

Оливер Филипоски



# МЕНАЏМЕНТ НА НАСТАНИ

Штип, 2023



Оливер Филипоски  
МЕНАЏМЕНТ НА НАСТАНИ



**Автор:**  
Проф. д-р Оливер Филипоски  
**МЕНАЏМЕНТ НА НАСТАНИ**

**Рецензенти:**  
Проф. Д-р Дејан Методијески  
Проф. Д-р Владимир Китанов

**Лектор:**  
Толе Белчев

**Уредник:**  
Лилјана Колева-Гудева

**Техничко уредување:**  
Оливер Филипоски

**Издавач:**  
Универзитет „Гоце Делчев” - Штип

**Објавено во е-библиотека:**  
<https://e-lib.ugd.edu.mk>

**DOI: <https://www.doi.org/10.46763/9786082770147>**

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

338.48:005.551(075.8)  
640.4::005.551(075.8)

ФИЛИПОСКИ, Оливер  
Менаџмент на настани [Електронски извор] / Оливер Филипоски. - Штип  
: Универзитет "Гоце Делчев" - Штип, Факултет за туризам и бизнис  
логистика, 2023

Начин на пристапување (URL): <http://e-lib.ugd.edu.mk/1159>. - Текст во  
PDF формат, содржи 287 стр., илустр. - Наслов преземен од екранот. -  
Опис на изворот на ден 22.11.2023. - Фусноти кон текстот. - Биографски  
податоци: стр. 286. - Библиографија: стр. 281-285

ISBN 978-608-277-014-7

а) Туризам -- Организирање на настани -- Висошколски учебници б)  
Угостителство -- Организирање на настани -- Висошколски учебници

COBISS.MK-ID 62458885

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



Вонреден професор Д-р Оливер Филипоски

## **МЕНАЏМЕНТ НА НАСТАНИ**

Штип, 2023

## ПРЕДГОВОР

Книгата е наменета за потребите на студентите на Факултетот за туризам и бизнис логистика за подготвување на испитот по предметот Менаџмент на настани.

Оваа книга е од областа на туризмот и угостителството. Се состои од 15 поглавја, што е во согласност со Наставниот план и програмата на Факултетот за туризам и бизнис логистика. Предметот Менаџмент на настани, за којшто е наменета книгата, е задолжителен предмет за прв циклус на студии на насоката Хотелско ресторански менаџмент во четврта година и избранен на насоката Туризам и угостителство во трета година. Исто така, може да ја користат и студентите од втор циклус на студии како основна литература за истоимениот предмет на насоката Меѓународен туризам кој им е избранен и за студиска програма со 60 ЕКТС и за студиската програма со 120 ЕКТС.

Книгата претставува основна литература во изучување на предметната програма од горенаведената наставна дисциплина. Материјалот во ракопис за книгата е изложен концизно и прегледно со што е лесно разбирлив и совладлив од страна на студентите за кои е наменет. Учебникот можат да го користат сите студенти на останатите факултети каде што се изучува предметот Менаџмент на настани, но и останатите стручни кадри кои ја проучуваат оваа проблематика. Учебникот е изготвен со цел да се унапреди наставата по предметот Менаџмент на настани и да се подобри квалитетот на знаењето на студентите.

Предметната програма по предметот Менаџмент на настани е составена од 15 поглавја и тоа: Дефинирање, видови и значење на настаните, Значење на настаните за развој на туризмот, Манифестациски туризам, Менаџмент на настани, Процес на менаџмент на настани, Подготовка на содржината на програмата на настанот, Услуги кои се користат за организација на настани, Планирање буџет за организација на настан, Договори за организација на настан, Комуницирање со учесниците во настанот, Промотивни активности поврзани со настан, Квалитет на услугите содржани во настанот, Безбедносни мерки за организација на настан, Методи за испитување на учесниците во настанот и Трендови и перспективи за развој на настаните.

Во разработката на книгата е користена соодветна литература од познати автори и институции од областа на менаџмент на настани. Денес, настаните зафаќаат централно место во нашата култура, како никогаш досега. Зголемувањето на слободното време и приходите доведоа до зголемувањето на бројот на јавни настани, прослави и забава.

Значењето на настаните, доведува до појавата на Менаџментот на настани како посебна научна дисциплина која се изучува во средните стручни училишта и на универзитетите. Студиите за настани е академска област посветена на создавање на знаења и теорија за управување со настани.

Имајќи предвид дека ова е прво издание на книгата, за сите забелешки, мислења и коментари, авторот ќе Ви биде благодарен и ќе ги земе во предвид при создавање на следни дополнителни и проширени изданија. Искажувам благодарност до сите колеги и соработници кои дадоа придонес во обезбедувањето на неопходните материјали за комплетирање на книгата, како и на рецензентите за укажаните искрени и конструктивни сугестии.

Авторот

## СОДРЖИНА

1. ДЕФИНИРАЊЕ, ВИДОВИ И ЗНАЧЕЊЕ НА НАСТАНИТЕ .....	15
1.1. Поим и дефинирање на настаните .....	15
1.2. Социјални, културни, економски и политички влијанија на настаните.....	19
1.3. Историски развој на настаните .....	25
1.3.1. Одржување на настаните кај античките цивилизации .....	25
1.3.2. Организација на настаните во средниот век .....	27
1.3.3. Настани од периодот на индустриската револуција .....	29
1.3.4. Настани во 20 и 21 век.....	31
1.3.5. Позначајни настани во Европа .....	32
1.3.6. Меѓународни примери и позначајни светски настани .....	40
1.3.7. Преглед на позначајните настани во Република Северна Македонија.....	42
1.4. Поделба на настаните .....	45
1.4.1. Поделба на настаните според содржината (социјални, деловни, културно-спортски).....	46
1.4.2. Поделба на настаните според континуитетот на организација .....	46
1.4.3. Поделба на настаните според бројот на учесниците .....	47
1.4.4. Поделба на настаните според територијалниот опфат .....	47
1.4.5. Поделба на настаните според временскиот период на одржување .....	49
2. ЗНАЧЕЊЕ НА НАСТАНИТЕ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ .....	51
2.1. Настаните како туристички производ .....	51
2.1.1. Туристички производ.....	51
2.1.2. Туристичка дестинација .....	52
2.1.3. Туристичкиот пазар и неговите составни елементи.....	55
2.1.4. Елементи на туристичкиот производ.....	56
2.2. Туризмот и настаните .....	57



2.3. Настаните како туристички производ .....	58
2.4. Настаните како мотив за вклучување во туристичките движења .....	59
2.5. Организација на настани во туристичкиот систем .....	60
2.6. Промоција на туристичката дестинација преку организација на настани .....	61
2.7. Влијание на настаните во креирање на туристичка понуда во дестинацијата....	62
2.8. Мултипликативен ефект на настаните во туристичката дестинација .....	63
2.9. Позитивни и негативни влијанија на настаните во туристичката дестинација....	64
2.10. Балансирање на ефектите .....	66
2.11. Однос на државата и настаните .....	66
<b>3. МАНИФЕСТАЦИСКИ ТУРИЗАМ .....</b>	<b>69</b>
3.1. Развој на манифестацискиот туризам .....	69
3.1.1. Поим и развој на конференциите .....	70
3.1.2. Поим и развој на саемите .....	73
3.1.3. Поим и развој на фестивалите .....	76
3.1.4. Поим и развој на банкетите .....	77
3.2. Поим и карактеристики на манифестацискиот туризам .....	97
3.3. Клучни компоненти на манифестацискиот туризам.....	98
3.4. Манифестацискиот туризам и останатата туристичка понуда на дестинацијата	99
3.5. Валоризација на манифестацискиот туризам .....	100
3.6. Промоција на манифестацискиот туризам .....	101
3.7. Процес на планирање на стратегија за развој на манифестациски туризам ....	105
3.7.1. Анализа на состојбата .....	106
3.7.2. Цели за развој на манифестациски туризам .....	109
3.7.3. Креирање на организациска структура на манифестацискиот туризам.....	112
3.7.4. Стратегија за манифестациски туризам .....	112
3.7.5. Имплементација на стратегија за манифестациски туризам.....	114

4. МЕНАЏМЕНТ НА НАСТАНИ .....	115
4.1. Фази во процесот на организирање на настаните .....	115
4.2. Фактори кои влијаат врз организација на настаните .....	116
4.3. Учесници во процесот на организација на настаните.....	117
5. ПРОЦЕС НА МЕНАЏМЕНТ НА НАСТАНИ .....	119
5.1. Воведна фаза.....	120
5.2. Фаза на стратешко планирање (визија, мисија, цели, анализа и стратегија)....	121
5.3. Фаза на оперативно планирање .....	123
5.4. Фаза на имплементација .....	125
5.5. Фаза на евалуација.....	125
5.6. Акциски план за настаните.....	125
6. ПОДГОТОВКА НА СОДРЖИНАТА НА ПРОГРАМАТА НА НАСТАНОТ .....	129
6.1. Цели за подготовка и планирање на настани .....	129
6.1.1. Основни цели за организација на настани .....	129
6.2. Дефинирање на опфатот на настанот и подготовка на временска рамка за настанот .....	133
6.2.1. Опфат на настанот.....	136
6.2.2. Подготовка на временска рамка со опис на активности за настан.....	142
6.2.3. Активности во планирање и менаџирање со настани.....	148
6.3. Организациона структура за настан.....	149
6.4. Човечки ресурси во организација на настан .....	157
6.4.1. Карактеристики на учесници во настан.....	164
6.4.2. Креирање на организациона структура за настан .....	167
7. УСЛУГИ КОИ СЕ КОРИСТАТ ЗА ОРГАНИЗАЦИЈА НА НАСТАНИ .....	171
7.1. Определување на потребен простор за одржување на настани .....	171
7.2. Избор на храна и послужување за настан.....	173

7.3. Неопходна опрема и технологија за организација на настан.....	175
7.4. Дополнителни услуги во организација на настан .....	179
8. ПЛАНИРАЊЕ БУЏЕТ ЗА ОРГАНИЗАЦИЈА НА НАСТАН .....	181
8.1. Планирање на буџет за настан .....	181
8.2. Калкулација на буџетска ставки.....	181
8.3. Пресметување на трошоци за организација на настан .....	183
9. ДОГОВОРИ ЗА ОРГАНИЗАЦИЈА НА НАСТАН.....	189
9.1. Примање на барање за организација на настан.....	189
9.2. Комуникација со баратели за организација на настан .....	189
9.3. Анализа на барањето за организација на настан .....	192
9.4. Понуда за настан .....	194
9.4.1. Параметри на понуда за организација на настан (време, локација, услуги, клиенти, цена) .....	195
9.5. Изработка на понуда .....	198
9.6. Составување на договор за организација на настан .....	199
9.7. Составување на договор за доставувачите на услуги.....	202
9.8. Составување на договор за спонзорите.....	207
10. КОМУНИЦИРАЊЕ СО УЧЕСНИЦИТЕ ВО НАСТАНОТ .....	209
10.1. Комуникација на настан.....	209
10.2. Значење на комуникацијата во одржување на настан .....	212
10.3. Видови на комуникација со учесниците во настан.....	214
10.4. Видови на комуникација со доставувачите на услуги за настан .....	219
10.5. Комуникација со медиуми .....	220
10.6. Комуникација по завршување на настан .....	220
11. ПРОМОТИВНИ АКТИВНОСТИ ПОВРЗАНИ СО НАСТАН.....	221
11.1. Промоција на настан во медиуми .....	228

11.2. Промотивна кампања .....	231
11.3. Промоција на настан преку интернет и социјални медиуми .....	232
12. КВАЛИТЕТ НА УСЛУГИТЕ СОДРЖАНИ ВО НАСТАНОТ .....	235
12.1. Начини на контрола на храна и пијалаци за настан .....	239
12.2. Контрола на технологија и опрема на настан .....	242
12.3. Контрола на дополнителни услуги за настан .....	242
12.4. Контрола на локација за настан.....	245
13. БЕЗБЕДНОСНИ МЕРКИ ЗА ОРГАНИЗАЦИЈА НА НАСТАНОТ.....	245
13.1. Сигурност при организација на настани .....	246
13.2. Опасности поврзани со настаните.....	246
13.3. Обрнување внимание на публиката .....	248
13.4. Безбедност при одржување на настани .....	249
13.5. Медицински и услуги за итни случаи за настани.....	249
14. МЕТОДИ ЗА ИСПИТУВАЊЕ НА УЧЕСНИЦИТЕ ВО НАСТАНОТ .....	253
14.1. Методи за испитување на учесниците во настанот (набљудување, интервју, анкета).....	253
14.2. Изработка на анкетен прашалник за учесници во настан .....	259
14.3. Спроведување на анкета.....	262
14.4. Анализа на анкетен прашалник од настан .....	263
14.5. Препораки за подобрување на настанот .....	264
15. ТРЕНДОВИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА НАСТАНИТЕ.....	265
15.1. Трендови за развој на настаните во светот .....	265
15.2. Влијание на манифестацискиот туризам врз развојот на туристичката дестинација .....	268
15.3. Можноста за диференцирање препознатливи производи во склоп на манифестацискиот туризам во Република Северна Македонија.....	270
15.4. Портфолио на манифестации во Република Северна Македонија .....	276

15.5. Стратегии за развој на настаните во функција на туризмот .....	277
12.6. Перспективи за развој на манифестациски туризам во Република Северна Македонија .....	279
ЛИТЕРАТУРА .....	281

## ЛИТЕРАТУРА

- Adams, R. (2004). An ethnoarchaeological study of feasting in Sulawesi, Indonesia. *Journal of Anthropological Archaeology*, 23, 56–78.
- Anon. (2000). *Rugby World Cup 1999 Economic Impact Evaluation: Summary Report*. Edinburgh: Segal Quince Wicksteed Limited and System Three.
- Auerbach, J., & Hoffenberg, P. (2016). *Britain, the Empire, and the World at the Great Exhibition of 1851*. London: Routledge.
- B&NES. (2000). *Bath and North East Somerset Arts Impact Assessment*. Somerset: Bath and North East Somerset District Council.
- Bateman, H., Harris, E., & McAdam, K. (2006). *Dictionary of Leisure, Travel and Tourism*. London: A&C Black Publishers Ltd.
- Beier, J., & Damböck, S. (2010). *The Role of Exhibitions in the Marketing Mix*. Ravensburg: The Global Association of the Exhibition Industry & University of Cooperative Education .
- Bendall, L. (2004). Fit for a King? Hierarchy, exclusion, aspiration and desire in the social structure of Mycenaean banqueting. Bo H. P., & B. J.C, *Food, Cuisine and Society in Prehistoric Greece* (стр. 105–35). Oxford, : Sheffield Studies in Aegean Archaeology .
- Bhatia, K. (2006). *The Business of Tourism: Concepts and Strategies*. New Delhi: Sterling Publishers Private Limited.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2006). *Events Management*. Oxford: Elsevier.
- Brzeziński, S., & Jasiński, M. (2014). Trade fairs as an opportunity for professional development. Case study of ITB Berlin. *Polish Journal of Management Studies*, 10(2), 15-22.
- Campbell, F., Robinson, A., Brown, S., & Race, P. (2003). *Essential Tips for Organizing Conferences & Events*. London: Kogan Page Limited.
- Council, B. C. (2000). *Events Unit Performance Improvement Business Plan*. Belfast: City Council.
- Davidson, R., & Cope, B. (2003). *Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Harlow: Financial Times, Prentice Hall.
- Davidson, R., & Rogers, T. (2006). *Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events*. New York: Routledge.
- DCMS. (1999). *Tomorrow's Tourism: A Growth Industry for the New Millennium*. London: Department for Culture, Media and Sport.

- Dietler, M. (2001). Theorizing the feast: rituals of consumption, commensal politics, and power in African societies. Bo M. Dietler, & B. Hayden, *Archaeological and Ethnographic Perspectives on Food, Politics, and Power* (стр. 65–114). Washington DC: Smithsonian Institution.
- Filipova, M. (2015). *Cultures of International Exhibitions 1840-1940: Great Exhibitions in the Margins*. Surrey: Ashgate.
- Fuller, M. (1998). *Basingstoke Arts Festival Feasibility Study: Report of the Director of Arts, Countryside and Community*.
- Galičić, V. (2012). Tourism and Hospitality Management. *Conference review: 21st biennial international scientific congress "Tourism and hotel industry 2012"*, 18, стр. 159-168.
- Gebarowski, M., & Wiazewicz, J. (2014). Contemporary trade shows as a place of knowledge sharing about tourism products. *Management, Knowledge and Learning International Conference*. Portoroz.
- Getz, D. (2005). *Event management and Event tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2007). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Oxford: Elsevier.
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403–428.
- Goeldner, C., & Ritchie, B. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. . New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Goldblatt, J. (2004). *Professional Event Coordination*. New Jersey: John Wiley and Sons.
- Goldblatt, J. (2005). *Special Events: Event Leadership for a New World*. (4, Yp.) Hoboken: John Wiley & Sons.
- Harriss, J. (2004). *The Tallest Tower: Eiffel and the Belle Epoque*. Bloomington: Unlimited Publishing.
- Hayden, B. (2001). Fabulous feasts: a prolegomenon to the importance of feasting. Bo D. M. M., & B. Hayden, *Archaeological and ethnographic perspectives on food, politics, and power* (стр. 23–64). Washington, DC: Smithsonian Institution.
- Hayden, B. (2003). Were luxury foods the first domesticates? Ethnoarchaeological perspectives from Southeast Asia. *World Archaeology*, 34(3), 458–469.
- <http://ResearchInfo/EconomicSignificanceStudy.aspx>. (н.д.). Повратено од [www.conventionindustry.org](http://www.conventionindustry.org).
- <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/event>. (н.д.).
- Hunt, E., & Murray, J. (1999). *A History of Business in Medieval Europe, 1200-1550*. Cambridge: Cambridge University Press.

- ITC. (2012). *Basics for Organizing Trade Fairs – A Guide for Developing Countries*. Geneva: International Trade Centre.
- Jafari, J. (2000). *Encyclopedia of tourism*. London: Routledge.
- Jago, L., Chalip, L., Brown, G., Mules, T., & Ali, S. (2003). Building events into destination branding: insights from experts. *Event Management*, 8(1), 8(1), 3-14.
- Jones, B., & Tadajewski, M. (2016). *The Routledge Companion to Marketing History*. New York: Routledge.
- Kowalik, I. (2012). Influence of Trade Fairs on a Host City Brand. *Public Policy and Administration*, 11(4), 629–640.
- Mai, J. (2014). *Conferences and Conventions: A Research Perspective*. New York: Routledge.
- Malekmohammadi, A., Mohamed, B., & Ekiz, E. (2011). An analysis of conference attendee motivations: Case of international conference attendees in Singapore. *Journal of Travel and Tourism Research*, 50-64.
- Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Mihalić, T. (1997). *Turistična podjetja: Poslovanje in ekonomika turističnih agencij in gostinskih podjetij*. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.
- Nurse, K. (2003). Festival tourism in the Caribbean: an economic impact assessment. *Fifth Annual Caribbean Conference on Sustainable Tourism Development*. Caribbean Tourism Organisation.
- Peter, M., & Sydney, P. (1989). *The Cambridge Economic History of Europe*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ritcher, B., & Crouch, G. (2003). *The Competitive Destination – A sustainable Tourism Perspective*. Wallingford: CABI Publishing.
- Robinson, P., Wale, D., & Dickson, G. (2010). *Events Management*. Wallingford: CABI.
- Rogers, T. (2013). *Conferences and Conventions: A Global Industry*. New York: Routledge.
- Rowley-Conwy, P. (2018). Zooarchaeology and the elusive feast: from performance to aftermath. *World Archaeology*.
- Shone, A. (1998). *The Business of Conferences: A hospitality sector overview of UK and Ireland*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Shone, A., & Parry, B. (2019). *Successful Event Management: A Practical Handbook* (5 изд.). Andover, United Kingdom: Cengage Learning EMEA.
- Short, J. (2012). *Globalization, Modernity and the City*. London: Routledge.



- Situma, S. (2012). The Effectiveness of Trade Shows and Exhibitions as Organizational Marketing Tool. *International Journal of Business and Social Science*, 3(22), 219-230.
- Smith, A., & Jenner, P. (1998). The impact of festivals and special events on tourism. *Travel and Tourism Analyst*, 73-91.
- Swaddling, J. (1999). *The Ancient Olympic Games*. Austin: University of Texas Press.
- Teughels, N., & Scholliers, P. (2015). *A Taste of Progress: Food at International and World Exhibitions in the Nineteenth and Twentieth Centuries*. . London: Routledge.
- UNESCO. (2015). *Festival statistics: Key concepts and current practices*. Montreal: UNESCO Institute for Statistics.
- UNWTO. (2016). *Tourism Highlights 2016 Edition*. Madrid: UNWTO.
- Yuksel, U., & Voola, R. (2010). Travel trade shows: exploratory study of exhibitors' perceptions. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(4), 293–300.
- Блажеска, Д., & Матеска, Ф. (н.д.). *Унапредување на продажбата како облик на пазарно комуницирање*. Скопје: УТМ.
- Гетова, Т. (2014). *Туризам на настани (евент туризам) – потенцијал и развој во регионот на Валандово*. Штип: УГД.
- Димеска, Х. (2019). *Културниот туризам во Република Македонија и неговото влијание во општествениот развој на земјата*. Скопје: УКИМ, ПМФ.
- Консалтинг, Г. П. (2014). *Потстратегија за традиции и настани*. Скопје: Агенција за промоција и поддршка на туризмот.
- Мариноски, Н. (2005). *Туристички агенции*. Охрид: ФТУ.
- Методијески, Д., & Голаков, К. (2013). *Толковник на поими, термини и имиња од областа на туризмот (англиско-руско-македонски)*. Скопје: Современост.
- Методијески, Д., & Санева, Д. (2016). Организација на научни и стручни конференции и нивниот придонес во науката. *Состојби и перспективи во туризмот, економијата и бизнис логистиката во Република Македонија*, 26-35.
- Методијески, Д., Филипоски, О., Ташков, Н., & Митрева, Е. (2018). *Менаџмент со кетеринг операции во хотелскиот и ресторанскиот бизнис*. Скопје: Гера Ком Плус.
- Методијески, Д., Филипоски, О., Цуцулески, Н., Ташков, Н., Мичев, Г., Димовски, Ч., & Тодоровиќ, Е. (2018). *Гастрoномски туризам: современи светски тенденции и перспективи за развој во Македонија*. . Скопје: Туристика.
- Методијески, Д., Целадин, Е., & Санева, Д. (2017). Меѓународните саеми како фактор за развој на бизнисот и туризмот. *Состојби и перспективи во туризмот, економијата и бизнис логистиката*. Штип: УГД.

- Митревски, В., & Митревска, М. (2018). Ефекти од спортските настани во опкружувањето. *КОНДИЦИЈА*, 9.
- Мукиновиќ, Љ. (1990). *Современ лексикон на странски зборови и изрази*. Скопје: Наша книга.
- Ташков, Н., Димитров, Н., & Методијески, Д. (2016). *Водич за препознатливите производи, локалитети, објекти и настани во Македонија*. Скопје: Агенција за промоција и поддршка на туризмот.
- Трајкоска, Н. (2017). *Маркетингот на настани како инструмент на интегрираните маркетинг комуникации*. Битола: УКЛО.

## БИОГРАФСКИ ПОДАТОЦИ



Оливер Филипоски е роден 1980 год. Дипломирал на Факултетот за туризам и угостителство во Охрид на насоката осигурување, магистрирал на истиот факултет во областа менаџмент на осигурителни компании. Докторирал на Економскиот институт на Универзитетот Кирил и Методиј, Скопје и се стекнал со звање доктор по економски науки. Од 2010 година е вработен на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитет „Гоце Делчев“ во Штип. Има издадено повеќе од 100 трудови и книги и учествувал на поголем број меѓународни конференции од областа на туризам и угостителство, бизнис логистика, осигурување, управување со ризици итн.



ISBN 978-608-277-014-7