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 „2ри 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://js.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 СИНЏИР 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 ЗНАМЕНИТОСТИ 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,Благица 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 Ананиева, 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 презентираните 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

УДК 338.483:005.3

ЛОГИСТИЧКИОТ МЕНАЏМЕНТ ВО ФУНКЦИЈА НА ТУРИСТИЧКИТЕ ДЕСТИНАЦИИ

Христина Филипоска, Оливер Филипоски

hristinailijeva@yahoo.com
oliver.filiposki@ugd.edu.mk

Клучни зборови: логистика, логистички менаџмент, туризам, туристички дестинации.

Апстракт
Туристичките дестинации се места во кои туристите ги исполнуваат своите желби. За желбите и замислите на туристите да станат реалност мора сите фактори да бидат распределени правилно, да функционираат беспрекорно и да не го нарушат текот на престојот. Туристичката дестинација за туристот е просторно и временски определена, но таа, за да ја задржи својата постојаност, оптималност, ефективност и ефикасност ќе мора да го применува логистичкиот менаџмент.
Делувањето на логистичкиот менаџмент врз туристичката дестинација може да се набљудува од аспект на општествената средина (локалните, регионалните и националните власти) и од аспект на туристичката понуда (туристичките и угостителските субјекти).

Вовед

Логистичкиот менаџмент придонесува непречено движење на стоки и услуги во функција на навремено задоволување на потребите на туристите, а со тоа и креирање слика на добро организирана и функционална туристичка дестинација. Во насока да ги воочиме придобивките од логистичкиот концепт во рамките на туристичките дестинации, треба да се водиме од природата и суштината на туризмот, дестинациите кои имаат туристички потенцијал и нивната општествено-туристичка важност. Туризмот е појава која инволвира голем број фактори (општествени, економски, социјални итн.) и основната цел му е одмор и рекреација на туристот, т.е.

задоволување на потребите на потрошувачот. Процесот на консолидирање и распределување на сите овие фактори до крајниот корисник би бил невозможен доколку не би имало добро организиран систем. Таквиот организиран систем во современите услови на живеење кој ги применува сите нови концепти, техники и технологии е логистичкиот менаџмент, кој врз основа на добро планирање, организирање и контрола би ги распределил горенаведените фактори на ефективен и ефикасен начин, со цел задоволување на потребите на туристот.

Логистичкиот менаџмент и туристичките дестинации

Дефинирање на логистиката и туризмот

Логистиката е процес на планирање, спроведување и контрола на постапките за ефикасен и ефективен транспорт и складирање на стоки и услуги, како и информации од точка на потекло, до точка на потрошувачката, сè со цел да бидат во согласност со барањата на клиентите[41]. Додека, пак, туризмот е дејност која спроведува услуги, како што се транспортот, сместување или пак забава на лицата кои се на одмор[41]. Светската туристичка организација го дефинира туризмот поопшто и излегува надвор од општата концепција на туризмот која е ограничена само на активноста одмор, а се однесува на „патувања и престојувања на места надвор од нивната вообичаена средина не подолго во континуитет од една година, поради одморање, работа или други потреби"[42].

Примена на логистичкиот менаџмент во туризмот

Ламберт и Стокс[43] истакнуваат дека не постојат толку многу работни менаџерски подрачја кои имаат многу силно влијание на

---

[41] Според Совет на професионалци за менаџмент на синџирите за снабдување (Council of Supply Chain Management Professionals-CSCMP).

[41] "Tourism". Oxford English Dictionary (online). Oxford University Press. May 2016.

[42] UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics, World Tourism Organization. 1995. p. 10.

[43] Lambert D. & Stocs J., Strategic logistics management, McGraw-Hill Co., New York, 1993, str. 3.

општествениот стандард како што може да има областа на менаџирање со физичкото движење, чување и манипулација на стоки, т.е. логистичкиот менаџмент. Можеби на почеток, логистиката се употребувала лимитирано, само во некои области (на пр., војската), но подоцна, со развојот на превозните средства, сообраќајната инфраструктура и развојот на менаџментот, логистиката го доживува и својот најголем развој. Како што навлегуваме во XXI век, така и логистичкиот менаџмент навлегува во сите пори на општествените делување. Веќе логистичкиот менаџмент не опфаќа само „процес на текови на материјали и производи кои влегуваат во фирмата, кои се преместуваат во рамките на производниот и/или дистрибутивниот процес и сите излезни текови на стоки во претпријатието[44]", или концептот на синџирите за снабдување, туку „во остварување на своите задачи, логистичкиот менаџмент користи научен инструментариум и научни спознавања на бројни научни дисциплини, па затоа треба да се набљудува како интердисциплинарно и мултидисциплинарно подрачје[45]".

Логистичкиот менаџмент, ако го разгледуваме како активност, претставува работна функција која се занимава со менаџирање на стоковите текови, движењето на материјали и финални производи од набавка на суровина до преработка, сѐ до крајниот потрошувач[46]. Ваквото гледиште ја лимитира важноста на логистичкиот менаџмент од макро аспект и од значење на поширокото опкружување и од значење на не профитните институции или општественото окружување. Поради тоа, логистичкиот менаџмент во рамките на туризмот мора да ги земе предвид мотивот, доживувањето и ефектот како фактори кои престојот би го направиле беспрекорен и задоволителен. Но, за сето тоа да биде комплетирано, потребно е инволвирање на голем број фактори од национално, регионално и локано ниво, ангажирање на ресурси од приватни и државни институции итн. Оттука, логистичкиот менаџмент во туризмот се набљудува како просторно-временска трансформација на материјали,

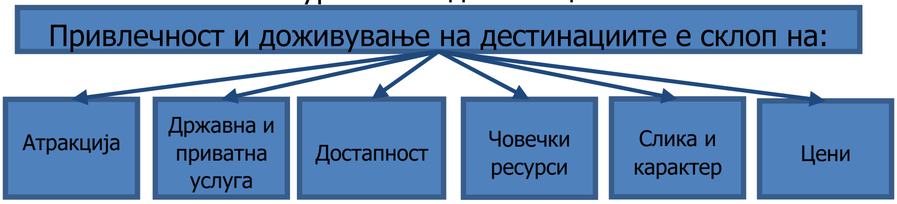
[44] Coyle, J. John, Bardi J. Edward and Langley Jr C. John, The management of business logistics, West publishing Co., USA, 1996, str. 4.
[45] Zelenika R. I Pupovac D., Menagment logistickih sustava, Ekonomski fakultet, Rijeca, 2008.
[46] Ferisak, V. et al., Poslovna logistika, Informator, Zagreb, 1983, str. 1-2. [47] Mrnjavac, E., Logisticki menagment u turizmu, Fakultet za menagment u turizmu i ugostitenjstvu, Opatija, 2010.

луѓе, капитал, отпад (и вода) како би се произвела туристичка услуга која би ги задоволила корисниците[47] (туристите).

Врската на логистичкиот менаџмент и туристичките дестинации

Туристичката дестинација е физички простор каде посетителот поминува најмалку една вечер [47]. Туристичките дестинации содржат неколку основни елементи кои ги привлекуваат посетителите кон дестинацијата и кои елементи ги задоволуваат потребите на посетителите кога ќе пристигнат. Начинот на спроведување и квалитетот на овие елементи влијаат на одлуката на посетителот, дали ќе ја посети таа дестинација или не. Тие елементи се: атрактивност, услуги од јавни и приватни институции, достапност, човечки ресурси, слика и карактер и цени.

Слика 1. Основни елементи на привлекување на туристи кон туристички дестинации[48]



За сите овие елементи беспрекорно да функционираат, треба да се добро испланирани, координирани, организирани и контролирани од определени институции (приватни и државни). Токму елементот на беспрекорност ја дава суштината на логистичкиот менаџмент, која се состои од ефикасно и ефективно работење. Како што наведува Којли и др. [49], успешноста на логистичарите е да се препознае потенцијалната можност на заштеда во логистичките трошоци (ефикасност во работењето), односно оние кои се стремат да воспостават подобра услуга за потрошувачите

[47] Mrnjavac, E., Logisticki menagment u turizmu, Fakultet za menagment u turizmu i ugostitenjstvu, Opatija, 2010.
[48] A Practical Guide to Tourism Destination Management, World Tourism Organization, 2007.
[49] Coyle, J. John, Bardi J. Edward and Langley Jr C. John, The management of business logistics, West publishing Co., USA, 1996, str. 4.

(ефективност во работењето). Поради тоа што туристичките дестинации се места со ограничен географски простор, но не и со ограничено општествено окружување, тоа претставува систем кој ги привлекува определените заинтересирани лица да дејствуваат за заедничка цел. Таа заедничка цел е визурата на туристот за привлечност и допадливост на туристичката дестинација.

Делувањето на логистичкиот менаџмент врз туристичката дестинација може да се набљудува од аспект на општествената средина (локалните, регионалните и националните власти) и од аспект на туристичката понуда (туристичките и угостителските субјекти).

Ваквата поставеност претставува оптимализација на материјали, луѓе, информации и енергија која треба да биде распределена во определено рестриктивно географско подрачје. Накратко кажано, тоа е примената на логистичкиот менаџмент во туристичките дестинации.

Логистичкиот менаџмент во функција на туристичките дестинации

Логистички концепти на туристичките дестинации

Во насока да им се овозможи на посетителите на туристичката дестинација да ги користат туристичките услуги, без да бидат попречени во тоа, потребно е да постојат: снабдување на хотелите, сместувачките капацитети и другите туристички објекти; снабдување на продавниците; пристапност до сместувачките објекти, пристапност до културните, историските, спортските и рекреативните објекти; достапност на туристичките агенции, пошти, здравствени установи, банки и др.; и пристапност до терминали за патници и друга транспортна инфраструктура важна за патничкиот сообраќај [50]. Ефикасната конекција помеѓу сите овие елементи е остварлива и достапна за туристите и интегрирана во уникатен снабдувачки систем се одвива преку транспортот. Сè додека координираноста на времето и просторот се неразделни фактори на висок квалитет на туристичката понуда, концептот на логистичкиот менаџмент ќе биде потреба за остварување на таа цел.

[50] Mrnjavac, E., Logisticki menagment u turizmu, Fakultet za menagment u turizmu i ugostitenjstvu, Opatija, 2010.

Логистичкиот менаџмент во туристичките дестинации може да се **набљудува** од макро и од микро аспект.

- **Макро логистичкиот аспект** во туристичките дестинации претставува начин на кој треба да се лоцираат определени центри (услужни и дистрибутивни) за порационално, ефективно и ефикасно искористување на достапните ресурси.

- **Микро логистичкиот аспект** во туристичките дестинации се состои од организирање на туристичките организации и туристичко-угостителските објекти кои директно се справуваат со туристите во туристичката дестинација.

И во двата аспекти настануваат проблеми поради несоодветноста и недостатокот на знаења од областа на логистичкиот менаџмент, но и од неинтегрирани, некоординирани акции кои треба да ги преземат локалните власти и туристичкоугостителски ентитети.

Функции на логистиката во рамките на туристичките дестинации

Локалните власти

Концентрацијата, сезоналноста и разноликоста на културниот профил на туристите придонесува да се наруши општественоекономскиот баланс на туристичката дестинација, како што се, пример, еколошки загадувања, сообраќајни гужви, недостаток на прехранбени производи, енергенси, вода и сл. Локалните власти ја имаат можеби и најглавната улога во почетокот на воспоставување координиран систем на логистички активности за беспрекорно одвивање на снабдувањата со стоки и непречено движење на луѓе. Тие се и иницијатори, но и спрегата со регионалните и националните власти, каде би ги предложиле своите политики за изнаоѓање начини за совладување на временската и просторната ограниченост на определена туристичка дестинација.

Локалните власти се и креатори на локалните политики и локалните институции кои би придонеле за креирање на добра слика за определена локација. Тоа би го правеле комуналните и водоводни претпријатија, локалните туристички информациони бироа или, пак, комори или здруженија на туристички работници.

Екологијата

Секоја дестинација посакува да биде посетена, т.е. да бидат инволвираните сите страни во дестинацијата (месното население, економските ентитети кои дејствуваат во неа, институциите кои имаат корист директно или индиректно, државни, локални, регионални и национални, итн.), посакуваат да имаат посетеност, поради тоа што ги остваруваат своите поединечни цели. Но, се поставува прашањето дали сите тие инволвирани страни се подготвени да го зачуваат или сочуваат биодиверзитетот на таа туристичка дестинација? Се разбира дека одговорот би бил и да и не. Да, поради желбата и свесноста на поодделни институции каде им е потребно добро организиран концепциски систем на координирани акции за распределба, координација, колекција, дистрибуција и контрола на еколошките проблеми. Целата таа структура на активности би била изводлива и остварлива само со воведување на логистички систем на детекција, санација и одржливост на поодделни центри во туристичката дестинација.

Еколошките загадувања се надминуваат со соодветно планирање на центри и доволен број луѓе за собирање на сметот во определен временски период за да не би се нарушил нормалниот тек во сообраќајот. Исто така, и доволен број места за паркирања внатре или надвор од туристичката дестинација, сè со цел подобар воздух за дишење и не затворање на зелените површини.

Транспорт

Секоја дестинација, за да биде видена или да ја постигне целта на посетеност, мора да биде достапна за туристите. Тоа е остварливо само преку транспортот и соодветна транспортна инфраструктура. Кој вид на транспорт ќе го изберат посетителите, зависи од нивната волја и можноста која ја нуди туристичката дестинација. Но, тоа е соодветен логистички менаџмент кој треба да го спроведуваат локалните транспортни претпријатија, локалните паркинг претпријатија, локалните сообраќајни служби и локалните туристички објекти (доволен број паркинг места и места за пристап до објектот). Сообраќајните гужви би се решиле со рационализирање на просторот за паркинг и менаџирање на протокот на сообраќајот на определени тесни грла.

Складирање

Посетителите на туристичките дестинации не го доживуваат само концептот за таа дестинација, тие ја доживуваат целокупната атмосфера, просторот во неа, но и задоволувањето на нивните основни потреби (на пр., потребите за храна). Во нормални услови на делување, стопанските субјекти и објектите за сместување имаат определени стандардни количини на стоки кои им се потребни за непречено одвивање на животните потреби, но во услови на наплив на посетители, тие количини на стоки се зголемуваат и со тоа се јавува проблемот на складирање, непречен дотур на храна и вода, па сè до достава на производи кои се побарувани од определена група на туристи (на пр., религиозни групи кои побаруваат храна) кои ги исполнува нивните религиозни стандарди (халал, кошин итн.).

Концепциски, ваквиот пристап повеќе ги погодува самите економски ентитети кои во трката за профит сакаат да ги задоволат потребите на потрошувачите, во нашиот случај туристите. Поради тоа, пристапот на решавање на овој проблем е од микро аспект и од волјата на менаџментот соодветно да ја применува логистиката, со добро обучени кадри, добри логистички предлози и решенија за ефикасно и ефективно да ја исполнат својата цел. Непреченоста во одвивањето на вака поставениот концепт бара подлабока и долготрајна анализа, но и временски координирана акција за навремено снабдување, скалдирање и дистрибуирање на стоки до големопродажните, малопродажните и секој друг вид продажни места.

Недостаток на прехранбени производи би се регулирал со навремено организирање на дистрибутивни центри во регионот на туристичките дестинации од сезонски карактер за да се анулираат трошоците за транспорт од подалечните снабдувачки капацитети.

Заклучок

Туризмот е гранка која ги спојува оние кои посетуваат определени места поради рекреација, бизнис, одмор и др. и оние кои сакаат да ги задоволат потребите и барањата на тој вид посетители. Туристичките дестинации можеби се просторно ограничени места во кои туристите престојуваат поради определени потреби, но тие се места во кои се инволвирани голем број субјекти (државни и

приватни) за да креираат имиџ на места каде посетителите би го добиле она за што и присуствуваат во таа дестинација.

За да се координираат сите овие инволвирани страни, потребна е примена на логистичкиот менаџмент за непречено да се одвиваат процесите на проток на стоки, услуги, капитал, луѓе, ресурси итн. Примената на логистичкиот менаџмент во рамките на туристичките дестинации треба да се разгледува од макро и микро аспект, но и координиран однос на локалните власти со туристичката понуда.

Соодветноста и позитивното доживување на определена туристичка дестинација е процес кој наидува на проблеми кои се решаваат со помош на логистичкиот менаџмент, т.е. со примена на концептот на логистичкиот менаџмент од страна на државните и приватните субјекти кои имаат интерес определено ограничено географско подрачје да биде третирано како туристичка дестинација.

Современиот концепт на логистичкиот менаџмент ја поминува границата на просто транспортирање на стоки и луѓе и нивно соодветно складирање и дистрибуција и ја вклучува и соодветната грижа за околината, просторот за работа на економските ентитети и соодветната инфраструктура која му дава комплетна слика на позитивна и успешна туристичка дестинација.

Користена литература:

A Practical Guide to Tourism Destination Management, World Tourism Organization, 2007;

Coyle, J. John, Bardi J. Edward and Langley Jr C. John, The management of business logistics, West publishing Co., USA, 1996;

Ferisak, V. et al. Poslovna logistika, Informator, Zagreb, 1983.

Lambert D. & Stocs J., Strategic logistics management, McGraw-Hill Co., New York, 1993;

Mrnjavac, E., Logisticki menagment u turizmu, Fakultet za menagment u turizmu I ugostitenjstvu, Opatija, 2010;

UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics, World Tourism Organization. 1995;

Zelenika R. I Pupovac D., Menagment logistickih sustava, Ekonomski fakultet, Rijeca, 2008.