



**ISCTBL 2023**  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

Универзитет „Гоце Делчев“ –  
Штип

**Goce Delchev University  
Shtip**

Факултет за туризам и бизнис  
логистика

**Faculty of Tourism and  
Business Logistics**

**Шеста Меѓународна Научна Конференција  
Sixth 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**



Универзитет „Гоце Делчев“ –  
Штип

Goce Delcev University  
Shtip

Факултет за туризам и бизнис  
логистика

Faculty of Tourism and  
Business Logistics

**Шеста Меѓународна Научна Конференција  
Sixth 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**

19 мај 2023 г. / May 19, 2023

**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](http://www.ftbl.ugd.edu.mk)  
[www.ugd.edu.mk](http://www.ugd.edu.mk)

**За издавачот:** д-р Татјана Бошков, декан

**Организатор на конференцијата:** Факултет за туризам и бизнис логистика

**Уредник:** д-р Татјана Бошков, декан

**Тираж:** 146

**Година на издавање:** 2023

**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](http://www.ftbl.ugd.edu.mk)  
[www.ugd.edu.mk](http://www.ugd.edu.mk)

**For the Publisher:** Tatjana Boshkov, Ph.D. – Dean

**Conference Organizer:** Faculty of Tourism and Business Logistics

**Editor:** Tatjana Boshkov, Ph.D. – Dean

**Print circulation:** 146

**Year of publication:** 2023

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

338.48(062)  
658.6/.8:164(062)

МЕЃУНАРОДНА Научна Конференција (5 ; 2022 ; [Штип])  
Предизвиците во туризмот и бизнис логистиката во 21 век : зборник на трудови / Петта меѓународна научна конференција, 30 април 2022 г . ; [уредник Татјана Бошков] = Challenges of tourism and business logistics in the 21st century : conference proceedings / Fifth international scientific conference, April 30, 2022 ; [editor Tatjana Boshkov]. - Штип  
: Универзитет "Гоце Делчев" - Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика = Shtip : University "Goce Delchev" - Shtip, Faculty of tourism and business logistics : Факултет за туризам и бизнис логистика = Faculty of Tourism and Business Logistics, 2022. - [274] стр. : илустр.  
; см

Фусноти кон текстот. - Трудови на мак. и англ. јазик. - Библиографија кон одделни трудови. - Abstracts. - Резимеа

ISBN 978-608-244-891-6

а) Туризам -- Собири б) Синџир на снабдување -- Логистички системи -- Собири  
COBISS.MK-ID 57409541

**Организациски комитет:**

Проф. д-р. Татјана Бошков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Наташа Митева, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Доц. д-р Цветанка Ристова Магловска, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Душко Јошески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Доц. д-р. Душица Попова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

**Меѓународен програмски комитет:**

Проф. д-р. Татјана Бошков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Наташа Митева, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Доц. д-р. Цветанка Ристова Магловска, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Душко Јошески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Доц. д-р. Душица Попова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Никола В. Димитров, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Цане Котески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
д-р Билјана Цоневска Гуњовска, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Оливер Филипоски, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Александра Жежова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Зоран Темелков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Мишко Цидров, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Машински факултет, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Тања Ангелкова Петкова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р Димитар Ковачевски, Универзитет Американ Колеџ Скопје, Република Северна Македонија  
Проф. д-р Слаџана Стојановска, Факултет за Бизнес Економија, Скопје, Република Северна Македонија  
Доц. д-р Христина Серафимовска, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија  
Проф. д-р. Глигор Бишев, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Економски факултет Прилеп, Република Северна Македонија  
Доц. д-р. Васко Шутаров, МИТ Универзитет, Факултет за безбедност, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Мадалина Теодора Андреи, Универзитет Хиперион, Факултет за општествени, хуманистички науки и природни науки, Оддел за географија, Романија

Проф. д-р. Соња Квируга, Универзитет Алкала, Оддел за економија, Шпанија

Проф. д-р. Алиса Флеишер, Хебрејскиот универзитет Јерусалим, Роберт Х. Смит, Факултет за земјоделие, Храна и Животна средина, Оддел за економија на животна средина и управување, Израел

Проф. д-р. Ноам Шовал, Хебрејски универзитет Ерусалим, Факултет за општествени науки, Оддел за географија, Израел

Проф. д-р. Нурија Елиса Морере Молинеро, Универзитет Реј Хуан, Шпанија

Проф. д-р. Никола Хурвулиадес, Американ Колеџ Солун, Грција

Проф. д-р. Донила Пипа, Универзитет Марин Барлети, Економски факултет, Албанија

Проф. д-р. Мохамед Фуад, Ариш Универзитет, Факултет за уметност, Египет

Проф. д-р. Франсис Вериза, Универзитет Толиара, Факултет за општествени науки, Мадагаскар

Проф. д-р. Октавиан Сербан, Букурешки Универзитет за Економија, Факултет за храна од земјоделие и економија на животната средина, Романија

Проф. д-р. Сабина Георгечи, Асоцијација за промоција на туризмот, Дробета Турму-Северин, Романија

Проф. д-р. Серафима Роскова, Молдовска академија за науки, Академија за економски науки на Молдавија, Република Молдавија

Проф. д-р. Стела Дерменчиева, Универзитет на Велико Трново Свети „Кирил и Методиј“, Оддел за Географија, Бугарија

Проф. д-р. Марта Боровска Стефанска, Универзитет во Лоџ, Факултет за Географски науки, Институт за градежна средина и Просторна, Полска

Проф. д-р. Јулиана Поп, Универзитет за економски студии, Факултет за бизнис и туризам, Романија

Проф. д-р. Елена Тома, Универзитет Хиперион, Факултет за општествени, хуманистички науки и природни науки, Оддел за географија, Романија

Проф. д-р. Ирина Лазар, Универзитет Хиперион, Факултет за општествени, хуманистички науки и природни науки, Оддел за географија, Романија

Проф. д-р. Озгур Јерли, Дужче Универзитет, Факултет за Шумарство, Оддел за пејсажи, Турција

Доц. д-р. Жарко Радјеновиќ, Универзитет во Ниш, Центар за иновации, Србија

Проф. д-р. Драго Цвијановиќ, Универзитет во Крагујевац, Факултет за Хотелски менаџмент и Туризам Врњачка Бања, Србија

Проф. д-р. Дарко Димитровски, Универзитет во Крагујевац, Факултет за Хотелски менаџмент и Туризам Врњачка Бања, Србија

Проф. д-р. Серџо Чипола, Универзитет во Палермо, Силиција, Италија

Доц. д-р. Марија Белиј Радан, Универзитет во Белград, Факултет за географија, Србија

Доц. д-р. Андреј Мичовиќ, Универзитет во Крагујевац, Факултет за Хотелски менаџмент и Туризам Врњачка Бања, Србија

**Organizational committee:**

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Natasa Miteva, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Cvetanka Ristova Maglovska, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Dusko Joseski, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Dusica Popova, Ph.D., Dusica Popova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

**International program committee:**

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Natasa Miteva, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Cvetanka Ristova Maglovska, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Dusko Joseski, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Dusica Popova, Ph.D., Dusica Popova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Nikola V. Dimitrov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Cane Koteski, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Biljana Conevska Gunjovska, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Oliver Filiposki, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Aleksandra Zezova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Zoran Temelkov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Misko Djidrov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Mechanical Engineering, Stip, North Macedonia

Prof. Tanja Angelkova Petkova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Dimitar Kovacevski, Ph.D., School of Business Economics and Management, University American College Skopje, North Macedonia

Prof. Slagjana Stojanovska, Integrated Business Faculty, Skopje, North Macedonia

Assist. Prof. Hristina Serafimovska, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Gligor Bishev, Ph.D., St. Clement of Ohrid University of Bitola, Faculty of Economics, Prilep, North Macedonia

Assist. Prof. Vasko Sutarov, Ph.D., MIT University, Faculty of Security Sciences, North Macedonia

Prof. Madalina Teodora Andrei, Ph.D., Hyperion University, Faculty of Social, Humanities and Natural Sciences, Department of Geography, Romania

Prof. Sonia Quiroga, Ph.D., University of Alcalá, Department of Economics, Spain

Prof. Aliza Fleischer, Ph.D., The Hebrew University of Jerusalem, The Robert H. Smith Faculty of Agriculture, Food and Environment, Department of Environmental Economics and Management, Israel

Prof. Noam Shoval, Ph.D., The Hebrew University of Jerusalem, Faculty of Social Sciences, The Department of Geography, Israel

Prof. Nuria Elisa Morère Molinero, Ph.D., Universidad Rey Juan Carlos, Catedrática Historia Antigua, Spain

Prof. Nikolas Hourvoulides, Ph.D., American College of Thessaloniki, Greece

Prof. Donila Pipa, Ph.D., Marin Barleti University, Faculty of Economy, Albania

Prof. Mohamed Fouad, Ph.D., Arish University, Faculty of Arts, Egypt

Prof. Francis Veriza, Ph.D., University of Toliara, Faculty of Lettets and Human Sciences, Madagascar

Prof. Octavian Serban, Ph.D., Bucharest University of Economic Studies, Faculty of Agrifood and Environmental Economics, Romania

Prof. Sabina Gheorgheci, Ph.D., Mehedinți Tourism Promotion Association, Drobeta Turnu-Severin, Romania

Prof. Serafima Roșcovan, Ph.D., Moldova Academy of Science, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova

Prof. Stella Dermendzhieva, Ph.D., University of Veliko Turnovo St Cyril and St. Methodius, Department of Geography, Bulgaria

Prof. Marta Borowska-Stefanska, Ph.D., University of Lodz Faculty of Geographical Sciences, Institute of the Built Environment and Spatial Policy, Poland

Prof. Iuliana Pop, Ph.D., University of Economic Studies, Faculty of Business and Tourism, Romania

Prof. Elena Toma, Ph.D., Hyperion University, Faculty of Social, Humanities and Natural Sciences, Department of Geography, Romania

Prof. Irina Lazăr, Ph.D., Hyperion University, Faculty of Social, Humanities and Natural Sciences, Department of Geography, Romania

Prof. Ozgur Yerli, Ph.D., Duzce University, Faculty of Forestry, Department of Landscape, Architecture, Turkey

Assist. Prof. Zarko Radjenovic, Ph.D., University of Nis, Innovation Center, Serbia

Prof. Drago Cvijanović, Ph.D., University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjacka Banja, Serbia

Prof. Darko Dimitrovski, Ph.D., University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjacka Banja, Serbia

Prof. Sergio Cipolla, Ph.D., University of Palermo, Italia

Assist. Prof. Marija Belij, Ph.D., University of Belgrade, Faculty of Geography, Serbia

Assist. Prof. Andrej Mićović, Ph.D., University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjacka Banja, Serbia

## PANEL SESSION

### Challenges and implications of COVID-19: reducing disparities and addressing distributional impacts in different sectors

Session chair: Tatjana Boshkov, Assoc.professor and Dean at Faculty of tourism and business logistics, „Goce Delcev University – Stip, N. Macedonia

#### Panelists

1. Prof. Dr. Tamara Klicek, Ph.D., International Programme on Urban Governance IPUG, National Taipei University, Taiwan
2. Prof. Dr. Madalina-Teodora Andrei, Ph.D., “Spiru Haret” University, Faculty of Geography, Bucharest, Romania
3. Prof. Dr. Mirela-Elena Mazilu, Ph.D. Department of Geography
4. Director of Research Center in Innovative and Regional Tourism, University of Craiova, Romania
5. Dr. Nikolina Vrcelj, Ph.D., Executive Director, Association of Economists and Managers of the Balkans, headquartered in Belgrade, Serbia
6. Prof. Dr. Kemal Cebeci, Marmara University, Faculty of Economics, Department of Public Finance, Director of MIRDEC, Istanbul, Turkey
7. Prof. Dr. Rabi Narayan Kar, Ph.D., FCS, Professor-Principal SLC, University of Delhi, Delhi, India
8. Prof. Dr. Paulo Reis Mourao, Ph.D., Department of Economics & NIPE, Economics & Management School, University of Minho, Braga – Portugal
9. Prof. Dr. Mazhar Abbas Ph.D. , Department of Management & MIS, College of Business Administration, University of Hail, Kingdom of Saudi Arabia
10. Prof. Dr. Kanita Imamović-Čizmić, Ph.D., Department of Legal and Economic Sciences, University of Sarajevo-Faculty of Law, BiH
11. Prof. Dr. Slagjana Stojanovska, Ph.D., Integrated Business Faculty, Skopje, Republic of N. Macedonia
12. Prof. Dr. Slavi Dimitrov Ph.D., Department of Tourism, Deputy Dean of the Faculty of Economics, "St. Cyril and Methodius" University of Veliko Tarnovo, Bulgaria
13. Dr. Žarko Rađenović, Research Associate, University of NišInnovation Center, Serbia
14. Prof. Dr. Boban Melovic, Ph.D., Vice-Dean for international cooperation, Faculty of Economics Podgorica, University of Montenegro

#### Moderators

##### First session: Business logistics and business administration

Natasha Miteva, PhD, Vice-Dean for Education, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University – Stip, N. Macedonia

##### Second session: Tourism, hospitality and gastronomy

Natasha Miteva, PhD, Vice-Dean for Education, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University – Stip, N. Macedonia





**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП**  
**GOCE DELCEV UNIVERSITY OF STIP**

**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА**  
**FACULTY OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS**

**ШЕСТА МЕЃУНАРОДНА**  
**НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА**

**SIXTH 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**

19 мај, 2023, Скопје / Skopje, May 19<sup>th</sup>, 2023

## Содржина – Contents

<b>СЕСИЈА: БИЗНИС ЛОГИСТИКА И БИЗНИС АДМИНИСТРАЦИЈА</b>	
<b>SESSION: BUSINESS LOGISTICS &amp; BUSINESS ADMINISTRATION .....</b>	<b>14</b>
FINANCIAL DIGITALIZATION AND ECONOMIC GROWTH: RECENT DEVELOPMENTS IN BANKS AND FINTECH.....	15
MONETARY POLICY AND UNEMPLOYMENT: LITERATURE REVIEW AND COMPUTATIONAL EXAMPLES .....	26
УСВОЈУВАЊЕ НА ФИЛОЗОФИЈАТА НА TQM (ТОТАЛЕН МЕНАЏМЕНТ НА КВАЛИТЕТ) ПРЕКУ ГРАДЕЊЕ ДОБАР СИСТЕМ ЗА УПРАВУВАЊЕ СО КВАЛИТЕТ ВО ОРГАНИЗАЦИИТЕ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА.....	54
REGIONAL ECONOMIC DYNAMICS: MANAGERIAL INSIGHTS ON AGRICULTURAL PERSPECTIVES.....	63
EXPLORING THE HURDLES OF ALBANIAN TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS IN THE MODERN ERA.....	69
EMPLOYEES PERFORMANCE APPRAISAL AS A FACTOR FOR RAISING ENTERPRISES COMPETITIVENESS .....	79
ФИНАНСИСКИ ИЗВЕШТАИ КАЈ БУЏЕТСКИ ФОРМИ НА ОРГАНИЗАЦИЈА .....	88
MASS MEDIA AND CONTEMPORARY SOCIETY: .....	97
Mass communication – feature of modern society.....	97
GREAT CONTEMPORARY ETHICAL DEBATES .....	105
THE INFLUENCE OF ENTREPRENEURIAL MARKETING IN START-UP BUSINESSES, CASE STUDY KOSOVO.....	111
ПРАВНА РЕГУЛАЦИЈА И ОПШТ ПРЕГЛЕД НА Е-ТРГОВИЈА ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА .....	117
eHEALTH DIGITAL SETUP BENEFITS DURING COVID-19: MCDM PERSPECTIVE .....	126
<b>СЕСИЈА: ТУРИЗАМ, УГОСТИТЕЛСТВО И ГАСТРОНОМИЈА</b>	
<b>SESSION: TOURISM, HOSPITALITY AND GASTRONOMY.....</b>	<b>136</b>
МЕТОДОЛОГИЈАТА ЗА РЕАКТИВНО УНАПРЕДУВАЊЕ НА ДЕЛОВНИТЕ ПРОЦЕСИ ВО ХОТЕЛСКИОТ СЕКТОР .....	138
НОВИ ПРИРОДНИ МОТИВИ ЗА ТУРИСТИЧКО - ПЛАНИНСКА РЕКРЕАЦИЈА ВО ЈУЖНИОТ ДЕЛ НА НАЦИОНАЛНИОТ ПАРК „ПЕЛИСТЕР“ .....	149
IMPLEMENTATION OF MARKETING FOR SELECTION OF RESTAURANT DISHES - CASE STUDY OF VRANJAČKA BANJA .....	163
DYNAMICS AND DEVELOPMENT OF THE TOURIST TURNOVER AFTER THE INDEPENDENCE OF THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA .....	173

АНАЛИЗА НА КВАЛИТЕТОТ НА УГОСТИТЕЛСКИТЕ УСЛУГИ ВО ИСТОЧНИОТ ДЕЛ ОД РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА .....	184
ТУРИЗМОТ И ТУРИСТИЧКАТА МЕДИЈАЦИЈА ВО УСЛОВИ НА ГЛОБАЛИЗАЦИЈА .....	195
ВЕРСКИ ТУРИЗМ И НЕГОВАТА ВАЖНОСТ .....	205
ВОНПАНСИОНСКАТА ТУРИСТИЧКА ПОНУДА НА УГОСТИТЕЛСКИТЕ ОБЈЕКТИ ВО ПОЛОШКИОТ РЕГИОН .....	214
УСЛОВИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ И СОЦИОЕКОНОМСКИТЕ КАРАКТЕРИСТИКИ НА ОПШТИНА КРИВОГАШТАНИ.....	223
МЛЕКОВОД - УНИКАТНА ТУРИСТИЧКА АТРАКЦИЈА ВО МАНАСТИР СВ. ЈОАКИМ ОСОГОВСКИ, КРИВА ПАЛАНКА.....	231
TOURIST EVENTS AS A SEGMENT OF THE TOURIST OFFER OF PEJA: CASE STUDY OF THE MUNICIPALITY OF PEJA .....	239
УСЛОВИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ И СОЦИОЕКОНОМСКИТЕ КАРАКТЕРИСТИКИ НА ОПШТИНА ДОЛНЕНИ.....	245
ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА НА ТЕТОВСКО КАЛЕ .....	253

**СЕСИЈА: ТУРИЗАМ, УГОСТИТЕЛСТВО И ГАСТРОНОМИЈА**

**SESSION: TOURISM, HOSPITALITY AND GASTRONOMY**

УДК: 640.43]:658.56:658.64]:005.52:005.33(497.7-11)

## АНАЛИЗА НА КВАЛИТЕТОТ НА УГОСТИТЕЛСКИТЕ УСЛУГИ ВО ИСТОЧНИОТ ДЕЛ ОД РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Јулијана Саздова<sup>1</sup>, Агим Асани<sup>2</sup>, Горан Антониевски<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Д-р, Универзитет „Гоце Делчев“ Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика,  
e-mail: [julijana.sazdova@ugd.edu.mk](mailto:julijana.sazdova@ugd.edu.mk)

<sup>2</sup>Д-р, Универзитет во Тетово, e-mail: [agim.asani@unite.edu.mk](mailto:agim.asani@unite.edu.mk)

<sup>3</sup>Д-р, СОУ „Коле Нехтенин“ Штип, e-mail [goran.antonievski@yahoo.com](mailto:goran.antonievski@yahoo.com)

### Апстракт

Процесот на глобализација, кој денес е сè поизразен, влијае на поинтензивно запознавање на различни култури, навики и потреби на потрошувачите. Ова практично значи дека има динамични и постојани промени на пазарот кои условуваат прилагодување на барањата на потрошувачите со создавање нови услуги и изнаоѓање соодветни модели за подобрување на квалитетот.

Проблем кој ќе се истражува во овој труд е испитувањето на квалитетот на ресторанската понуда во функција на развој на туризмот и угостителството.

Во овој труд преку една сеопфатна анализа на постојната литература се потенцира поврзаноста помеѓу угостителството и квалитетот на услуги, со акцент на ресторанското работење. Нивната анализа има за цел согледување на моменталната состојба и потенцијалот за формирање квалитетен автентичен ресторански производ кој успешно ќе се промовира на пазарот. Источниот дел на Република Северна Македонија изобилува со голем број угостителски објекти, со сопствена историја и културно значење како потенцијал за локален, регионален и национален туристички развој.

Овој труд се заснова на истражување помеѓу гости на рестораните, се со цел да се анализира квалитетот на ресторанската понуда. Квалитетот на ресторанската понуда во функција на развој на туризмот и угостителството овозможува задоволни гости од дадената угостителска услуга, подобра ресторанската понуда на пазарот на конкуренција и остварување на предвидениот стратески план.

Податоците кој се добиени за да се утврди квалитетот на ресторанското работење се од теренски и кабинетски истражувања, во кои се применети различни методи и техники на собирање податоци. Со цел да се добие поголема објективност во оценувањето на поставените индикатори, испитувани се гости во угостителски објекти.

**Клучни зборови:** угостителство, туризам, ресторанското работење, услуга

### Вовед

Квалитетна услуга во туризмот и угостителството е онаа што остава чувство на задоволство и желба да се дојде повторно. Управување со таков квалитет значи да се биде долгорочен фокусиран на целта и на луѓето кои го овозможуваат тоа задоволство. Иако гостите се единствените вистински проценувачи на квалитетот на услугата, оние што обезбедуваат квалитет, мораат да имаат единствена слика за тоа што е квалитетна услуга и како да им ја достават на гостите. Најискрениот одговор за квалитетот на услугата е најтешко да се собере затоа што токму тоа внатрешно чувство кај гостинот се манифестира како задоволство или незадоволство од тој гостин. Поимот задоволство на гостите влегува длабоко во психологијата на однесувањето на гостите и често е невозможно да се прикажат и објаснат сите елементи што

гостите потсвесно ги проценуваат, а чија последователна реакција резултира со задоволство или незадоволство на гостите. Ова е затоа што за да се добијат искрени информации, гостинот мора да се разбере како индивидуа, личност со желби и потреби што му се единствени.

### **Поим за угостителството и туризам**

Етимолошкото потекло на зборот угостителство доаѓа од глаголот угостува, што значи да се прими некој на гости и да му се даде одредено гостопримство. Угостителството има за цел остварување основни, споредни и помошни дејности.

Во основни дејности на угостителството спаѓаат: производство на храна и точење пијалаци и давање услуги за сместување. Во споредни дејности на угостителството спаѓаат: вршење разни лични услуги на гостите (пример: фризерски услуги, козметички услуги, перење, пеглање и сл.), продажба на сувенири, весници, цигари, разгледници и сл., посредување во телефонски разговори на гостите, давање информации и сл.

Во помошни дејности на угостителството спаѓаат: производство на леб и бели печива, производство на мраз, производство на органска храна и сл.

Карактеристично за основните и споредните дејности е воспоставување директен контакт меѓу вработените и гостите. Додека за помошните дејности карактеристично е што не се воспоставува директен контакт меѓу вработените и гостите.

Угостителството претставува стопанска дејност која се занимава со давање услуги за сместување (издавање на соби) и исхрана (производство, преработка и продажба на храна и пијалаци). Угостителството е производствена и услужна дејност што е класифицирана во терцијалниот сектор. Угостителството се разликува од другите дејности по тоа што услугите се обезбедуваат на самото место поточно обезбедува услуги во објектите предвидени за тоа, каде услугите се продаваат на директни корисници, кои ги трошат на самото место. На продажбата на услуги придонесува и посебен процес на производство што не може да започне пред да се појави корисникот, овде нема производство за складирање, производство за долго време.

Покрај основните услуги (сместување, храна и пијалаци), угостителството нуди и помошни и дополнителни услуги кои го надополнуваат и подобруваат квалитетот на услугите. Важноста на угостителството може да се согледа од различни аспекти и тоа: културолошки, политички, социјални, правни, економски и сл.

Етимолошкото потекло на поимот туризам (според Theobald, 1994) е од зборовите tour (латински “tornare”, грчки “tornos”) со значење круг; движење околу централната точка или оска. Доколку на тој збор се додаде суфиксот –ism (tourism), тогаш се означува движење, дејство, процес; типично однесување или нов квалитет. Доколку пак, се додаде суфиксот –ist (tourist), тогаш го означува оној кој го изведува движењето. Оттука, при комбинација на tour и суфиксите -ism и –ist, се означува акција, движење околу круг (каде кругот е почетна точка од која се поаѓа и кон која се враќа). Така, генерално под туризам се подразбира задоволство од патување со задржување во разни места.<sup>1</sup>

Угостителството и туризмот се меѓусебно поврзани. Угостителството е еден од најважните фактори за развој на туризмот. Туризмот е глобален феномен поврзан со движењето на луѓето, а со тоа и на угостителската индустрија, која е најмногу ориентирана кон корисникот, обезбедувајќи соодветни услуги за храна и сместување. Угостителството за време на

---

<sup>1</sup> Петревска, Б., (2013) ЕКОНОМИКА НА УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ (скрипта за интерна употреба) Штип

патувањето му овозможува на туристот да ги исполни своите егзистенцијални потребата за храна и пијалак, но и други потреби како рекреација, одмор итн. Со развојот на туризмот, се развива и проширува угостителската понуда - зголемување на бројот на капацитети, подобрување на квалитетот, промени во структурата итн.

### **Поим за ресторанство**

Основната дејност на ресторанството се содржи во угостителското производство и продажба на храна и пијалаци. Етимологијата на поимот ресторанство доаѓа од латинскиот збор „restauras“, од кој своите корени ги влече и францускиот поим „restaurant“, т.е. објект во кој се служат храна и пијалаци со плаќање. Француските поими ресторан и ресторанство, навлегуваат и се применуваат во речникот на многу други светски јазици. Ресторан – објект за јадење и закрепнување.<sup>2</sup>

Ресторанот е угостителски објект во кој се подготвуваат и сервираат топли и ладни јадења, десерти и пијалаци. Ресторанот може да работи самостојно или како дел од угостителски објект како хотел, пансион итн., и се состои од два дела - кујна и сервис.

Според корисниците, угостителството е поделено на општо и туристичко. Општото угостителство работи во текот на целата година, и вклучува дел од угостителството кое е наменето за домицилното население и посетителите кои не спаѓаат во категоријата туристи. Туристичкото угостителство е првенствено наменето за туристи, а потоа и за други корисници кои го сочинуваат домицилното население и други посетители кои не спаѓаат во категоријата туристи.

Според времето на работење, угостителството е поделено на постојано и сезонско. Постојаното угостителство е насочено кон редовни корисници на своите услуги во текот на целата година. Сезонското угостителство е ориентирано кон сезонскиот сегмент на побарувачка, и има потреба од сезонски работници, а бизнисот е условен од концентрацијата на туристички сообраќај во одреден дел од годината.

Според комерцијалноста, угостителството е поделено на комерцијално и некомерцијално. Комерцијалното угостителство работи на комерцијална основа со цел да оствари профит и е достапно за секого, додека некомерцијалното угостителство е насочено само кон одреден сегмент на корисници (ученици, студенти), а неговата цел не е да оствари профит.

### **Дефинирање и значење на поимот услуга**

Да се даде прецизна точна дефиниција за услуга не е лесно бидејќи станува збор за активности, претежно од недопирен карактер, кои резултираат со одредени користи, односно решаваат одредени проблеми на корисниците. Многу автори (Gronroos, 1990; Kotler, Armstrong, 1991; Љубојевиќ, 2002; Вељковиќ, 2006; Канцир, 2006) во текот на историјата се обидуваат да го дефинираат поимот услуга и во литературата се наоѓаат различни размислувања. Услугите можат да се карактеризираат со три дефинирачки карактеристики: нематеријалност или недопирливост, неразделност и хетерогеност. Овие карактеристики ги одделуваат услугите од стоките. Услугите не можат да се видат, допрат или држат. Тие не можат да бидат зачувани, препродадени или вратени. Потрошувачката се јавува веднаш по производството и поради ова тие не можат да се одделат и се неразделни. Корисникот на услугата е присутен додека се произведува услугата. Врз основа на идејата дека производството и потрошувачката на услугата се случуваат истовремено, компаниите се трудат да обезбедат максимален број клиенти да бидат на располагање за да ја конзумираат услугата додека се произведува.

---

<sup>2</sup> Муќиновиќ, Љ., (1990), „Современ лексикон на странски зборови и изрази“, Наша книга, Скопје

Општо земено, услугите се дефинираат како акти или дела, напори или активности кои се неопходни за поединци, бизниси и јавниот сектор. Тие се обезбедени од профитни и непрофитни организации. Класификацијата услуга служи како модел на класификацијата на економијата во една земја. Една од основните цели е да обезбеди збир на категории што можат да се користат за планирање на статистички истражувања, собирање и обработка на податоци. Покрај тоа, класификацијата на услугите помага при избор на соодветни стратегии и други активности за нивно позиционирање на пазарот. Во македонското законодавство, правилата за вршење на угостителска дејност како и минимално техничките услови за работа со угостителски објект се пропишани во Закон за угостителска дејност и Правилникот за минимално техничките услови за вршење на угостителската дејност.

*Под поимот угостителска дејност се подразбира давање на угостителски услуги за сместување и угостителски услуги за исхрана.* Како угостителски услуги се сметаат: приготвување и послужување на храна, приготвување оброци заради консумирање на друго место, послужување на алкохолни и безалкохолни пијалаци, приготвување и послужување на топли и ладни напивки и вршење на услуги за сместување.

Угостителска дејност можат да вршат трговски друштва и трговци поединци запишани во трговскиот регистар. Правните и физичките лица од областа на угостителството со цел за унапредување на дејноста можат да се здружуваат во разни форми на здружување согласно со закон.

Угостителска дејност може да се врши во деловни објекти, или во простории во деловно станбени и станбено деловни објекти, уредени и опремени за давање угостителски услуги, доколку се исполнети условите за вршење угостителска дејност. Угостителска дејност може да се врши и надвор од деловниот објект на простор наменет, уреден и опремен за давање угостителски услуги, врз основа на одобрение издадено од овластен надлежен орган.

Врз основа на Законот за угостителска дејност и посебниот Правилник за минималните технички услови, угостителски објекти можат да бидат:

- **Угостителски објекти за сместување** кои се поделени на *основни и комплементарни* угостителски објекти за сместување. Во основни угостителски објекти за сместување спаѓаат мотели, пансиони, хотели, резиденции, хотелски, апартмански и туристички населби и сл. Во комплементарни сместувачки капацитети спаѓаат преноќевалиште, гостилници, кампови, приватни сместувачки капацитети (соби, апартмани, станови, куќи), одморалишта (за деца, младинци, работници, лица со попреченост и сл.), други комплементарни објекти како што се феријални домови, планинарски и ловни домови и куќи, објекти за привремено сместување и сл.
- **Угостителски објекти за исхрана** кои се поделени на: ресторани (ресторани, ресторани за самопослужување, експрес ресторани, млечни ресторани, ресторан бавчи, летни бавчи, гостилници, кебапчилници, киосци, бистро, пицерији, објекти за брза храна и слично); национален ресторан- меана; барови ( кафеана, кафетерија, кафе бар, ноќен бар, дискотек, дискотек на отворен простор, кабаре, пивница и слично); кантини и други угостителски објекти за исхрана.

Називот на угостителскиот објект се определува според видот на угостителските услуги што се даваат во тој објект. Видот на угостителските услуги имаат назив согласно со Националната класификација на дејностите.

За вршење на угостителска дејност мораат да бидат исполнети пропишаните минимално-технички услови. Покрај минимално-техничките услови, мора да бидат исполнети и следниве услови: објектот да може да се употребува, да има услови за заштита при работа, да има



санитарно здравствени услови, заштитата и унапредување на животната средина, противпожарна заштита како и услови за заштита од бучава пропишани со закон.

### SWOT анализа

Врз основа на истражувањата што беа направени во продолжение е изготвена ситуациона анализа која ќе даде збирна слика за моменталната состојба за квалитетот на угостителските услуги кои се даваат во угостителските објекти во источниот дел од Република Северна Македонија, нивните јаки и слаби страни, можностите и заканите. Ситуациона (SWOT) анализа (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), претставува маркетиншко-стратегиски елемент за утврдување на јаките и слабите страни кој влијаат на квалитетот на угостителските услуги, како и можностите и заканите за неговиот развој.

Ситуациона анализа за квалитетот на угостителските услуги кои се даваат во угостителските објекти во источниот дел од Република Северна Македонија ќе покаже кои се јаките страни од повеќе аспекти: економски, социјални, туристички, и сл., како и можностите да се открие начинот на менаџирањето и извршувањето на работните задачи од страна на вработените, и да се дадат одредени насоки за креирање на краткорочни и долгорочни планови за подобрување на квалитетот на угостителските услуги на локално, регионално и национално ниво. Од друга страна, ќе се согледаат и слабите страни, односно пропустите во досегашното работење на сите заинтересирани страни. Анализата ќе помогне и во навремено откривање на заканите и нивно претворање во можности.

Анализата на интерниот потенцијал, условите и факторите за развој значи класификација на сите елементи за квалитетот на угостителските услуги кои се даваат во угостителските објекти, како и на сите останати фактори кој се поврзани со угостителските објекти, со цел осознавање на предностите и недостатоците на развојот во самите угостителските објекти. Оваа анализа најчесто опфаќа утврдување на: изглед на ресторани, ресторанска опрема, персонал; способност на ресторанот сигурно и прецизно да ја обезбеди услуга; подготвеност на ресторанот да им помогне на гостите и да обезбеди брза услуга; искуството на вработените во рестораните и нивната комуникација при послужување и индивидуализирано внимание што ресторанот им го пружа на своите гости. Во екстерното окружување на угостителските објекти постојано се случуваат бројни промени, а менаџментот на угостителските објекти треба да биде подготвен за нивно навремено воочување, разбирање и управување. Притоа, треба да се обрне внимание на угостителскиот пазар, економското окружување со акцент на конкуренцијата и нејзината пазарна позиција.

	ЈАКИ СТРАНИ (Strengths)	СЛАБИ СТРАНИ (Weaknesses)
ВНАТРЕШНИ ФАКТОРИ	<p>На расположението на гостинот во ресторанот најголемо влијание има добрата храна, добрата услуга вработените прават точна пресметка на наредани оброци и пијалаци</p> <p>се препорачуваат ресторани на членови од семејството и пријатели</p> <p>квалитетот на производот оценет од човечките сетила (сетило за вид, чувство за мирис, вкус, допир и слух) е еден од најважните при проценка на квалитетот на гастрономскиот производ</p>	<p>најмногу се посетуваат ресторани кои се во нивното место на живеење</p> <p>Информациите за посета на рестораните најмногу ги добиваат од пријатели / познаници</p> <p>вработените можат делумно да одговорат на прашањата на гостинот</p> <p>персоналот за послужување делумно се справува со решавање на проблемите</p> <p>вработените не се доволно искусни и добро обучени за својата работа</p> <p>гостите не порачуваат храна преку интернет</p>

	видеата за подготовка на храна или презентации на други услуги кој се објавуваат на веб-страницата се многу важен фактор при донесување одлуки за посета на еден ресторан	храната која е порачана преку интернет го нема истиот вкус како храната која се послужува во ресторанот гостите не порачуваат храна која е на попусти или специјални понуди делумно се споделуваат повратни информации со персоналот во врска со добиената услуга
	<b>МОЖНОСТИ (Opportunities)</b>	<b>ЗАКАНИ (Threats)</b>
<b>НАДВОРЕШНИ ФАКТОРИ</b>	уредни и убаво облечени вработени влијаат врз создавањето на пријатна атмосфера во ресторанот Ентериерот и екстериерот на ресторанот придонесуваат за квалитетот на производите и услугите мотивацијата на вработените во ресторанот придонесува гостите повторно да се вратат во ресторанот храната и пијалациите во ресторанот делумно се главната причина да го посетат ресторанот квалитетната услуга во туризмот и угостителството е онаа што остава чувство на задоволство и желба да се дојде повторно во угостителскиот објект вработените го претставуваат угостителскиот објект	На расположението на гостинот во ресторанот влијание има однесувањето на вработените нарачаните оброци и пијалаци вработените делумно ги послужуваат во предвиденото време кога ресторанот е полн вработените делумно си помагаат едни на други за да стигнат на време и да го одржуваат квалитетот на услугата очекувањата кој се создадени врз основа на информациите за пазарот, сопствените претходни искуства и искуството на другите претставуваат стандард врз основа на кој ја оценуваат дадената услуга

**Слика 1.** SWOT анализа (гости)  
**Figure 1.** SWOT analysis (guest)

На слика 1 претставена е SWOT анализа за квалитетот на угостителските услуги каде беа вклучени гостите во угостителските објекти. Со претходно направените анализи се утврди квалитетот на угостителските услуги, земајќи ги во предвид ресторанската опрема, персоналот како и начинот на управување. Со SWOT анализата пак, се добива општа слика за интерните и екстерните фактори кои влијаат за развој на квалитетот на угостителските услуги кои се даваат во угостителските објекти во источниот дел од Република Северна Македонија.

Јаките страни на квалитетот на угостителските услуги кои се даваат во угостителските објекти во источниот дел од Република Северна Македонија од страна на гостите главно се однесуваат на изгледот на ресторани, ресторанската опрема, персоналот и индивидуализирано внимание што ресторанот им го пружа на своите гости. Доколку на ова се додаде дека на расположението на гостинот во ресторанот најголемо влијание има добрата храна, добрата услуга; вработените прават точна пресметка на нарачани оброци и пијалаци; се препорачуваат ресторани на членови од семејството и пријатели; видеата за подготовка на храна или презентации на други услуги кој се објавуваат на веб-страницата се многу важен фактор при донесување одлуки за посета на еден ресторан, може да се констатира дека источниот дел од Република Северна Македонија има потенцијал за развој на квалитетот на угостителските услуги.

Од друга страна, истражувањето покажа дека има одредени недостатоци, односно слабости во развојот на овој вид на угостителскиот производ. Тоа го покажуваат и ниските оценки на индикаторите кои го одредуваат начинот на подготвеност на ресторанот да им помогне на гостите и да обезбеди брза услуга и искуството на вработените во рестораните и нивната комуникација при послужување. Освен тоа како слаба страна е констатирано дека најмногу се посетуваат ресторани кои се во нивното место на живеење; информациите за посета на рестораните најмногу ги добиваат од пријатели / познаници; вработените можат делумно да одговорат на прашањата на гостинот; персоналот за послужување делумно се справува со решавање на проблемите; вработените не се доволно искусни и добро обучени за својата работа; гостите не порачуваат храна преку интернет; храната која е порачана преку интернет го нема истиот вкус како храната која се послужува во ресторанот; гостите не порачуваат храна која е на попусти или специјални понуди; делумно се споделуваат повратни информации со персоналот во врска со добиената услуга.

Анализата на интерните фактори за развој покажува дека постоењето на угостителски објект само по себе не е доволно и истиот не може да се смета за угостителски производ доколку не поседува дополнителните погодности кои во голема мера влијаат врз неговиот квалитет. Тука пред сè се мисли на персоналот, опремата, инфраструктурата, одржувањето, иновативноста во креирање на понудата и др. Затоа е потребно преземање мерки за редовен мониторинг и контрола на квалитет, со што навремено ќе се утврдат недостатоците и ќе се преземат мерки за нивно елиминирање.

Во источниот дел од Република Северна Македонија постојат можности за развој на угостителските услуги. Покрај ентериерот и екстериерот на рестораните кои придонесуваат за квалитетни производи и услугите влијание има и уредни и убаво облечени вработени. Мотивацијата на вработените, добра храна и пијалаци влијаат врз создавањето на пријатна атмосфера и придонесува гостите повторно да го посетат угостителскиот објект. Квалитетната услуга во туризмот и угостителството е онаа што остава чувство на задоволство и желба повторно да се дојде во угостителскиот објект.

Заканите односно опасностите кои се јавуваат како екстерен фактор во развојот на квалитетот на угостителските услуги главно се однесуваат на: однесувањето на вработените, послужувањето на храна и пијалаци во предвиденото време и слично имаат влијание врз расположението на гостите во ресторанот. Исто така како закана се јавуваат и очекувањата на гостите кој се создадени врз основа на информациите за пазарот, сопствените претходни искуства и искуството на другите. За квалитетен развој на угостителството неопходно е навремено воочување и разбирање на заканите и нивно елиминирање, односно нивно претворање во можности.

### **Заклучок**

Целта од ова истражување е прагматична, преку истражување, анализа и интерпретација на добиените резултатите го покажува квалитетот на услугите кој се нуди во угостителските објекти, а се согледува преку задоволството на гостите од услугите кои ги добиваат во угостителските објекти, кое влијае на остварување на поголем профит и успех во работењето. Анализата на квалитетот на ресторанската понуда е направена според квантитативно - квалитативен метод, кој е составен од индикатори кои даваат јасна и објективна слика за моменталната состојба за квалитетот на ресторанската понуда во источниот дел на Република Северна Македонија. Со оваа анализа ќе се откријат слабостите во менаџирањето со рестораните и ќе се добијат насоки за идни инвестициски зафати. Добиените резултати може да се користат за креирање на краткорочни и долгорочни планови за иден туристички развој на дестинацијата и истовремено ќе овозможи вршење компаративна анализа со исти или слични објекти во дестинацијата и пошироко.

Ресторанската понуда овозможува туристите (гостите) да се запознаат и со историјата на туристичката дестинацијата која ја посетуваат, ова има и значаен придонес во општествениот и економскиот развој на заедницата. Слободно може да се каже дека развиена ресторанска понуда влијае врз унапредување на локалниот и регионалниот развој на заедницата и севкупен економски раст на земјата.

## Прилог 1

**T-01.1: Број на попишани угостителски објекти, дуќани и објекти за сместување, по региони и по општини<sup>3</sup>**

**T-01.1: Number of enumerated catering trade establishments and accommodation capacities by regions and municipalities**

Регион / општина	Угостителски објекти, дуќани Catering trade establishments	Објекти за сместување Accommodation capacities	Region / municipality
<b>Република Македонија</b>	<b>4 378</b>	<b>570</b>	<b>Republic of Macedonia</b>
<b>Вардарски регион</b>	<b>221</b>	<b>24</b>	<b>Vardar Region</b>
Велес	87	6	Veles
Градско	6	-	Gradsko
Демир Капија	7	1	Demir Kapija
Кавадарци	52	6	Kavadarci
Лозово	1	1	Lozovo
Неготино	35	4	Negotino
Росоман	3	1	Rosoman
Свети Николе	24	2	Sveti Nikole
Чашка	6	3	Chashka
<b>Источен регион</b>	<b>304</b>	<b>42</b>	<b>East Region</b>
Берово	28	12	Berovo
Виница	30	4	Vinica
Делчево	39	4	Delchevo
Зрновци	3	-	Zrnovci
Карбинци	1	1	Karbinci
Кочани	57	7	Kochani
Македонска Каменица	20	3	Makedonska Kamenica
Пехчево	7	1	Pehchevo
Пробиштип	29	4	Probishtip
Чешиново - Облешево	3	-	Cheshinovo - Obleshevo
Штип	87	6	Shtip
<b>Југозападен регион</b>	<b>515</b>	<b>135</b>	<b>Southwest Region</b>
Вевчани	14	2	Vevchani
Дебар	53	4	Debar
Кичево	112	5	Kichevo
Македонски Брод	20	4	Makedonski Brod
Охрид	144	95	Ohrid
Пласница	4	-	Plasnica
Струга	163	25	Struga
Центар Жупа	5	-	Centar Zhupa
<b>Југоисточен регион</b>	<b>303</b>	<b>68</b>	<b>Southeast Region</b>
Богданци	19	1	Bogdanci

<sup>3</sup> <https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstzenie.aspx?rbtxt=93> (пристапено на 10.02.2021 год.)

Босилово	4	-	Bosilovo
Валандово	25	1	Valandovo
Василево	3	2	Vasilevo
Гевгелија	68	12	Gevgelija
Ново Село	15	1	Novo Selo
Радовиш	38	2	Radovich
Дојран	14	35	Dojran
Струмица	117	14	Strumica
<b>Пелагониски регион</b>	<b>389</b>	<b>103</b>	<b>Pelagonia Region</b>
Битола	166	44	Bitola
Демир Хисар	19	1	Demir Hisar
Долнени	10	-	Dolneni
Кривогаштани	8	-	Krivogashtani
Крушево	22	16	Krushevo
Могила	8	-	Mogila
Новаци	3	1	Novaci
Прилеп	128	14	Prilep
Ресен	25	27	Resen
<b>Полошки регион</b>	<b>1 088</b>	<b>55</b>	<b>Polog Region</b>
Боговиње	132	1	Bogovinje
Брвеница	24	-	Brvenica
Врапчиште	67	-	Vrapchishte
Гостивар	240	4	Gostivar
Желино	56	-	Zhelino
Јегуновце	19	-	Jegunovce
Маврово и Ростуша	32	26	Mavrovo and Rostusha
Теарце	38	1	Tearce
Тетово	480	23	Tetovo
<b>Североисточен регион</b>	<b>369</b>	<b>18</b>	<b>Nottheast Region</b>
Кратово	23	1	Kratovo
Крива Паланка	52	2	Kriva Palanka
Куманово	245	12	Kumanovo
Липково	43	-	Lipkovo
Ранковце	6	2	Rankovce
Старо Нагоричане	-	1	Staro Nagorichane
<b>Скопски регион</b>	<b>1 189</b>	<b>125</b>	<b>Skopje Region</b>
Гази Баба	87	2	Gazi Baba
Ѓорче Петров	45	-	Gjorche Petrov
Карпош	149	23	Karposh
Кисела Вода	93	7	Kisela Voda
Центар	318	69	Centar
Чаир	146	13	Chair
Шуто Оризари	40	-	Shuto Orizari
Аеродром	138	3	Aerodrom
Бутел	77	2	Butel
Сарај	23	1	Saraj
Арачиново	3	-	Arachinovo
Зелениково	1	-	Zelenikovo
Илинден	29	2	Ilinden
Петровец	7	2	Petrovec
Сопиште	3	-	Sopishte
Студеничани	29	1	Studenichani
Чучер - Сандево	1	-	Chucher - Sandevo

Прилог 2

**T-15: Капацитети во угостителството, по региони**

**T-15: Catering establishments by regions**

Региони	Угостителски објекти Catering establishments		Број на седишта Seating capacity		Површина на објектите Surface area		Број на вработени Number of employees		Regions
	број number	%	број number	%	m <sup>2</sup>	%	ВКУПНО total	%	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>ВКУПНО</b>	<b>4 383</b>	<b>100,00</b>	<b>221 611</b>	<b>100,00</b>	<b>472 596</b>	<b>100,00</b>	<b>19 718</b>	<b>100,00</b>	<b>TOTAL</b>
Вардарски регион	224	5,11	11 123	5,02	26 000	5,50	974	4,94	Vardar Region
Источен регион	302	6,89	18 152	8,19	34 942	7,39	1 348	6,84	East Region
Југозападен регион	516	11,77	22 961	10,36	51 137	10,82	2 293	11,63	Southwest Region
Југоисточен регион	305	6,96	18 460	8,33	50 125	10,61	1 492	7,57	Southeast Region
Пелагониски регион	390	8,90	24 537	11,07	43 619	9,23	2 051	10,40	Pelagonia Region
Полошки регион	1 090	24,87	50 748	22,90	106 091	22,45	3 118	15,81	Polog Region
Североисточен регион	367	8,37	19 457	8,78	45 389	9,60	1 362	6,91	Northeast Region
Скопски регион	1 189	27,13	56 173	25,35	115 293	24,40	7 080	35,91	Skopje Region

**Референци**

- Gronroos, C. (1990): Service Management and Marketing: Managing the Moments of Truth in Service Competition. Lexington Books, Lexington.
- Закон за изградба на инвестициони објекти (1999): Правилникот за стандарди и нормативи за проектирање на објекти. Службен весник на Р.М. бр.15/90, 11/91, 11/94, 18/99 и 25/99 .
- Закон за угостителска дејност (2006): Правилник за минимално - технички услови за вршење на угостителската дејност. Службен весник на Р.М. 16/2006.
- Закон за стандардизација, КОНСОЛИДИРАН ТЕКСТ 1, (СЛУЖБЕН ВЕСНИК НА РМ.Бр.54/2002,84/2012,23/2013,41/2014,53/2016)
- Kotler, P. (1973): Atmospherics as a marketing tool. Journal of Retailing, 49(4), 48-64.
- Kotter, J. P. (1990): What Leaders Really Do, Harvard Business Review, May-June, Vol 68, br. 2, str. 103.
- Kotler, P., Armstrong, G. (1991): Principles of Marketing. Prentice-Hall, New York.
- Kotler, P., Keller, L., K. (2006): Маркетинг менаџмент. Дата статус, Београд.
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C. (2010): Marketing u ugostiteljstvu, hotelijerstvu i turizmu, Mate d.o.o., Zagreb.
- Krešić, G. (2012): Trendovi u prehrani, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, Opatija.
- Laškarin, M. (2015): Menadžment zadovoljstva gosta u hotelijerstvu primjenom programa loyalty, doktorski rad, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
- Муќиновиќ, Љ., (1990): „Современ лексикон на странски зборови и изрази”, Наша книга, Скопје
- Mitrevva, E., and Sazdova, J., and Gjorshevski, H., (2018): Management with the Quality Control System in the Hotel Industry in Macedonia, Tem Journal, 7 (4). pp. 750-757.

18. Mitreva, E., and Sazdova, J., and Gjorshevski, H., (2019): Application of total management of quality in the Macedonian hotel industry, *Quality - Access to Success*, 20 (172). pp. 25-33.
19. Mitreva, E., and Sazdova, J., and Gjorshevski, H., (2019): Quality management system applications in the hotel industry in Macedonia, *Quality - Access to Success*, 20 (170). pp. 68-72.
20. Митрева, Е. Саздова, Ј., (2019): Менаџмент на квалитет во хотелиерството, Скопје.
21. Министерство за економија (2018): Регистар на категоризирани ресторани во Македонија. Скопје: Министерство за економија, Сектор за туризам и угостителство.
22. Müller, J., Srića, V. (2005): Upravljanje odnosom s klijentima: Primjenom CRM poslovne strategije do povećanja konkurentnosti, Zagreb: Delfin- razvoj managementa d.o.o.
23. N. Hill, A. Roche, R. Allen (2007): Customer satisfaction: The customer Experience Through the Customer Eyes, Cogent publishing, London.
24. Петревска, Б., (2013): ЕКОНОМИКА НА УГОСТИТЕЛСТВО И ТУРИЗАМ (скрипта за интерна употреба) Штип
25. Skoko, H: (2000): Upravljanje kvalitetom, Sinergija, Zagreb, str. 90.
26. Sušan, Z. (2005): Organizacijska klima i kultura, Naklada Slap, Jastrebarsko.
27. Toman, I., Putanec, P. (1994): Kako upravljati zadovoljstvom potrošača, IP Consulting, Zagreb.