИЦИ (1862 – 1865), Росица Ангелова</i>	127
<i>THE PROTESTANT COLLEGE ON THE ISLAND OF MALTA AND ITS BULGARIAN GRADUATES (1862 – 1865), Rositsa Angelova</i>	127
<i>ШУМЕНЦИ НА УЧЕНИЕ В ЦАРИГРАД – ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА И ТЕНДЕНЦИИ, Росица Ангелова</i>	128
<i>SHUMEN STUDENTS ON STUDY IN CONSTANTINOPLE - GENERAL CHARACTERISTICS AND TRENDS, Rositsa Angelova</i>	128
<i>ТЕСТ-СПЕЦИФИКАЦИИТЕ КАТО КРИТЕРИИ ЗА СЪСТАВЯНЕ НА ТЕСТОВЕ И ОЦЕНЯВАНЕ НА ПОСТИЖЕНИЯТА НА УЧЕНИЦИТЕ, АДАПТИРАНИ СПОРЕД УЧЕБНАТА ПРОГРАМА ПО ГЕОГРАФИЯ И ИКОНОМИКА – IX КЛАС, Семра Неждет</i>	130
<i>TEST SPECIFICATIONS AS CRITERIA FOR COMPILING TESTS AND ASSESSING STUDENT ACHIEVEMENT ADAPTED ACCORDING TO THE CURRICULUM IN GEOGRAPHY AND ECONOMICS - IX GRADE, Semra Nezhdet</i>	130
<i>РОЛЯ И ЗНАЧЕНИЕ НА УРОЦИТЕ ЗА ФОРМИРАНЕ НА ГЕОГРАФСКА КУЛТУРА И МОДЕЛ НА ПОВЕДЕНИЕ НА УЧЕНИЦИТЕ, Живка Тодорова</i>	132
<i>THE ROLE AND MEANING OF GEOGRAPHY LESSONS FOR THE DEVELOPMENT OF GEOGRAPHIC CULTURE AND ENVIRONMENTALLY CONSCIOUS BEHAVIOUR IN STUDENTS, Jivka Todorova</i>	133
<i>НОРМАТИВНИ ДЕТЕРМИНАНТИ НА ГЕОЕКОЛОГИЧНОТО ОБРАЗОВАНИЕ В НЕФОРМАЛНА СРЕДА, Милка Асенова</i>	134

ЗНАЧЕЊЕ НА МЕНАЏМЕНТОТ ЗА РАБОТЕЊЕТО НА ПРЕТПРИЈАТИЈАТА ОД ОБЛАСТА НА ТУРИЗМОТ

Ѓорѓи Петкоски¹, Цане Котески², Златко Јаковлев³

gjorgji.petkoski@yahoo.com

cane.koteski@ugd.edu.mk

zlatko.jakovlev@ugd.edu.mk

Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип, Факултет за Туризам и бизнис логистика, Р.С.
Македонија

Апстракт

Мошне испреплетената состојба на денешниот свет, во голема мера, му се препишува на успешниот менаџмент. Во тој контекст, менаџментот е инкорпориран во секој сегмент на модерните корпорации, било тоа да се од производниот сектор, услужните дејности, во образованието или во секоја друга организирана форма. Оттаму, се наметнува потребата од големата потрага по компетентни личности, заради претставување на најзначајниот клуч на успехот. Значењето на менаџментот се рефлектира и во перманентниот пораст на менаџерските работни места. Оние личности што докажале дека ја имаат неопходната способност за да бидат успешни менаџери, добро се покажале во однос на своите квалификации.

Клучни зборови: Менаџмент, деловно одлучување, туризам, туристички претпријатија

Abstract:

The highly intertwined state of today's world is largely attributed to successful management. In this context, management is incorporated into every segment of modern corporations, be it the manufacturing sector, the service sector, education or any other organized form. Hence, the need arises from the great search for competent persons, in order to present the most important key to success. The importance of management is also reflected in the permanent growth of managerial jobs. Those who have proven to have the necessary ability to be successful managers have done well in terms of their qualifications.

Key words: Management, business decision making, tourism, tourism enterprises

Вовед (Introduction)

Кога се зборува за значење на менаџментот за работењето на претпријатијата од областа на туризмот, може да се истакне дека ова истражување има научна и практична цел. Научната цел се однесува на одредени теоретски сознанија за значењето на менаџментот насока на зголемување на ефикасноста и ефективноста на претпријатијата од доменот на туризмот и угостителството. Додека практичната цел е поврзана со одредена имплементација на теоретските сознанија во практиката. Поконкретно, практичната цел е тесно поврзана со научната цел. Практичната цел на истражувањето е во имплементирање на откриените теоретски сознанија за збогатување на менаџментот со квалитетни деловни одлуки кои ќе допринесат за динамичен развој на туризмот и угостителството. Според тоа, практичната цел на ова истражување има широки димензии, бидејќи треба да ги мобилизира сите фактори кои непосредно и посредно се инволвирани во туризмот и угостителството, т.е. се заинтересирани за оваа проблематика.

Предмет на истражувањето на овој труд претставува значењето на менаџментот за ефективно и ефикасно работење на туристичко - угостителските претпријатија како и за развој

на туризмот и угостителството. Од овој труд се очекува да се создаде јасна слика за неговото значење за претпријатијата од областа на туризмот и угостителството и неговиот придонес кон создавање фундамент за разбирање на клучните активности за проширување на можностите за креирање на адекватна туристичка понуда која ќе се базира на софистираните желби на туристичката побарувачка. Теоретското истражување и согледувањето на значењето на менаџментот ќе ги разработи основните начини развој на туризмот и угостителството. Комплексното третирање на оваа проблематика во трудот се очекува да биде придобивка од теоретски и практичен аспект. На тој начин би се придонело за динамичен развој на туризмот и угостителството и нивно адекватно промовирање.

1. Теоретско - методолошки пристап во истражувањето

За ефикасно реализирање на секое емпириско истражување, неопходно е најнапред да се изработи проект на истражување. Проектот на истражувањето опфаќа неколку основни фази:

- Одредување целта и предметот на истражувањето;
- Поставување хипотези;
- Изработка на примерокот (избор на примерокот);
- Изработка на методолошките инструменти за собирање податоци на теренот;
- Собирање податоци на теренот;
- Обработка на податоците;
- Интерпретација на податоците, т.е. изработка на студијата.¹

1.1. Цели на истражувањето

Ова истражување има научна и практична цел. Научната цел се однесува на одредени теоретски сознанија за значењето на менаџментот за работењето на претпријатијата од областа на туризмот и угостителството, а практичната цел е поврзана со одредена имплементација на теоретските сознанија во практиката.

1.1.1. Научна цел

Научната цел се однесува на откривање на одредени теоретски сознанија за значењето на менаџментот и неговата улога и значење за работењето на претпријатијата од областа на туризмот. Научната цел на ова истражување е да се откријат нови сознанија за застапеноста на менаџмент процесот во менаџерските активности. Имено, преку методот на анализа, по пат на интервју со претставниците на менаџерскиот тим од повеќе реномирани туристички претпријатија во Република Македонија, ја утврдивме реалната состојба за застапеноста на менаџмент процесот во менаџерските активности.

1.1.2. Практична цел

Ова истражување има и практична цел, која е тесно поврзана со научната цел. Таа е поврзана со одредена имплементација на теоретските сознанија во практиката. Практичната цел на истражувањето е во имплементирање на откриените теоретски сознанија за збогатување на менаџментот кој ќе допринесе за динамичен развој на туристичките претпријатија, а со тоа и на туризмот. Според тоа, практичната цел на ова истражување има широки димензии, бидејќи треба да ги мобилизира сите фактори кои непосредно и посредно се инволвирани во туризмот, т.е. се заинтересирани за оваа проблематика.

1.2. Предмет на истражувањето

¹ Todorović, A., (1978), Metodologija istrazivanja slobodnog vremena, Savremena Administracija – Beograd, Beograd, 51, изнесено според Бунташески, Б., (1994), Социо - психолошки проучувања на активностите на посетителите во туристичкото место, Просветно дело - Скопје, Скопје, 52.

Предмет на истражувањето на овој труд претставува примената на менаџмент процесот во менаџерските активности за ефективно и ефикасно работење на туристичко - угостителските претпријатија како и за развој на туризмот. Од овој труд се очекува да се создаде јасна слика за теоретските основи на менаџмент во туризмот. Од големо значење е да се разбере и менаџмент процесот во туризмот. Понатаму, согледувањето на менаџмент процесот во претпријатијата од областа на туризмот и угостителството придонесоа кон создавање фундамент за разбирање на клучните активности за проширување на можностите за креирање на адекватна туристичка понуда која ќе се базира на софистираните желби на туристичката побарувачка. Теоретското истражување и согледувањето на улогата и значењето на менаџмент процесот ќе ги разработи основните начини за развој на туризмот. Комплексното третирање на оваа проблематика во трудот се очекува да биде придобивка од теоретски и практичен аспект. На тој начин би се придонесло за динамичен развој на туризмот и негово адекватно промовирање.

Во предметот на ова истражување се анализираат три поими што треба да се операционализираат:

- **менаџмент процес во туризмот**
- **менаџмент во туризмот и**
- **претпријатија од областа на туризмот.**

1.2.1. Менаџмент процес во туризмот

Менаџментот како процес опфаќа збир на специфични активности кои ги нарекуваме функции на менаџментот. Обично како функции на менаџментот се истакнуваат следниве: Планирање. Тоа е вовед во селектирање на намерите и целите, а воедно прва активност за успешно спроведување на наведеното. Многуге елементи кои влегуваат во плановите, пред да бидат земени на разгледување, мораат да бидат детално селектирани. Плановите се прават за различни интервали. Во нив силно се имплицирани не само новите идеи туку и осетливоста, опременоста на работното место и така натака. Треба да се апострофира дека планот е средство за акција и начин за остварување на целта. Доколку планирањето е ефикасно дотолку може да се очекува и негова успешна реализација. Организирање. Секоја индивидуа мора да си ја знае својата улога при заедничко делување во претпријатието. Сето тоа го овозможува организирањето, кое е втората менаџерска функција. Тоа всушност ја уредува улогата на поединецот во организациската структура. Значи тоа е менаџерска функција која мора да ги идентификува потребите за работна сила, да има увид во профилот и квалитетот на кадарот што е на располагање, вработување на нови работници, селекција на работата и така натака, заради ефективно и ефикасно извршување на детерминирани цели на претпријатието од областа на туризмот. Управување и раководење. Оваа функција на менаџментот има за цел да делува врз придонесот на луѓето во туристичкото претпријатие, на таков начин што ќе ги мотивира вработените да ги извршуваат своите активности на најефективен и најефикасен начин. Но, менаџерите треба да се авторитативни личности кои знаат: да формираат тимови, да ги делегираат овластувањата на своите соработници, да носат квалитетни одлуки, да мотивираат и интерперсонално да комуницираат како по вертикална така и по хоризонтална линија. Координирање. Тоа е четвртата функција на менаџментот. Самиот термин координирање значи интегрирање и усогласување на активностите на посебните организациони делови (сектори или функционални области) на едно претпријатие од обласата на туризмот за ефективно и ефикасно да бидат постигнати поставените цели. Контролирање. Оваа менаџмент функција креира мерки и активности кои треба да го осигураат реализирањето на планот. Тука се извршуваат групни плански активности за да се види каде настанале некои отстапувања и што може да се преземе за нивна санација. Контролирањето е главен инструмент за оценка на успешноста во остварувањето на плановите.

1.2.2. Менаџмент во туризмот

Мошне испреплетената состојба на денешниов свет, во голема мера, му се препишува на ефективниот менаџмент. Во тој контекст, менаџментот е инкорпориран во секој

сегмент на модерните корпорации, било тоа да се од производниот сектор, услужните дејности, во образованието или во секоја организирана форма. Оттаму, се наметнува потребата од големата потрага по компетентни личности, заради претставување на најзначајниот клуч на успехот. Значењето на менаџментот се рефлектира и во перманентниот пораст на менаџерските работни места. Оние личности што докажале дека ја имаат неопходната способност за да бидат успешни менаџери, добро се покажале во однос на своите квалификации.² Во рамките на деловните претпријатија каде што работењето не може да се замисли без активностите на менаџментот, истиот се смета за своевидна технологија која што овозможува ефикасност и ефективност во фирмите, а посебно во туризмот.³

Неоспорен факт е дека менаџментот има круцијално значење за развој на туризмот. Од друга страна потврден 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, сметам 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 му се дадат соодветни услуги, кои треба да бидат ефективно и ефикасно менаџирани, со кои што ќе бидат задоволни. Според тоа, станува збор за менаџментот и неговата улога и значење за развој на туризмот.

Од аспект на проф. д-р Златко Јаковлев, менаџментот во туризмот е процес на планирање, организирање, управување и раководење, координирање и контролирање на менаџерските активности во туризмот за остварување на дефинираните цели на најефективен и најефикасен начин. Додека под менаџерски активности се подразбираат: оние активности со кои се мотивираат вработените да ги извршуваат своите задачи со висок степен на професионалност (професионално образование, професионална култура, развиен кодекс на однесување, авторитет и одговорност), а задачи на менаџерите се: остварување профит, менаџирање со туристичките претпријатија, менаџирање со вработените, менаџирање со менаџерите кои се на пониско ниво од хиерархиската пирамида, менаџирање со човечки ресурси, креирање на тимови, комуницирање и анализирање на деловното туристичко опкружување.

1.2.3. Претпријатија од областа на туризмот

Успеале и ќе успеат оние туристички претпријатија во светот па така и во Република Македонија коишто се подобри во квалитетот на услугите кои ги нудат. Во седумдесетите години на XX век, подброто се однесувало на подобар амбиент и декор. Во осумдесетите подобро значело да се понудат подобри јадења, пијалоци подобри услуги, гостољубивост. Денес подобро значи присуство на сите наведени квалитети. Тоа значи дека денешните посетители бараат многу повеќе од самиот износ на парите. Кај посетителите владее синтагмата „value for money“. Поизбирливата и пософистицираната туристичка побарувачка ја нагласува потребата од нематеријални, психолошки елементи на туристичките работници во туризмот. Човечкиот фактор, културата на кадрите и нивната едукативна и стручна подготовка со искрено задоволство да ги услужуваат посетителите, станува сигнификантен фактор на ефективност и одлучувачки момент во привлекување на конзументите на туристички услуги. Денешните турбулентни услови на стопанисување се значително изменети. Имено, туризмот влегува во период на трансформација, во која ќе преживеат само оние туристички претпријатија кои се подобро менаџирани и даваат подобри услуги. На врвот ќе бидат само најспособните, најборбените кои не само што знаат туку и ќе умеат да ги реализираат активностите на најдобар можен начин. Таквата констатација важи и за туристичките претпријатија во Република Македонија. Со својата богата и разновидна содржина, понудата презентира широка лепеза туристички услуги кои им се нудат на

² Фалмер, М., Р., (1994), Новиот Менаџмент, Институт Отворено Општество Македонија, Скопје, 18.

³ Мојсоски, В., (2001), Основи на менаџментот, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 17.

потрошувачите.⁴ Современиот човек живеејќи во урбанизирана средина динамичен живот, сака за време на својот туристички престој да се одмори и да се рекреира. Минати се оние времиња кога сместувањето и исхраната беа доминантни сегменти на туристичката понуда. Всушност, слободното време на посетителите во туристичкото место треба да им се исполни со најразновидни содржини.⁵ Всушност, оние претпријатија од областа на туризмот што ги задоволуваат потребите на посетителите со висок квалитет на услуги и разновидни анимациони активности ќе обезбедат не само опстанок туку и нивен раст и развој.

1.3. Хипотези

Едно од најважните прашања во емпириските истражувања е поставување и верификација на хипотезите. „Таа е тврдење кое може да се стави на испит за да се докаже нејзината вредност. Хипотезата може да изгледа како спротивна на обичното сваќање или во согласност со него. Може да се докаже дали таа е точна или неточна. Во секој случај, таа води кон емпириско испитување. Каков и да е резултатот, хипотезата претставува прашање, поставено на таков начин за да може се добие некаков одговор. Таа претставува пример на организиран скептицизам на науката, одбивање да се усвои какво и да е тврдење без емпириско проверување“.⁶ Секоја хипотеза го покажува односот меѓу независните и зависните варијабли.⁷ Во ова емпириско истражување независна варијабла е: на која функција во туристичкото претпријатие е респодентот, а зависно променлив услов е: процесот на менаџментот.

1.3.1. Општа хипотеза

Доколку е застапен менаџмент процесот во менаџерските активности, менаџментот ќе има позитивна улога за успешно работење на туристичките претпријатија и големо значење за развој на туризмот.

1.3.1.1. Посебна хипотеза

Посебната хипотеза гласи: се претпоставува дека постои делумна застапеност на менаџмент процесот во менаџерските активности на претпријатијата од областа на туризмот и угостителството.

1.4. Методи и организација на истражувањето

1.4.1. Методи на истражувањето

При истражувањето на општествените појави се користат општи и посебни методи. „Сите општествени науки, покрај општите методи, применуваат и користат посебни и специфични методи кои се соодветни за собирање податоци во соодветната област“.⁸ Оттаму, и ова истражување се базира на одредена методологија. При обработката на добиените податоци од истражувањето го применивме методот на анализа и методот на синтеза.

1.4.1.1. Метод на анализа

Изразот „анализа“ доаѓа од грчкиот збор >>analysis<< кој значи расчленување на една целина на нејзините составни делови.⁹ Според тоа, расчленувањето е основна

⁴ Симонческа, Л., (1998), Деловното планирање во туристичкото стопанство - теоретски основи и можна примена во Република Македонија, докторска дисертација, Охрид, 19.

⁵ Јаковлев, З., (2000), Анимацијата во туризмот - најзначаен сегмент на туристичката понуда, Економија и бизнис, списание за теорија и практика, мај, 21.

⁶ Gud, V., Het, P., (1966), Metodi socijalnog istraživanja, Beograd, 56 - 57, изнесено според Бунташески, Б., (1994), Социо - психолошки проучувања на посетителите на туристичкото место, Просветно дело - Скопје, Скопје, 55.

⁷ Бунташески, Б., (1994), Социо - психолошки проучувања на активностите на посетителите во туристичкото место, Просветно дело - Скопје, Скопје, 55.

⁸ Todorović, A., (1978), Ibid, 58.

⁹ Стојановиќ, Т., (1990), Анализа на работењето на претпријатијата, Сојуз на сметководствените и финансиските работници на Македонија - Скопје, Скопје, 21.

карактеристика на методот на анализа. Всушност, расчленувањето, значи разделување на еден сложен објект на делови од кои тој се состои за да се согледаат нивните квалитети, го детерминираат квалитетот на сложениот објект и укажуваат на нивното дејство врз него.¹⁰ Имено, на табеларно изнесените податоци, применавме расчленување на нивната содржина и дадовме експлицитно објаснување.

1.4.1.2. Метод на синтеза

Методот синтеза е постапка на научно истражување и објаснување на стварноста и по пат на синтеза на едноставните судови во посложени. Синтезата е процес на воопштување во кој настануваат сите поапстрактни поими во споредба со претходните поими. Синтеза е начин на систематизирање на знаењето по законитоста на формалната логика, како процес на креирање теоретско знаење во правец од посебното спрема општото, односно од видот спрема родот. Сите констатации добиени преку методот на анализа, со примена на методот синтеза ги преточивме во заклучоци од кои понатаму дадовме препораки за подобрување на финансиските одлуки на менаџментот, како и нивната улога во работењето на претпријатијата од областа на туризмот.

1.4.2. Методолошки техники на истражувањето

Во дефинираниот предмет на истражување како методолошки техники ги користевме:

- интервју со претставници на менаџерскиот тим од повеќе реномирани претпријатија од областа на туризмот
- метод на скалирање и
- статистички метод.

1.4.2.1. Интервју

Интервјуто го применивме на претставници од менаџерскиот тим во повеќе претпријатија од областа на туризмот и угостителството. Тоа имаше за цел да се добие јасна претстава за нивните ставови, во поглед на застапеноста на менаџмент процесот во менаџерските активности за обезбедување на раст и развој на претпријатијата од доменот на туризмот и угостителството. Интервјуто го реализиравме со менаџерски тимови од туристичко - угостителски претпријатија во Република Македонија бидејќи по наше согледување тие се најкомпетентни субјекти за обезбедување на нивна деловна ефективност и ефикасност.

1.4.2.2. Метод на скалирање

Овој метод се користи за добивање податоци од повеќе прашања во интервјуто. Скалирањето го применивме за активирање на можностите за инкорпорирање на менаџмент процесот во менаџерските активности за зголемување на ефективноста и ефикасноста на туристичките претпријатија. При формулацијата на степените се водеше сметка за статистичката обработка на податоците што беше следен чекор.

1.4.2.3. Статистички метод

Во ова истражување е применет овој метод затоа што со него се постигнува поголема егзактност во проучувањето на појавите. Притоа ја користевме следнава статистичка техника: пресметување проценти и пресметување на статистичка значајност X^2 (ХИ - квадрат). Статистичката обработка на податоците е вршена компјутерски.

1.4.2.4. Изработка и избор на примерок

При изработката и изборот на примерокот, се водеше сметка за неговата репрезентативност. Репрезентативноста зависи од големината и начинот на неговото добивање. Големината на примерокот зависи од бројот на испитаниците што се земени за

¹⁰ Стојановиќ, Т., (1990), Ибид, 156.

испитување. Притоа, примерокот треба да содржи најмалку 100 членови од популацијата за да можат да се донесуваат сигурни статистички заклучоци.¹¹ Во тој контекст, со ова истражување по пат на интервју се опфатени 200 менаџери на претпријатијата од областа на туризмот и угостителството, како најкомпетентни за обезбедување на нивна деловна ефективност и ефикасност.

1.4.2.5. Реализација на истражувањето

Оваа фаза од истражувањето имаше оперативен карактер. Истражувањето беше реализирано во временскиот период од јуни 2016 до септември 2017 година во поголем број претпријатија од областа на туризмот и угостителството. Од страна на менаџерскиот тим на туристичко - угостителските претпријатија најдовме на целосно разбирање и помош.

2. Анализа на добиените податоци од истражувањето

Овој дел е најважниот дел од трудов и е всушност завршната фаза на истражувањето.¹² Како што истакнавме, користејќи го методот анализа, ги анализиравме и добиените емпириски податоци од интервјуто со менаџерите на повеќе туристички претпријатија, откако истите ги систематизиравме, табелиравме, го одредивме бројот на испитаници, пресметавме процент според бројот на испитаници и пресметавме статистичка значајност X^2 (ХИ - квадрат).

2.1. Ставовите на испитаниците за улогата на финасиските одлуки за ефективност и ефикасност на туристичките претпријатија

Како што истакнавме претходно, фундаментот на ова истражување е анализа на добиените емпириски податоци од интервјуто со менаџерите на повеќе туристичко - угостителски претпријатија, откако истите ги систематизиравме, табелиравме, го одредивме бројот на испитаници и пресметавме процент според бројот на испитаници. Во таа конотација, на табеларно изнесените податоци, а на база на одговорите на респодентите применавме расчленување на нивната содржина и дадовме прецизно објаснување.

Според тоа, посебната хипотеза гласи: „*Се претпоставува дека постои делумна застапеност на менаџмент процесот во менаџерските активности на претпријатијата од областа на туризмот*“.

Во табелата 1, се презентирани ставовите на респодентите за застапеноста на менаџмент процесот во менаџерските активности според функцијата што ја вршат во туристичкото претпријатие, а кои што беа реализирани преку интервју:

Табела 1. Ставови на испитаниците за застапеноста на менаџмент процесот во менаџерските активности според функцијата што ја вршат во туристичкото претпријатие

Table 1. Attitudes of the respondents about the representation of the management process in the managerial activities according to the function they perform in the tourist enterprise

Реден број	Според Ваше мислење кои се основните функции на менаџментот ?				Тотал:
	Испитаници според функцијата во туристичкото претпријатие	Наведени сите функции на менаџментот	Наведени делумно функциите на менаџментот	Не е наведена ни една функција на менаџментот	

¹¹ Бунташески, Б., (1994), Ибид, 60.

¹² Бунташески, Б., (1995), Психологија на туризмот и угостителството, Универзитет „СВ. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид, 238.

1.	Претседател на одбор на директори	5 (25,00%)	13 (65,00%)	2 (10,00%)	20 (100,00%)
2.	Генерален Менаџер	2 (5,88%)	25 (73,53%)	7 (20,59%)	34 (100,00%)
3.	Менаџер	4 (7,27%)	47 (85,46%)	4 (7,27%)	55 (100,00%)
4.	Шеф	2 (2,20%)	86 (94,50%)	3 (3,30%)	91 (100,00%)
Вкупно:		13 (6,50%)	171 (85,50%)	16 (8,00%)	200 (100,00%)

Врз основа на анализа на податоците во табелата 1, а кои се однесуваат на ставовите на респодентите за застапеноста на менаџмент процесот во менаџерските активности според функцијата што ја вршат во туристичкото претпријатие, карактеристични се три тенденции. Првата тенденција се однесува на испитаниците на функција претседател на одбор на директори. Втората тенденција се однесува на респодентите на функција генерален менаџер, шеф и вкупниот број на респоденти и третата тенденција се однесува на испитаниците на функција менаџер. Имено, првата тенденција се однесува на ставовите на испитаниците на функција претседател на одбор на директори. Впрочем, кај оваа категорија респоденти, најголем број од нив делумно ги истакнале функциите на менаџментот. Во таа конотација, претседателите на одборот на директори со процент од 65,00% ги истакнале делумно менаџмент функциите. На второ место се ставовите на испитаниците кои ги наведиле сите менаџмент функции (процентот на одговорите на респодентите на функција претседател на одбор на директори е 25,00%). И на трето место се мислењата на испитаниците кои не истакнале ниту една менаџмент функција. Имено, процентот на респодентите на функција претседател на одбор на директори кои го застапуваат ваквиот став е 10,00%.

Втората се однесува на ставовите на испитаниците на функција генерален менаџер (извршен директор), шеф и вкупниот број респоденти. Всушност, според втората тенденција, на прашањето во интервјуто: “ Според Ваше мислење кои се основните функции на менаџментот?”, најголемиот број испитаници ги истакнале функциите на менаџментот делумно (кај генералните менаџери процентот е 73,53%, кај шефовите е 94,50% и кај вкупниот број респоденти процентот е 85,50%). Помал е процентот за тоа дека не е наведена ни една менаџмент функција (кај генералните менаџери процентот е 20,59%, кај шефовите е 3,30% и кај вкупниот број испитаници е 8,00%). И најмал е процентот на респодентите кои ги истакнале сите менаџмент функции. Во тој контекст, процентот кај генералните менаџери е 5,88%, кај шефовите е 2,20% и кај вкупниот број респоденти процентот изнесува 6,50%.

Третата тенденција се однесува на одговорите на респодентите на функција менаџер. Имено, кај оваа категорија испитаници, најголем процент или 85,46% ги истакнале менаџмент функциите делумно, додека со идентична процентуална застапеност од 7,27% се ставовите на испитаниците кои ги наведиле сите менаџмент функции и мислењата на респодентите кои не истакнале ни една менаџмент функција.

Разликите во одговорите кај испитаниците според функцијата што ја вршат во туристичкото претпријатие и застапеноста на менаџмент процесот во менаџерските активности, врз основа пресметаниот χ^2 (ХИ - квадрат), статистички се значајни на ниво од 0,01.

Заклучок (Conclusion)

Темата која е обработена во овој труд е „Значењето на менаџмент процесот за работењето на претпријатијата од областа на туризмот“. Како мотивација за обработка на оваа тема претставуваше фактот за големото значење на менаџментот за ефективно и ефикасно работење на туристичко - угостителските претпријатија, а со тоа и врз развојот на туризмот. Исто така, вредно е да се напомене како и тоа што постојат мал број истражувања од оваа област, во рамките на нашите простори, така што истата би требало и понатаму да се проучува од научен и стручен аспект со оглед на нејзината актуелност. Според ставовите на респодентите според функцијата што ја вршат, може да се извлече генерален став дека менаџмент процесот е делумно застапен во менаџерските активности, а со него се зголемува ефикасноста и ефикасноста на претпријатијата од доменот на туризмот и угостителството.

Според нас предлозите за подобрување на менаџментот и неговата улога во работењето на претпријатијата од областа на туризмот се следниве:

- пренесување на нови и позитивни идеи од менаџментот од развиените туристички земји но не механички, треба да се води сметка за специфичностите на нашето туристичко стопанство;

- изработка на стручни елаборати и меѓународни стандарди за менаџмент, преземање активности за едукација на менаџерите преку перманентното образование (учество на разни менаџерски курсеви, семинари, симпозиуми, користење менаџмент литература, енциклопедии и слично), исто така треба да постои спремност посебно од страна на топ менаџерите да прифатат и реализираат одредени креативни идеи и да ангажираат млади менаџерски тимови кои имаат посовремени сваќања и кои ќе имплементираат современи методи на работење;

- да се креира уникатен туристички производ, кој ќе е истовремено диферентен од конкуренцијата, преку стручно изработување и имплементирање на туристички содржини кои ќе се креираат од професионални менаџери, а ќе се спроведуваат од професионални туристички работници, да се води перманентна грижа за квалитетот во се (константно подобрување на перформансите на туристичкиот производ - квалитетот не е луксуз) и постојана грижа за ситниците на комплексниот туристички производ;

- ориентирање кон поединечно задоволување на желбите и потребите на секој посетител (тотална респонзивност кон потрошувачите), што значи дека вработените треба да имаат соодветно образование, да бидат максимално ангажирани, предвидливи, комуникативни, пријатни, експедитивни, претприемчиви, со својот професионализам да ги надминуваат очекувањата, да манифестираат висок степен на квалитет и перманентни иновации во давањето на услугите, да се адаптираат на нормите и обичаите кон сите, а посебно кон странските посетители и да имаат адекватно познавање странски јазици;

- да се менаџира и промовира агресивен настап на туристичкиот пазар со учество на позначајни меѓународни туристички берзи и саеми, со богата по квантитет и квалитет и објективна туристичка пропаганда;

После сето тоа повторно се потврдува големото значење на менаџмент процесот и неговата улога во работењето на туристичко - угостителските претпријатија, како и за развој на туризмот и угостителството. Во иднина менаџмент процесот во туризмот, а со тоа и менаџментот во Р. Македонија, а и пошироко, ќе добива уште поголемо значење поради следниве причини: развојот на науката и техниката, големување на динамичноста на окружувањето, интернационализација на туристичките компании, зголемување на конкуренцијата во туризмот, прифаќање на пазарните законитости и во земјите од реал социјализмот, идеолошки аспекти и слично.

За жал се доаѓа до заклучок дека не се посветува доволно внимание на оваа проблематика во претпријатијата од областа на туризмот и угостителството во Република

Македонија и крајно време е да се извршат фундаментални промени во ставовите на менаџерите кои се инволвирани во туризмот кон менаџментот како најзначаен сегмент на туристичката понуда и како важен фактор за квалитетни услуги. Но, се добива силен впечаток дека не постои соодветна спремност од топ менаџерите во Република Македонија, со одредени исклучоци, за реализирање на таа иницијатива. Би требало да се промовираат нови стручни кадри кои би ја надминале индиферентноста на досегашните менаџери во туризмот. Тие во целост би го забрзале развојот на туризмот. Неопходно е максимално да се искористат и валоризираат туристичките вредности со кои располага нашата земја со вклучување професионален менаџмент, бидејќи тој има круцијална улога за ефективно и ефикасно работење на претпријатијата од доменот на туризмот, преку носење на квалитетни финансиски одлуки. Во тој контекст, никако не смее да се заборави фактот дека еден од најзначајните фактори за брз туристички развој и за поголема конкурентност на домашниот и меѓународниот туристички пазар е и менаџментот во туризмот.

Литература (Literature)

1. Бунташески, Б., (1994), Социо - психолошки проучувања на активностите на посетителите во туристичкото место, Просветно дело - Скопје, Скопје;
2. Бунташески, Б., (1995), Психологија на туризмот и угостителството, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид;
3. Gud, V., Het, P., (1966), Metodi socijalnog istraživanja, Beograd, изнесено Според Бунташески, Б., (1994), Социо - психолошки проучувања на активностите на посетителите во туристичкото место, Просветно дело - Скопје, Скопје;
4. Dale, E., (1970), Readings in Management: Landmarks and New Frontiers, MacGraw – Hill Book Company, New York;
5. Јаковлев, З., (2000), Анимацијата во туризмот - најзначаен сегмент на туристичката понуда, Економија и бизнис, списание за теорија и практика, Еуро - Мак - Компани, Скопје, Април;
6. Мојсоски, В., (2001), Основи на менаџментот, Факултет за туризам и угостителство - Охрид, Охрид;
7. Negro, Z., F., (2001), Finansiski management, Visoka skola za turizam - Sibenik, Sibenik;
8. Симонческа, Л., (1998), Деловното планирање во туристичкото стопанство - теоретски основи и можна примена во Република Македонија, докторска дисертација, Охрид;
9. Стојановиќ, Т., (1990), Анализа на работењето на претпријатијата, Сојуз на сметководствените и финансиските работници на Македонија - Скопје, Скопје;
10. Todorović, A., (1978), Metodologija istrazivanja slobodnog vremena, Savremena Administracija – Beograd, Beograd, 51, изнесено според Бунташески, Б., (1994), Социо - психолошки проучувања на активностите на посетителите во туристичкото место, Просветно дело - Скопје, Скопје;
11. Трајкоски, Б., (1997), Деловни финансии со финансиски менаџмент, Универзитет св. „Климент Охридски“ – Битола, Економски факултет – Прилеп;
12. Фалмер, М., Р., (1994), Новиот Менаџмент, Институт Отворено Општество Македонија, Скопје;
13. Cerović, S., (2009), Strategijski menadzment u turizmu, Univerzitet u Singidunum, Fakultet za turisticke i hotelske menadzment, Beograd.

