

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



**ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ ОД НАУЧНО-СТРУЧНА
КОНФЕРЕНЦИЈА**

**„СОСТОЈБИ И ПЕРСПЕКТИВИ ВО ТУРИЗМОТ,
ЕКОНОМИЈАТА И БИЗНИС ЛОГИСТИКАТА ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА“**



Штип, 2016

Издавач:

Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис
логистика

Уредници:

Проф. д-р Никола В. Димитров
Доц. д-р Дејан Методијески

Организациски одбор:

Проф. д-р Никола В. Димитров
Доц. д-р Дејан Методијески
Асистент докторанд м-р Душица Санева
Асистент докторанд м-р Оливер Филипоски
Асистент докторанд м-р Кристина Ковачевиќ
Асистент докторанд м-р Наташа Колевска Асистент
докторанд м-р Душко Јошески

Програмски одбор:

Проф. д-р Никола В. Димитров
Проф. д-р Нако Ташков
Проф. д-р Златко Јаковлев
Проф. д-р Цане Котески
Проф. д-р Мичо Апостолов
Доц. д-р Дејан Методијески
Доц. д-р Марија Магдинчева Шопова Доц.
д-р Тања Ангелкова Петкова **Печати:**

Печатница „2^{ри} Август“ - Штип

Тираж:

100 примероци

Дизајн на корица:

Доц. д-р Дејан Методијески
Проф. д-р Никола В. Димитров

Фотографии за корица:

М-р Васко Златковски

Техничко уредување:

Доц. д-р Дејан Методијески

Лектор:

Вангелија Цавкова

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент
Охридски", Скопје

616.314-08(075.8)

616.314-74(075.8)

НАУЧНО-стручна конференција "Состојби и перспективи во
туризмот, економијата и бизнис логистиката во Република
Македонија" (2016; Штип)

Зборник на трудови од научно-стручна конференција "Состојби
и перспективи во туризмот, економијата и бизнис логистиката во
Република Македонија", Штип 28.05.2016 [Електронски извор]

[уредници Никола Димитров, Дејан Методијевски]. - Текст во PDF
формат, содржи 215 стр., илустр.. - Штип : Универзитет "Гоце
Делчев", Факултет за туризам и бизнис логистика, 2016

Начин на пристап (URL): <http://is.ugd.edu.mk/>. - Наслов преземен
од екранот. - Опис на изворот на ден

18.07.2016 ISBN 978-608-244-313-3 1. Гл. ств.

насл.

а) Туризам - Економски прилики - Македонија - Собири

COBISS.MK-ID 101453578

СОДРЖИНА

УЧЕСНИЦИ НА КОНФЕРЕНЦИЈАТА	6
ПРЕДГОВОР ОД УРЕДНИЦИТЕ	15
ЕКОНОМИЈА И БИЗНИС ЛОГИСТИКА	17
СОСТОЈБИ И ПЕРСПЕКТИВИ ВО ТУРИЗМОТ, ЕКОНОМИЈАТА И БИЗНИС ЛОГИСТИКАТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
Никола В. Димитров	18
ОРГАНИЗАЦИЈА НА НАУЧНИ И СТРУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ И НИВНИОТ ПРИДОНЕС ВО НАУКАТА	
Дејан Методијески, Душица Санева	26
ОСНОВНИ ПОСТАВКИ НА МЕНАЏМЕНТОТ НА СИНЦИР НА СНАБДУВАЊЕ И БИЗНИС ЛОГИСТИКАТА	
Мичо Апостолов, Лилјана Здравковска, Наташа Апостолова.....	36
ЛОГИСТИЧКИОТ МЕНАЏМЕНТ ВО ФУНКЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ	
Христина Филипоска, Оливер Филипоски	48
ПРИМЕНА НА TQM (TOTAL QUALITY MANAGEMENT) СИСТЕМ ВО КОМПАНИИ	
Александра Ташевска	57
ТРАНСПОРТНИ СИСТЕМИ	
Моника Станковска	64
СОСТОЈБИ И МОЖНОСТИ ЗА РАЗВОЈ НА МАЛИОТ БИЗНИС ВО ОПШТИНА ГЕВГЕЛИЈА	
Марија Магдинчева Шопова, Магдалена Мицева	74
ПРЕТПРИЕМАЧКА ИНИЦИЈАТИВА И РАЗВОЈ НА ЗДРАВСТВЕНИОТ ТУРИЗАМ НА ПОДРАЧЈЕТО НА ОПШТИНА ГЕВГЕЛИЈА, БОГДАНЦИ И ДОЈРАН	
Марија Магдинчева Шопова, Симона Савиќ, Убавка Вегова..	86
ПРЕТПРИЕМАЧКА ИНИЦИЈАТИВА ЗА ЗГОЛЕМУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА ПОНУДА ВО ОПШТИНА ГЕВГЕЛИЈА	

Марија Магдинчева Шопова, Љупка Атанасова, Вера Митровска	95
ТУРИЗАМ И УГОСТИТЕЛСТВО	105
УСЛОВИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ ВО ГРАДОВИТЕ ШТИП И КОЧАНИ И НИВНАТА ОКОЛИНА	
Златко Јаковлев, Цане Котески, Дарко Шпиртов	106
МОЖНОСТИ ЗА ПРОДОЛЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКАТА СЕЗОНА ВО ПООДДЕЛНИ ПЛАНСКИ РЕГИОНИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	
Андреа Златковска, Јулијана Саздова	112
ТУРИСТИЧКИ ЗНАМЕНОСТИ ВО СЕВЕРОИСТОЧНИОТ РЕГИОН НА МАКЕДОНИЈА	
Цане Котески, Златко Јаковлев, Драгана Солтировска ..	125
ПРОЦЕСНИ ИНОВАЦИИ ВО УГОСТИТЕЛСТВОТО	
Николчо Петров, Тања Ангелкова Петкова	138
НАТУРИЗМОТ КАКО ДЕЛ ОД МЕЃУНАРОДНИОТ ТУРИЗАМ	
Златко Јаковлев, Благоица Арнаудова, Цане Котески	144
МЕНАЏМЕНТ НА УСЛУЖНА ДЕЈНОСТ	
Златко Јаковлев, Цане Котески, Душица Матета Гигова ..	151
ПРЕЗЕНТАЦИЈА И АНАЛИЗА НА ДЕЛ ОД ПУБЛИКУВАНИТЕ ТУРИСТИЧКИ ВОДИЧИ ВО ПЕРИОДОТ 1954–1979 ГОДИНА И НИВНАТА УЛОГА ВО ПРОМОЦИЈА НА ТУРИЗМОТ ВО МАКЕДОНИЈА	
Никола В. Димитров, Методи Чилиманов	160
КРАТОК ОПИС НА ОСОГОВСКИОТ РЕГИОН	
Нако Ташков, Илија Милосовски	181
ТУРИСТИЧКА ВАЛОРИЗАЦИЈА НА МАНАСТИРСКИТЕ КОМПЛЕКСИ ВО ПЕЛАГОНИСКИОТ РЕГИОН	
Љупчо Јаневски, Науме Мариноски	185
ИСТРАЖУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ПОТЕНЦИЈАЛИ НА ОПШТИНА ЗРНОВЦИ	
Нако Ташков, Ивана Ананијева, Симона Атанасова	203

ПРЕДГОВОР ОД УРЕДНИЦИТЕ

Зборникот „Состојби и перспективи во туризмот, економијата и бизнис логистиката во Република Македонија“ содржи трудови кои се презентирани на истоимената научно-стручна конференција, одржана на 28-ми мај 2016 година во Штип, во организација на Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип.

Мотивите за одржувањето на конференцијата се повеќе. Конференцијата им даде можност на младите автори и студенти на втор и трет циклус на студии да ги презентираат и доближат до пошироката научна и стручна јавност своите теоретски и практични истражувања од областа на туризмот, економијата и логистиката. Во најголем дел, нивните трудови се изработени под менторство на професорите кои се истакнати научни работници и потврдени практичари. Од друга страна, Правилникот за условите, критериумите и правилата за запишување и студирање на втор циклус студии на Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, изискува објавување на еден труд кој е резултат на истражувањето што е предмет на магистерскиот труд. Важен мотив за одржувањето на конференцијата е социјалниот дел, во кој учесниците имаа можност да се запознаат, разменат мислења, дискутираат и остварат вмрежување. Преку конференцијата, промовиран е градот Штип како туристичка дестинација, а од друга страна, позитивно влијае на имиџот на Факултетот за туризам и бизнис логистика.

На конференцијата беа покренати бројни прашања, изнесени одделни размислувања и дилеми што со својата актуелност го зафатија научно-стручното поле на расправата, што резултираше со овој зборник. За понатамошна соработка и доближување до читателите, на почетокот на зборникот се претставени авторите со фотографија и кратка биографија, а покрај насловите на трудовите наведени се и нивните електронски адреси.

Од содржинска гледна точка, зборникот дава свој придонес во зголемување и збогатување на постоечката литература од областа на туризмот, економијата и логистиката. Тој е важен за заедницата на образовниот, јавниот и невладиниот сектор, како и стопанските организации кои се занимаваат со оваа проблематика. Тематски е поделен на два дела: Теми од економија и бизнис логистика, каде има девет труда и Теми од туризам и угостителство, каде се претставени

десет труда. Зборникот содржи над 200 страници текст од триесет и тројца автори, во кои за подобра презентација се користат графикони, табели и фотографии.

Како уредници на зборникот, ја користиме оваа прилика да искажеме благодарност до сите учесници на конференцијата, како и до колегите кои дадоа свој придонес во организацискиот и програмскиот дел на конференцијата.

Низ презентираниите текстови и материјали, во зборникот се открива големото значење и современите тенденции на туризмот, економијата и логистиката во нашата земја. Исто така, реакциите од страна на учесниците беа позитивни во однос на успешната организација на конференцијата. Поради овие причини, се надеваме дека во иднина оваа конференција ќе добие меѓународен карактер и ќе доживее голема традиција.

Никола В. Димитров

Дејан Методијески

ЕКОНОМИЈА И БИЗНИС ЛОГИСТИКА

ОРГАНИЗАЦИЈА НА НАУЧНИ И СТРУЧНИ КОНФЕРЕНЦИИ И НИВНИОТ ПРИДОНЕС ВО НАУКАТА

Дејан Методијески, Душица Санева

dejan.metodijeski@ugd.edu.mk

dusica.saneva@ugd.edu.mk

Клучни

зборови:

конференции,
туризам,
наука.

Апстракт

Основна цел на овој труд е презентација на материјал поврзан со научните и стручни конференции и нивниот придонес во науката. Во трудот е опфатен историскиот развој на конференциите, дефинирањето и поделбата на конференциите според различни критериуми. Исто така, посветено е внимание на организацијата на конференциите и нивното академско, но и економско значење за дестинациите каде се одржуваат. На крајот од трудот дадени се заклучните согледувања.

Историски развој на конференциите

Иако конференциите својот најголем развој го бележат во последните неколку децении и се релативно нова форма на бизнис, сепак треба да се напомене дека конференциите и состаноците ги среќаваме уште од најрани времиња. Историски погледнато, во развојот на човештвото од секогаш постоело заедничко собирање на луѓето поради некаков интерес или прослава. Археолозите преку нивните истражувања имаат пронајдено докази и примитивни руинирани објекти кои ни укажуваат на податокот дека кај древните култури луѓето за своите потреби граделе и имале посебни места каде се среќавале и заеднички дискутирале на одредени теми. Во античка Грција и Рим се одржувале состаноци на кои се дискутирало за различни теми поврзани со филозофијата, културата и др. Во текот на XVII век, европската аристократија организираше голем број состаноци каде се споделувале мислења за различни аспекти од животот.

Сепак, конференциите кои најмногу наликуваат на оние кои ни се познати денес, можеме да ги пронајдеме во почетокот на XIX век, кога кај универзитетите се зголемила потребата од споделување на информации во академските кругови, а за таа потреба започнала да се гради инфраструктура која ќе ги прифати учесниците и посетителите. Една од првите конференции која е организирана е Конгресот во Виена, кој се одржал во периодот од ноември 1814 до јуни 1815 година, на кој се преговарало за критичните прашања поврзани со мирот во Европа по Француската револуција и Наполеоновите војни¹. На конгресот учество земале неколку држави како: Русија, Франција, Велика Британија, Австрија и др.

Постанокот на „индустријата на состаноците“ можеме да го лоцираме во Европа и САД. Развојот на индустријата и бизнисите кон крајот на XIX и почетокот на XX век довеле до потреба од состаноци на голем број деловни партнери од различни земји на светот, на кои се разменуваале идеи, се остварувале бизнис зделки, се формирале партнерства и се вршеле преговори. Во 1896 година, во Детроит е создадена првата асоцијација за состаноци – Биро за конвенции, од страна на неколку локални бизнисмени кои ја препознале големината и перспективата на организирањето на состаноци и конференции.

По Втората светска војна, бројот на организирани настани ширум светот започнува константно да се зголемува, достигнувајќи ги размерите на оваа дејност кои ги познаваме денес. Инфраструктурата која е изградена за потребите на конференциите е импресивна, постојат конференциски центри со капацитет од 20.000 учесници и над 450.000 квадратни метри. Во денешно време постојат конференции кои имаат традиција и се одржуваат секоја година во продолжение на повеќе децении. Во табелата 1 е даден преглед на избрани конференции од областа на туризмот.

Табела 1. Преглед на избрани конференции од областа на туризмот во 2016

Ред. бр.	Конференција	Организатор	Линк
1	66-та Конференција за туризам	Асоцијација на експерти од туризмот	aiest.org

¹ Rogers, T. (2013), *Conferences and Conventions: A Global Industry*. New York: Routledge.

2	60-та Конференција за туризмот во Европа	Светска туристичка организација	europa.unwto.org
3	47-ма Конференција за туризам	Асоцијација на истражувачи во патувањата и туризмот	ttra.com
4	28-ма Конференција за туризам	Институт за патувања и туризам	itt.co.uk
5	27-ма Конференција за туризам	Гувернерот на Масачусец	massvacation.com
6	23-та Конференција за информациски технологии во туризмот	Федерација за информациски технологии во туризмот	enter2016.org
7	18-та Конференција за бизнис, маркетинг и туризам	Светска академија за наука и технологија	waset.org
8	14-та Конференција за туризам	Меѓународен совет за хотели, ресторани и обучувачи	apacchrie2016.com
9	13-та Конференција за услужниот сектор	Факултет за туризам и угостителство	ftu.uklo.edu.mk
10	12-та Конференција за туризам	Атински институт за едукација и истражување	atiner.gr

Извор: Официјалните веб страни на овие настани

Дефинирање и поделба на конференциите

Речниците го дефинираат терминот конференција (латински) како состанок, собир, седница, собрание на некоја организација или заедница за да се претресуваат важни прашања². Конференциите се состаноци кои се одржуваат со цел размена на информации, консултации и дискусии, а често се нарекуваат конгреси или конвенции³. Конференциите се само еден дел од бизнис сегментот наречен МИЦЕ туризам⁴. MICE претставува акроним за Meetings - Состаноци; Incentive Travel – Стимулативни аранжмани; Conventions – Конференции и Exhibitions – Саеми. Често употребуван термин во туристичката индустрија кога станува збор за деловни патувања⁵.

Постојат различни критериуми според кои ги делиме конференциите како: период на одржување, состав на учесници, теми на конференцијата, територија на одржување, временска рамка, законска регулатива и слично. За конференциите се користи и друг акроним, SMERF кој доаѓа од скратеницата social – социјални, military – воени, educational – едукативни, religious – религиозни, fraternal – братства со различни групи на интереси.

Карактеристично за конференциите е следното: најчесто се учествува со презентации (10-30 минути), се канат истакнати стручни лица кои се главни говорници и ги потенцираат темите на конференцијата, вклучува панел дискусија, се работи по однапред утврдена агенда и програма, се користи соодветна инфраструктура, маркетинг и др. Конференциите освен работниот дел, вклучуваат и богата социјална програма поврзана со анимација на учесниците и посета на туристичките потенцијали на дестинацијата во која се одржува конференцијата. Научните и стручни конференции вклучуваат и публикување на зборници со презентираниите истражувачки или практични трудови. Исто така, постои практика на

² Муќиновиќ, Љ. (1990), Современ лексикон на странски зборови и изрази. Скопје: Наша книга.

³ Medlik, S. (2003), Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Oxford: Butterworth-Heinemann.

⁴ Mai, J. (2014), Conferences and Conventions: A Research Perspective. New York: Routledge.

⁵ Методијески, Д., Голаков, К. (2013), Толковник на поими, термини и имиња од областа на туризмот (англиско-руско-македонски). Скопје: Современост.

презентација и преглед на претстојните или минати конференции од дадена област во одредени научни списанија и журнаи, како би се популаризирале одредени конференции и пошироката научна јавност би можела да дознае за нив⁶.

Организација на конференции

Организирањето на конференции можеме да го набљудуваме како процес кој го опфаќа следното⁷: цел на организирање на конференцијата, тема на конференцијата, временска рамка на одржување, објекти и дополнителни услуги во кои ќе се одржува настанот, избор на главни говорници, начин на презентирање на учесниците, начин на плаќање и спонзорство, детално планирање и менаџмент на настанот. Организацијата на храната и пијалочите кои се конзумираат за време на настанот, исто така имаат големо значење во успешноста на конференцијата⁸. По завршувањето на настанот се прави евалуација, се продолжува контактот со учесниците и се прави планирање на следниот настан.

Пазарот на конференции е составен од понуда и побарувачка на организирани настани. Побарувачката на конференции можеме да ја поделиме на неколку сегменти: корпоративен, невладин сектор, јавен сектор, „SMURF“ социјални групи со заеднички интереси и делегати⁹.

Значење на конференциите

Конференциите имаат повеќедимензионално значење. Постојат повеќе аспекти од кои може да се објасни значењето на конференциите. Во интерес на овој труд ќе се задржиме на два: економскиот и научниот придонес. Економскиот придонес главно резултира со бенефитите за локалната заедница каде се одржуваат конференциите, и директните, индиректните и индуцираните приходи кои се генерираат. Организацијата на конференции е голем бизнис во светот кој е во тесна врска со логистиката и туризмот.

⁶ Galičić, V. (2012), Conference review: 21st biennial international scientific congress "Tourism and hotel industry 2012". Tourism and Hospitality Management, Vol. 18, No. 1, pp. 159-168.

⁷ Campbell, F., Robinson, A., Brown, S., Race, P. (2003), Essential Tips for Organizing Conferences & Events. London: Kogan Page Limited.

⁸ Shone, A. (1998), The Business of Conferences: A hospitality sector overview of UK and Ireland. Oxford: Butterworth-Heinemann.

⁹ Davidson, R., Rogers, T. (2006), Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events. New York: Routledge.

Меѓународната асоцијација за конгреси и конвенции¹⁰ има направено рангирање на земјите и градовите во светот во кои се одржуваат најмногу состаноци.

Табела 2. Топ 10 земји според одржани состаноци во 2014

Ред. бр.	Земја	Учесници	Состаноци
1	САД	365,338	831
2	Шпанија	289,039	578
3	Германија	264,156	659
4	Франција	233,075	533
5	Велика Британија	199,100	543
6	Италија	175,400	452
7	Австралија	151,808	260
8	Јапонија	147,245	337
9	Канада	133,609	265
10	Холандија	133,105	307

Извор: Меѓународна асоцијација за конгреси и конвенции

Од табелата 2 можеме да забележиме, дека најголемиот дел од состаноците се одржуваат во САД, потоа во Европа, Австралија, Јапонија и Канада. Според табелата 3, во светски рамки најголем број од состаноците се одржуваат во европските градови како Париз, Барселона, Мадрид, Лондон и др.

Табела 3. Топ 10 градови според одржани состаноци во 2014

Ред.бр.	Град	Учесници	Состаноци
1	Париз	130,516	214
2	Барселона	127,469	182
3	Мадрид	91,452	200
4	Лондон	89,969	166
5	Виена	81,902	202
6	Амстердам	79,356	133
7	Берлин	76,880	193
8	Истанбул	75,864	130

¹⁰ <http://www.iccaworld.com/newsarchives/archivedetails.cfm?id=4923>
(пристапено на 20.05.2016).

9	Копенхаген	57,551	105
10	Сингапур	57,497	142

Извор: Меѓународна асоцијација за конгреси и конвенции

Според истражувањето за Економското значење на состаноците во САД, спроведено од страна на Советот за конвенции¹¹ за 2012 година, состаноците се важен дел од туристичкиот бизнис во САД, за кое ни сведочат следните податоци: 1.83 милиони состаноци на кои учествувале 225 милиони учесници со директна потрошувачка од 280 милијарди долари.

Градовите, регионите и државите ширум светот го препознаваат значењето на организирањето на состаноци и во своите стратешки планирања го вклучуваат конференцискиот туризам. Таков е примерот и со нашата земја која има изработено Подстратегија за развој на MICE или конгресен туризам¹². Истражувањата укажуваат на податокот, дека учесниците на конференции трошат повеќе финансиски средства во дестинацијата во споредба со регуларните туристи¹³.

Научниот придонес на организирањето на конференции можеме да го оправдаме со следното, без разлика дали се однесува на наставнички кадар, истражувачки или студенти кои учествуваат во организирани настани. Имено, ползите од учество на конференција се следните:

- Придонес и учење за најновите пронајдоци и информации поврзани со областа која е во интерес на учесникот;
- Одбрана и претставување на науката и областа од интерес;
- Стекнување искуство во говорењето на јавни настани од област на интерес;
- Збогатување на сопственото CV и профил;
- Средби со други истражувачи од областа и потенцијални контакти за понатамошна соработка;

¹¹ [http://www.conventionindustry.org/ResearchInfo/EconomicSignificance Study.aspx](http://www.conventionindustry.org/ResearchInfo/EconomicSignificance%20Study.aspx) (пристапено на 20.05.2016).

¹² Таргет комуникации (2015), Подстратегија за развој на „MICE“ (конгресен) туризам. Скопје.

¹³ Jafari, J., Xiao, H., eds. (2016), Encyclopedia of Tourism. Switzerland: Springer.

- Комуникација со експерти од дадена област кои подолго време работат на одредена проблематика;
- Условна регулатива која го налага учеството во конференции;
- Публикување на истражувањето и доближување до пошироката јавност;
- Креативност и подобрување на вештините за презентации и - Запознавање на други дестинации и туристичко движење.

Едно истражување спроведено во Сингапур, ни дава интересни информации за мотивацијата за учество во меѓународна конференција¹⁴. Во истражувањето, факторите за мотивација се поделени во четири сегменти:

- Професионални мотиви: создавање на професионални врски, лична интеракција, чувство за припадност во глобалната заедница, добивање на ново знаење и вештини, запознавање на истомисленици, добивање на репутација;
- Мотиви на задоволство: патување надвор од дома, стекнување нови искуства, посета на нова дестинација;
- Дестинациски мотиви: позитивен имиџ на дестинацијата, климатски услови, безбедност, сместување, ноќен живот, јазик кој се говори во дестинацијата, туристички места, ресторани и угостителски објекти, директни авио летови, трошоци за патувањето и
- Конференциски мотиви: квалитет на конференцијата, конференциски теми, организација на конференцијата, можност за вмрежување и познати говорници.

Најважните и највисоко рангирани мотиви од страна на испитаниците во студијата се конференциските и мотивите на задоволство.

Заклучок

Конференциите кои својот развој и подем го бележат во последните децении ги среќаваме уште од древноста. Најразвиени пазари за организација на конференциски настани се САД и

¹⁴ 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, Spring

европските земји. Инфраструктурата која е изградена за потребите на конференциите е импресивна, постојат конференциски центри со капацитет од 20.000 учесници и над 450.000 квадратни метри. Во денешно време постојат конференции кои имаат традиција и се одржуваат секоја година во продолжение на повеќе децении, во најголем дел започнувајќи ја својата традиција по Втората светска војна.

Конференциите, во суштина, се состаноци кои се одржуваат со цел размена на информации, консултации и дискусии, а често се нарекуваат конгреси или конвенции. Постојат различни критериуми според кои можеме да ги поделиме конференциите како: период на одржување, состав на учесници, теми на конференцијата, територија на одржување, временска рамка, законска регулатива и слично. Карактеристично за конференциите е следното: најчесто се учествува со презентации (10-30 минути), се канат истакнати стручни лица кои се главни говорници и ги потенцираат темите на конференцијата, вклучува панел дискусија, се работи по однапред утврдена агенда и програма, се користи соодветна инфраструктура, маркетинг и др.

Организирањето на конференции можеме да го набљудуваме како процес кој опфаќа: цел на организирање на конференцијата, тема на конференцијата, временска рамка на одржување, објекти и дополнителни услуги во кои ќе се одржува настанот, избор на главни говорници, начин на презентирање на учесниците, начин на плаќање и спонзорство, детално планирање и менаџмент на настанот. Постојат повеќе аспекти од кои може да го разгледуваме значењето на конференциите, но најважни се економскиот и научниот придонес.

Користена литература:

Campbell, F., Robinson, A., Brown, S., Race, P. (2003), *Essential Tips for Organizing Conferences & Events*. London: Kogan Page Limited.

Davidson, R., Rogers, T. (2006), *Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events*. New York: Routledge.

Galičić, V. (2012), Conference review: 21st biennial international scientific congress "Tourism and hotel industry 2012". *Tourism and Hospitality Management*, Vol. 18, No. 1, pp. 159-168.

Jafari, J., Xiao, H., eds. (2016), *Encyclopedia of Tourism*. Switzerland: Springer.

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*, Spring.

Medlik, S. (2003), *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Rogers, T. (2013), *Conferences and Conventions: A Global Industry*. New York: Routledge.

Shone, A. (1998), *The Business of Conferences: A hospitality sector overview of UK and Ireland*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Методијески, Д., Голаков, К. (2013), Толковник на поими, термини и имиња од областа на туризмот (англиско-рускомакедонски). Скопје: Современост.

Муќиновиќ, Љ. (1990), *Современ лексикон на странски зборови и изрази*. Скопје: Наша книга.

Таргет комуникации (2015), *Подстратегија за развој на "MICE" (конгресен) туризам*. Скопје.