



ISCTBL 2020

INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

Универзитет „Гоце Делчев“ –
Штип

Goce Delchev University
Shtip

Факултет за туризам и бизнис
логистика

Faculty of Tourism and
Business Logistics

Трета Меѓународна Научна Конференција
Third 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



ISCTBL 2020
INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE



Универзитет „Гоце Делчев“ –
Штип

Goce Delcev University
Shtip

Факултет за туризам и бизнис
логистика

Faculty of Tourism and
Business Logistics

Трета Меѓународна Научна Конференција
Third 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

13 ноември 2020 г / November 13, 2020

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
www.ugd.edu.mk

За издавачот:

д-р Татјана Бошков, декан

Организатор на конференцијата:

Факултет за туризам и бизнис логистика

Publisher:

Faculty of Tourism and Business Logistics
Goce Delchev University of Shtip
“Krstе Misirkov” no.10-A P.O. Box 201 Shtip 2000, North Macedonia
Tel: +389 32 550 350
www.ftbl.ugd.edu.mk
www.ugd.edu.mk

For the Publisher:

Tatjana Boshkov, Ph.D. – Dean

Conference Organizer:

Faculty of Tourism and Business Logistics

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

338.48(497.7)(062)

INTERNATIONAL scientific conference Challenges of tourism and business
logistics in the 21st century (3 ; 2020 ; Stip)

Challenges of tourism and business logistics in the 21st century
[Електронски извор] / The 3th international scientific conference,
September 13 th , 2020, Republic of North Macedonia. - Stip : Goce
Delcev University of Stip, Faculty of tourism and business logistics,
2020

Начин на пристапување (URL): <https://e-lib.ugd.edu.mk/zbornici.html>. -
Текст во PDF формат, содржи 435 стр., илустр. - Наслов преземен од
екранот. - Опис на изворот на ден 22.11.2020. - Фусноти кон текстот. -
Библиографија кон трудовите

ISBN 978-608-244-779-7

а) Туризам -- Економски прилики -- Македонија -- Собири

COBISS.MK-ID 52738053

Организациски комитет:

Проф. д-р. Татјана Бошков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
Доц. д-р. Наташа Митева, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
Доц. д-р. Душко Јошески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
м-р Цветанка Ристова Магловска, асистент-докторанд, 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
Доц. д-р. Наташа Митева, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
м-р Цветанка Ристова Магловска, асистент-докторанд, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
Доц. д-р. Душко Јошески, 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
Доц. д-р. Анета Стојановска-Стефанова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
д-р Душица Попова, 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. Марија Магдинчева-Шопова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
Проф. д-р. Тања Ангелкова Петкова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
Доц. д-р. Оливер Филипоски, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија
д-р Васко Шутаров, МИТ Универзитет, Факултет за безбедност, Република Северна Македонија
Проф. д-р. Глигор Бишев, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Економски факултет Прилеп, 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. Френсис 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 Лоц, 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, 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

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

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

Cvetanka Ristova Maglovska, M.Sc., University Teaching Assistant, 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

Cvetanka Ristova Maglovska, M.Sc., University Teaching Assistant, Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Dusko Joseski, 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

Assist. Prof. Aneta Stojanovska - Stefanova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Dusica Popova, 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. Marija Magdinceva – Sopova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

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

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

Vasko Sutarov, Ph.D., MIT Univeristy, Faculty of Security Sciences, North Macedonia

Prof. Gligor Bishev, Ph.D., St. Clement of Ohrid University of Bitola, Faculty of Economics, Prilep, 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, Depatment 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., Mehedinti Tourism Promotion Association, Drobeta Turnu-Severin, Romania

Prof. Serafima Roşcovan, 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

Пленарна сесија

Проф. д-р Глигор Бишев, претседател на Управниот одбор и генерален извршен директор на „Шпаркасе Банка Македонија АД Скопје“ – „Влијанието на пандемијата врз економските движења“

Питер Табак, извршен директор, водечки регионален економист за економија, политика и управување на Западен Балкан, Потпретседател за политика и партнерства, Европската банка за обнова и развој - „*Economic outlook for the Western Balkans during and after the epidemic*“

Милан Здравковиќ, извршен директор на операторот на дистрибутивниот систем во Ј.П.Србијагас, Белград, Србија – „*Supply of natural gas in COVID-19 conditions - experience and expectations*“

Проф. д-р Мишко Цидров, професор и проректор за настава и студенти, Универзитет „Гоце Делчев“ - Штип – „*УГД во време на пандемија*“

Проф. д-р Татјана Бошков, професор и декан на Факултетот за туризам и бизнис логистика – „*The impact of coronavirus on global growth and global supply chain shifts*“

Модератори

Панел модератор

Проф. д-р Татјана Бошков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика

Прва и втора сесија

Доц. д-р Наташа Митева, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за туризам и бизнис логистика

Plenary session

Prof. Gligor Bishev, University Professor and Chairman of the Board, Sparkasse Bank-Skopje – “*The impact of the pandemic on economic developments*”

Peter Tabak, Executive Director, Leading Regional Economist for Economics, Policy and Governance in the Western Balkans Vice-President for Policy and Partnerships, European Bank for Reconstruction and Development - “*Economic outlook for the Western Balkans during and after the epidemic*”

Milan Zdravkovic, Executive Director of the Distribution System Operator in J.P Srbijagas, Belgrade, Serbia – “*Supply of natural gas in COVID-19 conditions - experience and expectations*”

Prof. Misko Dzidrov, University Professor and Vice-rector for Teaching and Students, Goce Delcev University of Stip – “*UGD in a time of pandemic*”

Prof. Tatjana Boskov, University Professor and Dean of the Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University of Stip – “*The impact of coronavirus on global growth and global supply chain shifts*”

Moderators

Panel Moderator

Tatjana Boshkov, Goce Delcev University of Stip, Faculty of tourism and business logistics, Stip, North Macedonia

I and II session

Natasha Miteva, Goce Delcev University of Stip, Faculty of tourism and business logistics, Stip, North Macedonia



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

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

ТРЕТА МЕЃУНАРОДНА НАУЧНА
КОНФЕРЕНЦИЈА

THIRD 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

13 ноември, 2020, Штип / Shtip, November 13th, 2020

ПРЕДГОВОР

Факултетот за туризам и бизнис логистика при Универзитетот „Гоце Делчев“ во Штип, беше организатор на Третата меѓународна научна конференција „Предизвици на туризмот и бизнис логистика во 21 век“. Конференцијата се одржа на 13 ноември 2020 година на платформата Microsoft Teams, со повеќе од 90 учесници од матичната земја и странство. Оваа година Меѓународниот научен комитет брои еминентни професори од нашата земја и над 15 странски земји како Израел, Шпанија, Франција, Молдавија, Италија, Грција, Египет, Полска, Турција, Романија, Бугарија, Србија, Хрватска, Босна и Херцеговина и Словенија.

Целта на оваа конференција е да промовира поголемо разбирање на бизнис администрација, логистиката, туризмот и угостителство во однос на управувањето, економијата, образованието и претприемништвото. Ова подразбира дека фокусот на учесниците го насочивме кон најновите трендови и предизвици во врска со развојот на туризмот, менаџирањето со компаниите, пазарот на труд, можностите за придобивки и профит, изгледите за подобра конкурентност на меѓународниот пазар, што пак е императив за финансиската стабилност на нашата земја во целина.

Имено, со пристигнатите трудови и авторските истражувања се оствари целта на конференцијата - а тоа е оценувањето на тековната состојба и идните изгледи за развој на микро план што се однесува на домашниот пазар, како и движењата на глобалната економија, подготвувајќи ја бизнис заедницата за предизвиците со кои ќе се соочуваат при остварувањето на нивните цели, што де факто влијае врз одржувањето на финансиите особено во времето кое го живееме под притисокот на пандемијата.

Препораките кои се пренесоа се однесуваат како да се зајакнува капацитетот на компаниите како и промените во регулативите кои го диктираат нашиот пат кон ЕУ. Дискусиите во текот на конференцијата беа одговор на тоа како реагираа и се позиционираа менаџерите на финансиски средства во услови на голем пазарен ризик, пазарни шокови и турбуленции и како треба да се подготвуваат инвеститорите во поедини сектори. Трудовите прикажаа изгледи и кон идната интеграција на земјите од Западен Балкан, со осврт на досегашните постигнувања и идните предизвици пред овие економии како и размена на искуства на сите учесници кои сме денес присутни од повеќе земји.

Токму овие препораки треба да бидат двигател на процесите на реформата во насока на подигање на квалитетот на образованието заради поголема продуктивност на трудот, конкурентност на економијата и намалување на неусогласеноста на понудата на вештини и компетенции како и побарувачката на пазарот на труд.

Постигнувањето на овие цели е заедничка задача на сите оние што се во позиција да го дадат својот придонес за имплементација на реформите во општеството. Токму тие реформи, тие промени во начинот на пристап, методологија на работа и организација, не треба да ги правиме само за да станеме дел од економскиот блок, туку да бидат во насока да постигнеме нешто друго, многу позначајно, односно сите напори што ги правиме да бидат за остварување на повисок степен на благосостојбата на нашите граѓани, за создавање на достоинствени услови за живот и работа.

Во регионот, меѓутоа и пошироко, во Европа, искуствата се најразлични. Наидуваме на успешни, и на не толку успешни модели. Токму ваквите научните конференции, дебатите што се развиваат тука, се најдобриот начин за размена на искуства, за идентификација на предизвиците и перспективите, за споредување на моделите и третирањето на нивните недостатоци или предности, меѓутоа и презентирање

на можните нови комбинирани модели. Едукацијата на новите генерации кои ќе бидат подготвени да се соочат со предизвиците што ги носи глобализацијата, е заеднички предизвик на Универзитетите, на бизнис заедницата, но и на централната и локалната власт.

Штип,
13 Ноември 2020

Главен уредник
Проф. д-р Татјана Бошков, *Декан*

PREFACE

The Faculty of Tourism and Business Logistics in Gevgelia, part of the University Goce Delchev from Shtip, hosted the Third International Scientific Conference, "Challenges of Tourism and Business Logistics in the 21st Century". The conference was held on 13th of November 2020 on the platform Microsoft Teams, with more than 90 participants from the country and abroad. This year the International scientific committee included eminent professors from our country and more than 15 from foreign countries, such as Israel, Spain, France, Moldova, Italy, Greece, Egypt, Poland, Turkey, Romania, Bulgaria, Serbia, Croatia, Bosnia and Herzegovina and Slovenia.

The aim of this conference is promoting a greater understanding of the business administration, logistics, tourism and hospitality in terms of management, economics, education and entrepreneurship. In that context, the focus of our participants was on the latest trends and challenges related to tourism development, company management, labour market, opportunities for gain and profit, opportunities for better competitiveness in the international market, which is imperative for the financial stability of our country entirely.

Furthermore, the conference papers and authors' researches fulfilled the aim of the conference, the assessment of the current situation and future prospects for the development of the micro plan in terms of the domestic market, as well as the global economy changes, prepared the business community for the challenges that will they face during their goal achievement, which de facto affects the maintenance of finances especially in the time we live under the pandemic pressure.

The detection of the conditions that have been presented is a real mirror of where we are, where we have been, and what is even more difficult, to answer the question what next? Achieving these goals is a common task of all those who are in a position to contribute to the implementation of reforms in society. Exactly those reforms, those changes in the way of approach, methodology of work and organization, we should not make only to become part of the economic block, but to be in the direction of achieving something else, something much more significant - efforts for achieving a higher degree of well-being of our citizens, for creating dignified living and working conditions.

In the region, but also beyond, in Europe, the experiences are diverse. We come across successful and not so successful models. Exactly such scientific conferences, debates that develop here, are the best way to exchange experiences, to identify challenges and perspectives, to compare models and how to treat their disadvantages or advantages, but also to present possible new combined models. The education of the new generations that will be ready to face the challenges posed by globalization is a common challenge of the Universities, the business community, but also of the central and local government.

Shtip,
November, 13th, 2020

Editor
Tatjana Boshkov, Ph.D. *Dean*

Contents

ПРЕДГОВОР.....	10
PREFACE	12
СЕСИЈА: БИЗНИС ЛОГИСТИКА И БИЗНИС АДМИНИСТРАЦИЈА.....	17
SESSION: BUSINESS LOGISTICS & BUSINESS ADMINISTRATION.....	17
THE IMPACT OF DIGITAL FINANCE AND FINTECH ON FINANCIAL INCLUSION AND THE EMERGENCE OF DFS PROVIDERS	19
Tatjana Boshkov;Dushko Joshevski	19
MONETARY POLICY EFFECTIVENESS, AND SOME EXPLANATIONS OF UNEMPLOYMENT, FAIR WAGES AND FAIR PRICES IN A GENERAL EQUILIBRIUM SETTING	26
Dushko Josheski; Tatjana Boshkov	26
LABOR MARKET POLICIES IN BULGARIA DURING THE EMERGENCY EPIDEMIOLOGICAL SITUATION.....	54
Tatyana Dimitrova.; Slavi Dimitrov.....	54
ЧОВЕЧКИОТ КАПИТАЛ – ФАКТОР ЗА ГРАДЕЊЕ КОНКУРЕНТСКА КОМПАНИСКА ПРЕДНОСТ.....	64
Драшко Атанасоски; Емануела Есмерова.....	64
МЕНАЏМЕНТОТ НА ЗНАЕЊЕ ВО МОДЕРНАТА ЕКОНОМИЈА	72
Емануела Есмерова ; Драшко Атанасоски.....	72
COMPONENTS OF CUSTOMER BASED BRAND EQUITY.....	79
Ventsislava Nikolova-Minkova	79
INTELLECTUAL PROPERTY IN DIGITAL ENVIRONMENT	89
Svetla Panayotova; Ventsislava Nikolova-Minkova.....	89
ВЛИЈАНИЕТО НА СОВРЕМЕНИТЕ ЛОГИСТИЧКИ ТРЕНДОВИ ВО ПОЛЕТО НА ЕКОНОМИЈАТА.....	100
Гордан Јанкуловски.....	100
DIGITAL MARKETING AND ITS IMPORTANCE DURING THE PANDEMIC.....	111
Natasha Miteva; Dushica Popova ; Aco Kuzelov.....	111
EMPOWERNMENT OF WOMEN: CHALLENGES AND OPPORTUNITIES IN THE MODERN WORLD.....	119
Aneta Stojanovska-Stefanova; Marija Magdinceva-Sopova; Hristina Runcheva Tasev	119
A MODERN APPROACH TO PROCESS MANAGEMENT WITHIN THE MACEDONIAN INSURANCE COMPANY	131
Елизабета Митрева; Горан Стојановски	131
THE IMPACT OF PRICE MANAGEMENT ON BUSINESS OPERATION OF THE ENTERPRISE: THEORETICAL ASPECT.....	145

Snezana Bardarova; Mimoza Serafimova.....	145
OVERVIEW OF NEOBANKS MODEL AND ITS IMPLICATIONS FOR TRADITIONAL BANKING.	156
Zoran Temelkov.....	156
ГОЛЕМАТА РЕЦЕСИЈА 2007-2009 ВО САД.....	166
Љупчо Давчев; Александар Давчев	166
МОНЕТАРНАТА ПОЛИТИКА ВО СЛУЧАЈОТ НА ГОЛЕМАТА РЕЦЕСИЈА 2007-2009 ПРЕКУ ПРИМЕРОТ НА ФЕДЕРАЛНИТЕ РЕЗЕРВИ НА САД И ЕВРОПСКАТА ЦЕНТРАЛНА БАНКА	175
Александар Давчев; Љупчо Давчев	175
СЕСИЈА: ТУРИЗАМ, УГОСТИТЕЛСТВО И ГАСТРОНОМИЈА.....	184
SESSION: TOURISM, HOSPITALITY & GASTRONOMY	184
RURAL TOURISM IN VOJVODINA?	185
Drago Cvijanović; Tamara Gajić; Dejan Sekulić	185
РА-ВАТ METHODOLOGY IN ESTIMATING ECOSYSTEM SERVICES (Case study: ES-Nature based tourism at the Biosphere Reserve “Golija Studenica”)	196
Milica Luković	196
АНАЛИЗА НА ИНДИКАТОРИТЕ ЗА РАЗВОЈ НА УРБАНИОТ ТУРИЗАМ НА РЕПУБЛИКА С. МАКЕДОНИЈА НИЗ ПРИЗМАТА НА ПЛАНСКИТЕ РЕГИОНИ... ..	205
Дарко Мајхошев, Цане Котески.....	205
СОЦИЈАЛЕН ТУРИЗАМ НАСПРОТИ СОЦИЈАЛНИТЕ ФУНКЦИИ НА ТУРИЗМОТ	218
Николчо Петров; Златко Јаковлев; Цане Котески	218
FINANCIAL PERFORMANCE MEASURING OF A HOTEL COMPANY - CASE STUDY	228
Marko Milašinović; Aleksandra Mitrović ; Stefan Milojević	228
РАЗГЛЕДНИЦИ ЗА ОХРИД ПЕЧАТЕНИ ВО СОЦИЈАЛИЗМОТ И НИВНАТА УЛОГА ВО ПРОМОЦИЈА НА ТУРИЗМОТ.....	235
Никола В. Димитров	235
ВЛИЈАНИЕ НА ПЛАНИНСКИОТ ТУРИЗАМ ВРЗ ТУРИСТИЧКИОТ ПРОМЕТ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	248
Ана Здравковска-Илиевска, Илија Закоски	248
КУЛТУРНИ И ВЕРСКИ СОДРЖИНИ ВО ТУРИЗМОТ НА ЛЕШОЧКИОТ МАНАСТИР	256
Илија Закоски.....	256
EUROPEAN CAPITALS OF CULTURE: CASE STUDY – ATHENS	266
Marija Lakićević; Danijela Pantović; Vladan Petrović	266

STATISTICAL ANALYSIS OF TOURIST ARRIVALS AND NIGHTS IN CROATIA DURING THE SARS-CoV-2 PANDEMIC	273
Cvetan Kovač; Ana Šijaković	273
PERSPECTIVE AND PROBLEMS OF CYCLING TOURISM IN NORTH CROATIA ..	284
Nikola Medved; Ana Maria Gavrić; Lea Vukojević	284
GASTRO EVENTS, AN IMPORTANT FACTOR FOR PRESERVATION OF CULTURE, TRADITION AND REGIONAL DEVELOPMENT - CASE STUDY OF ŠUMADIJA DISTRICT	294
Dragan Tezanovik; Sanja Filipovik; Maja Banjak	294
TOURISM IN COVID-19 PANDEMIC IN NORTH MACEDONIA: EXPERIENCES AND PERSPECTIVES.....	305
Goran Kitevski; Dejan Iliev.....	305
SUSTAINABLE TOURISM AND UNESCO STATUS BENEFITS: PERCEPTIONS OF RESIDENTS OF OHRID.....	315
Biljana Petrevska; Cvetko Andreeski ; Tanja Mihalič	315
ПРИДОБИВКИ ОД ПРИМЕНАТА НА СТАНДАРДИ ОД ОБЛАСТА НА ТУРИЗМОТ ВО С. МАКЕДОНИЈА	325
Велибор Тасевски; Џеват Кицара ; Ана М. Лазаревска	325
ИНТЕРЕС НА СТУДЕНТИТЕ ЗА ВКЛУЧУВАЊЕ ВО АКТИВНОСТИ НА ОТВОРЕНО	335
Деспина Сивевска; Билјана Попеска; Цветанка Ристова Магловска.....	335
МОТИВСКИТЕ ФАКТОРИ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ДВИЖЕЊА НА ДОМАШНИТЕ ТУРИСТИ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА	344
Давид Трајковски.....	344
ЕНЕРГЕТСКИ РАЗЛИКИ ПОМЕЃУ РАЗЛИЧНИ ВИДОВИ НА САЛАТИ	356
Дарко Андроников; Мерита Умети Лесковица ; Ацо Кузелов	356
ОПШТИНА БЕРОВО, АТРАКТИВНА ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА ЗА СПЕЦИФИЧНИ ВИДОВИ ТУРИЗАМ	363
Тања Ангелкова Петкова; Владимир Китанов.....	363
ИНОВАЦИИТЕ ВО ТУРИЗМОТ И УГОСТИТЕЛСТВОТО	371
Владимир Китанов, Тања Ангелкова Петкова.....	371
КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЈА, МОДЕЛИРАЊЕ И МЕНАџМЕНТ НА ПРОЦЕСОТ НА УЧЕЊЕ И ЗНАЕЊЕ ВО ТУРИСТИЧКИТЕ ОРГАНИЗАЦИИ	381
Бранко Николовски	381
COMPUTERIZED BOOKING SYSTEMS: ICT READINESS CONTEXT FOR BALKAN COUNTRIES	392
Žarko Rađenović.....	392

DIGITAL TOURISM.....	401
Dragan Vojinović ^[1] ; Boris Brezo ^[2] ;	401
PREVALLA-BALKAN’S PEARL.....	411
<i>Naser Bresa^[1], Cane Kotecki^[2], Zlatko Jakovlev^[3]</i>	411
КУЛТУРНА ДИПЛОМАТИЈА И КУЛТУРЕН ТУРИЗАМ ЗА ВРЕМЕ НА СВЕТСКА ПАНДЕМИЈА	417
Васко Шутаров ^[1] Abstract	417
INTERNATIONAL TOURISM AND POLITICS	428
Dimitar Dimitrov	428

МОТИВСКИТЕ ФАКТОРИ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ДВИЖЕЊА НА ДОМАШНИТЕ ТУРИСТИ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Давид Трајковски¹

Abstract

This year with situation with global world pandemic with virus COVID-19, interest for traveling in Macedonia from domestic tourists has increased. Beside vacation in the lakes, domestic tourist has shown interest about alternative types of tourism, activities, and other preferences. The main goal of this research is to find out the motive factors which motivate them to get involved in tourism, preferences on domestic tourists, which places and activities aroused the greatest interest, so that we can perform their touristic valorization. For detection on the places, activities and preferences of domestic tourists, an electronic survey was conducted through anchoring, voting, interviewing and data analyzing. Highest interest remains on Ohrid region and Ohrid lake, surprisingly interest is shown up for Mijak villages, a lot of waterfalls, monuments of cultural heritage, mountains, and a lot of forms of alternative tourism. Greatest interest in activities is shown about walks in nature, horse riding, mountaineering, canoeing, paragliding, visiting on religious objects, churches and monasteries, etc.

Клучни зборови: *preferences, interests, places, activities, domestic tourists*
JEL Класификација: Z32

Вовед

Целта на истражувањето е да се откријат дел од преференциите, желбите и интересите на македонските домашни туристи, и мотивските фактори за нивните туристички движења. Анализирани се резултати од интернет анкета и интернет изјаснувања на наши граѓани. Податоците од анализата ќе бидат прикажани преку туристичко-атрактивните мотивски фактори и вредности, бидејќи тие се најзначајни фактори за поттикнување на туристичките движења. Како најзначајни туристичко-атрактивни мотивски фактори и вредности се природните, од нив ќе ги разгледуваме релјефот – геоморфолошките и хидрографските мотивски фактори и вредности. Со овие фактори ги поврзуваме планинскиот, езерскиот, бањскиот, рекреативниот, излетите и прошетките и другите селективни видови на туризам. Потоа ќе ги обработиме антропогените туристички фактори и мотивски вредности со овие фактори и вредности ги поврзуваме културно – историскиот и руралниот туризам и понатаму се издвоени рецептивните и комуникативните фактори како најзначајни за сместувањето и самото патување.

¹Давид Трајковски, студент на прв циклус студии, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Р. С. Македонија, Крсте Мисирков“ бр. 10-А, 2000 Штип, 078-264-166, david.176310@student.ugd.edu.mk

Методологија на истражувањето

Главен метод за истражувањето на преференциите на домашните туристи, е анализата на нивни излагања на интернет, за тоа кои места најчесто ги посетуваат, какви места сакаат да посетуваат, кои активности ги практикуваат, колку денови трае нивниот одмор, какво сместување избираат и слично. Анализата е поткрепена и со методот на анкетаирање, анкетата е спроведена преку современи, технолошки, комуникациски средства, електронска анкета преку алатката Google Forms, телефонски јавувања и преку маил.

Откривање на преференциите на домашните туристи

Анализата на податоците на крај на истражувањето е сублимирана и поделена според факторите кои ги поттикнуваат туристичките движења. Истражувањето ни покажува дека домашните туристи најмногу ги придвижуваат хидрографските мотивски фактори, најголем интерес пројавуваат за хидрографските објекти во земјата, од нив особено за природните езера. Овде се применува традиционален, стационарен, капалишки туризам. Следни хидрографски објекти се реките изворите и водопадите, најчесто места кои се веќе уредени за туристи, за посетители ги привлекуваат во најголем број најчесто за време на викендите, за викенд или за рекреативни излети и прошетки.

Втори најзначајни фактори се релјефните, а од нив најголем интерес побудуваат планините, тие имаат голема туристичка вредност кај нас, најатрактивни се високите планини, и овде се издвојуваат за најпосетувани оние кои располагаат со веќе расположливи услови за прием на туристи. Овде се практикува планински туризам, но се преплетуваат и други форми на туризам, првенствено традиционалното, зимување и викендите. Антропогените туристички мотиви, барем дел од нив покренуваат значително голем број на посетители, од нив најпосетувани се културно – историските споменици, односно црквите и манастирите, а со нив го поврзуваме верскиот туризам.

Во антропогените мотиви се вброени и амбиенталните туристички мотиви и вредности, а во нив припаѓаат и селата кои имаат уникатни, амбиентални вредности и бележат најголема туристичка посета и имаат развиено рурален туризам. Рецептивните фактори, може да бидат и главен мотив за туристичка посета, тоа и се потврдува, бидејќи туристите и посетителите, најчесто посетуваат одреден сместувачки или угостителски објект, заради одредени негови карактеристики. Комуникативните фактори се истакнати како најкритикувани од страна на домашните туристи. Тие ја претставуваат патната инфраструктура, паркинзите, патеките за пешачење, велосипетските патеки и други. Сите тие подробно се разгледани во текстот подолу.

Природни туристичко –атрактивни мотивски фактори

Најголемиот интерес го привлекуваат природните атрактивно-мотивски фактори и вредности, од нив се издвојуваат: Релјефните – геоморфолошки и хидрографски.

Хидрографските мотивски фактори и вредности

Најмногу туристи и посетители во Македонија привлекуваат хидрографските објекти, тие се и најзначајни за стационарниот туризам. Најзначајни хидрографски објекти се езерата, реките, бањите и изворите (Димитров & Котески, 2019).

Езера

Езерата претставуваат природни мотивски туристичко атрактивни фактори кои побудуваат најголем туристички интерес. Во Македонија имаме езера од природно и од вештачко потекло, природните езера се поделени на тектонски и глацијални. Најпосетувани се трите тектонски езера, Охридското, Дојранското и Преспанското, на овие езера домашните туристи практикуваат езерски туризам, и тоа во форма на традиционален стационарен, капачки туризам. Овие езера се и најчесто посетуваните викенд дестинации. Домашните туристи од активностите кои ги преферираат, и практикуваат ги издвојуваат капењето, пливањето, спотско-рекреативни активности на вода и покрај вода, сончање, кајакарење, веслање, и особено пополарна последниве години веслање на суп даски. Најпосетувано природно езеро е Охридското Езеро, тоа е главен носител на стационарниот езерски туризам во земјата, нашите туристи го издвојуваат Охрид и охридскиот регион како најзначајни за посета. Дури 70% од посетителите како главни активности ги издвојуваат капењето и практикување активности на вода, кај нас оваа понуда за разни активности на вода е оскудна. Дури и хотелиерите истакнуваат дека не нудат целосна туристичка понуда, туку само сместување и исхрана, а рекреативните, спортските и другите активности, туристите да ги бараат самостојно, од мал број на други чинители, тоа го поврдуваат и домашните гости. Охрид и Охридскиот регион освен за одмор е и главна викенд дестинација. Дефинитивно е најпосетуваниот регион во нашата земја, но како главен туристички регион се соочува со низа проблеми, како најголем проблем испитаниците го посочуваат немањето доволно паркинг места и лошата патна инфраструктура, ситуациите да нема доволен капацитет (Ангелкова Петкова & Димитров, 2014).

Покрај природните тектонски езера, како што споменавме постојат и вештачки акумулации, тие пред се се градени поради други намени, хидроенергетски или наводнување на земјоделски површини. Според Димитров и Котески (2019) покрај основаната намена, голем дел од вештачките езера се стекнале со туристички потенцијал. Кај нив преовладуваат рекреативни и естетско-атрактивни мотивски својства (стр. 164). Најчесто се користат за рекреативни активности, од излетнички карактер. Покрај нив постоеле или се изградиле населби, особено на повеќето вештачки езера има викенд населби. Од вештачките езера најпосетувани се: Мавровското Езеро, Матка, Тиквешкото Езеро, Беровското, Езерото Младост, Дебарското, Прилепското, Градче, Мантово и други.

Глацијалните езера се такви езера кои настанале по природен пат од глацијална ерозија на ледниците, се исполниле со вода и создаваат хидрографски форми. Тие најчесто се лоцирани на високите планини на надморски височини над 2000 метри. За нив не можеме да кажеме дека влијаат на езерскиот туризам, но сепак тие претставуваат вистинска туристичка атракција за туристите и воглавно ја збогатуваат туристичката понуда на планината. Најпознатите глацијални езера во нашата земја се наоѓаат на Баба планина, Големото и Малото Езеро, уште попознати се како Пелистерски Очи. На Шар Планина, Црното и Белото Езеро, Голем и Мал Гол и други. На планината Јакупица се наоѓаат т.н. Саклакови Очи, односно Големото и Малото Салаково Езеро. Постојат езера и на планините Јабланица, Кораб и други.

Реки

Реките во Македонија располагаат со голем туристички потенцијал, бидејќи домашните туристи преферираат места поркај вода за време на нивните излети и прошетки, а на излети и прошетки дури 43% од испитаниците одат повеќе од 30 пати во годината.

Најпосетувани се реките Радика, Бабуба, Беловишка, особено популарни оваа година се и Дошница со „Топлите вирови“ кои се користат за капење. Најпосетувани се оние места каде во близина има ресторани, на самата река, рибници, викенд населби и излетнички места.

На самите реки се наоѓаат водопади, точениот број на водопади во земјата не е утврден, а тие се најзначајни за излетничкиот и екскурзискиот туризам. Најпосетувани водопади се Корабскиот водопад кој е највисок водопад во Македонија, висок 136 метри, Беловишкиот водопад, Колешинскиот водопад, Смоларскиот водопад, Дуфскиот водопад, Пехчевските водопади, Вевчанските Слапови и други. До повеќето од нив водат уредени и означени патеки, но не сите се наоѓаат на лесно пристапни места. Најчесто се посетуваат за излети и прошетки.

Термоминерални извори

Со термоминералните извори и карактеристиките на водата се сврзува бањскиот, односно термален туризам. Тие најмногу се посетувани заради рекреативни компоненти и лекувачки функции. Во нашата земја има повеќе од 65 термоминерални извори, од кои 8 се активни, како бањи, како природни лекувалишта. (Ташков & Методијески, 2014) Домашните туристи во минорен број ги посетуваат активните бањи, односно тие пред се се посетувани заради лекување или рехабилитација. Сепак потенцијал за развој на современ СПА туризам, кои освен на лекувачки и рехабилитациони третмани, би бил повеќе насочен кон рекреативно, опуштање и уживање во топлата вода.

Приближно 85% од испитаниците се изјасниле дека не посетиле бања во Македонија, и коментираат дека имаат слушнато дека се во лоша состојба, дел од нив и посетуваат бањи т.е. спа центри, надвор од Македонија. 57.7% од испитаниците би одседнале во бања, ако е уредена како СПА центар 2-3 дена, 30.8% би одседнале 4-6 дена, а 11.5% и повеќе од 10 дена. Сепак во веќе постоечките бањи е потребно вложување, реновирање, а и на останатите термоминерални извори може да се изградат нови СПА хотели. Како најпосетувани бањи домашните туристи ги истакнуваат Катлановската, Негорската и Дебарските бањи.

Релјефни и геоморфолошки

Внатрешните и надворешните сили, тектонските и ерозивно – акумулятивните процеси создале подземни и површински релјефни облици кои предизвикуваат голем интерес кај посетителите. Во нив припаѓаат планините, клисурите, дедунационите форми и пештерите.

Планините

Според Димитров и Котески (2019) „нашата земја е дефинирана како ридско-планинска земја, планини зафаќаат најголем дел од територијата на РС Македонија, дури 43%,

односно 11044 км²“ (стр. 75). Планините располагаат со разни туристички можности, за одмор, за спортско-рекреативни активности, имаат рекреативни, куриозитетни и естетски својства кои привлекуваат голем број посетители. Бројот на планини во РС Македонија изнесува 80, и според височината се поделени на 13 високи(над 2000 мнв.), 50 средни(од 1000 до 2000 мнв.) и 17 ниски (под 1000 мнв.). (Димитров & Котески, 2019). За планинскиот туризам најзначајни се високите планини со над 2000 метри надморска височина. Со планините покрај планинскиот туризам, се поврзува и руралниот, манифестацискиот, како и други селективни видови на туризам. Туристите кои се вклучуваат во планинскиот туризам се привлечени од комплексните рекреативни атрибути на планината, покрај нив се вбројуваат и куриозитетните, естетските, па и знаменити атрактивни атрибути. Планинскиот туризам е алтернативна форма на туризам, но сам по себе има и други алтернативи, како алпинизам, планински велосипедизам, планинско пешачење, еко-туризам и разни други форми. (Dimitrov *et al.*, 2018).

До сега во нашата држава, на планините се евидентирани 75 туристички локалитети. Планински туризам се реализира на планините: Шар Планина, Баба Планина, Бистра, Јакупица, Јабланица, Кораб, Кожув, Плачковица, Галичица, Беласица, Малешевските Планини и други.

Планините нудат одлични услови за зимски-спортски активности, планинарење и алпинизам, пешечење, излети и прошетки, возење велосипеди и за екстремни спортови. Најпрактикувани активности на планина се планинарењето, пешачењето и возењето велосипед и излетите и прошетките сите овие активностите на туристите се поврзани со планинарските патеки.

Табела 1: *Високи планини (над 2000 нмв.)*

Ред.бр.	Планина	Вкупно врвови	Име на врвот	Надморска височина (метри надморска височина)
1.	Кораб	25	Голем Кораб	2 764
2.	Шар Планина	78	Титов Врв	2 748
3.	Баба со Пелистер	24	Пелистер	2 601
4.	Јакупица - Мокра Гора	20	Солунска Глава	2 540
5.	Ниџе	6	Кајмакчалан	2 521
6.	Дешат со Крчин	22	Веливар	2 375
7.	Стогово	11	Голем Рид	2 268
8.	Јабланица со Радук	4	Црн Камен	2 257
9.	Галичица	3	Магаро	2 254
10.	Осоговски Планини	5	Руен	2 252
11.	Бистра	12	Меденица	2 163
12.	Кожуф	6	Зелен брег	2 171
13.	Челоица	5	Добра Вода	2 061

Извор: Планини и планински врвови повисоки од 2000 m, Статистички годишник на Р Македонија, 2013 г., стр. 17-20.; Стојмилов, А (2003) Физичка географија на Република Македонија; Топографски карти на РМ; Евгениј Динчев и Петар Атанасов (2001): Високите планини на Република Македонија, планинарски водич, Скопје, стр. 336.
<http://gis.katastar.gov.mk/arec>; <http://www.igeografija.mk/Portal/?p=2463>

Дури 55% од испитаниците практикуваат дел од нив, но само 15% планинарат. Само 25% од испитаниците се изјасниле дека планинарските патеки се уредени, а дури 60 % сметаат дека треба уште да се уредуват. Таква е и ситуацијата и со планинарските домови, тие ги задоволуваат потребите на планинарите, но се дадени на управување на планинарските друштва кои не располагаат со доволен буџет за нивно модернизирање или проширување, овде според мене е потребна помош од државата или локалната самоуправа. Со планините се поврзуваат и активностите кои најчесто ги практикуваат македонските туристи, како што е паралајдерството, начесто се полетува од Бушева планина, односно од Крушево и од планината Галичица. Јавањето на коњи исто така се одвива во планински услови, во склоп на понудите на руралниот туризам, во Галичник, Маврово, на Малешевските планини и други места. Најмногу туристи привлекуваат зимско - спортските центри, тоа се „Попова Шапка“ на Шар Планина, „Заре Лазаревски“-Маврово на Бистра, „Копанки“ и „Нижополе“ на Баба Планина, СЦ„Станич“-Крушево на Бушева Планина, „Ски Кожуф“ на Кожуф и ЗЦ„Пониква“ на Осоговските Планини. Домашните туристи сакат да ги посетуваат ваквите центри но како најголем недостаток го истакнуваат тоа дека жичарниците се застарени и дека е потребно вложување, односно нивно модернизирање. На скијање односно на зимски одмор најчесто им се доволни 4 дена. На планините се наоѓаат и 4-те национални паркови кои постојат, НП„Пелистер“, НП„Маврово“, НП„Галичица“ и НП„Шар Планина“, токму тие бележат најголема посета, бидејќи поседуваат карактеристики кои придонеле да бидат заштитени како национални паркови.



Слика 1. Кораб

Слика 2. Велосипед на планинска патека

Извор слика 1 и слика 2 : Википедија и Електронски Весник - портал А1ОН
https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/78/Velky_Korab_2011.jpg
<https://a1on.mk/wp-content/uploads/2020/09/pateka-vodno.jpg>

Најпосетувани се Шар Планина, Бистра, Баба Планина, Кораб, Бушева Планина-Крушево, Јакупица, Галичица, Осоговските Планини, Кожуф и Малешевските Планини. Најатрактивни локалитети на Шар Планина се ЗСЦ „Попова Шапка“, Лешница, Кривошијскиот водопад, кој е особено актуелен во последно време, Шара е многу богата со вода, има околу 100 поголеми извори, овде се и изворите на најголемата река во Македонија, Вардар изворот Вруток. Исто така овде има и 29 планински езера. На Планината Бистра најпосетуван СЦ„Заре Лазаревски“-Маврово, планината е дел и од националниот Парк Маврово, а самата планина го опфаќа и мијачкиот регион или долнорекански крај, во овј дел се практикува руралниот туризам, а најпознати и најпосетувани мијачки села се Галичник, овде главна манифестација е Галичката свадба, па селата Гари, Лазарополе, Тресорче и други. Следна најпосетувана планина е Баба, во склоп на планината Баба влегува и Националниот Парк „Пелистер“, и двата скијачки центри „Копани“ и „Нижополе“, особено атрактивни се езерата „Пелистерски очи“, „Камењарот“, руралните населби во подножјето на планината практикуваат рурален туризам, Љубојно, Брајчино, од нив има и планинарски патеки кон Пелистер.

На планината Кораб се наоѓа највисокиот врв во Македонија, Голем Кораб со 2764 мнв, овде се наоѓа и Корабскиот водопад, на Длабока река, наречен „Пројфел“, ова е највисокиот водопад во Македонија висок 136 метри. Најголем интерес побудува искачувањето на врвот, водопадот и комплексот Кораб-Трница.

Антропогени

Антропогените туристички мотивски фактори се оние кои се создадени од човекот, и се сведоци на бурното историско минанато на цивилизациите кои ги населувале просторите на нашата држава. (Димитров и Котески, 2019). Антропогените туристички вредности се во многу тесна врска со природните и се испреплетуваат и надополнуваат. Овде се вбројуваат историските и археолошките локалитети, институциите од областа на културата и спомениците на културата, други културно-историски споменици и амбиенталните мотиви. Антропогените мотивски фактори, мотивираат вклучување во туристичките движења на домашните туристи кои ги преферираат спомениците на културата, црквите и манастирите. (Димитров & Котески, 2019).

Историските и археолошките локалитети во Македонија ги има околу 4700, но има и голем број на неоткриени археолошки локалитети, тие имаат големи атрактивни и посебни вредности кои се значајни за туризмот. Археолошките локалитети се поделени според нивната старост и потекнуваат од предисторијата, палеолитот, неолитот, енеолит и метално време (Димитров & Котески, 2019). Од времето на предисторијата најпосетувана и надобро уредена е наколната неолитска населба „Заливот на коските“ или уште наречена „Плоча Мичов Град“, музеј на вода на брегот на Охридското Езеро. Како и со сите туристички локалитети и со археолошките локалитети ситуацијата е иста, тие што се уредени и отворени за посетителите и што се добро промовирани се најпосетувани археолошки локалитети. Тие најчесто се реконструирани и добро заштитени, такви се Скопското Кале, Самоиловата Тврдина, Хераклеа, Стоби, Скупи, Маџари, Виничко Кале, Маркови Кули и други. Бројот на домашните туристи кои пројавуваат интерес за археолошките локалитети е доста мал, археолошките локалитети најчесто се посетувани за време на организирани екскурзии и посети, а оние посетители кои ги посетуваат индивидуално истакнуваат дека за оние локалитети кои не се уредени нема од каде доволно да се информираат, од кога потекнуваат или зошто се значајни, или што е таму откриено. Исто така најголем проблем е и што не се заштитени, и секој може да влезе, затоа и сме сведоци на хулигански, вандалистички чинови на уништување на клатурно наследство.

Најзначајна и најпосетувана од институциите од областа на културата е Археолошкиот музеј во Скопје, тој е и главен репрезент за едукативни и туристички цели. Културно – историските споменици во Македонија се претставени како наследство, средновековни тврдини и кули, мостови и акведуци, цркви и манастири, џамии и отомански споменици. Тоа се најчесто архитектонски градби на цркви, манастири, џамии, турбиња, безистени, стари чаршии, амами, анови, шардавани, чешми, тврдини, кули, мостови, акведуци, спомен куќи и друго. Црквите и манастирите во Македонија се најпосетувани од културно – историските споменици, тие се поврзуваат и со верскиот, т.е. религиозен туризам. Денес во Македонија постојат повеќе од 270 манастири, од нив 150 се добро зачувани, дел од нив се од голем интерес за посетителите и имаат регионално, национално, а некој од нив и интернационално значање. За развојот на манастирскиот туризам во земјата, е публикуван „Водич до манастирите во Република Македонија“, кој

опфаќа 32 цркви и манастири. Содржи туристички информации за минатото на манастирите, дава опис на манастирите, можност за сместување и исхрана, картографски приказ на мапи во боја со местоположбата на манастирите и други корисни информации. Околу педесетина од манастирите имаат услови за прием на гости – верници. (Димитров и други, 2017). Верски – манастирски туризам се практикува само во манастирите Свети Наум -Охрид, Свети Јоаким Осоговски – Крива Паланка и Свети Архангел Михаил - Варош. Од анализата дознаваме дека за време на својте излети и прошетки, дури 63% од испитаниците посетуваат цркви и манастири, а кај дури 34% посетувањето на цркви и манастири се јавува како главен мотив. Како најзначајни и напосетувани ги издвојуваат Бигорскиот манастир, Манастирот Св. Наум, Црквите во Охрид Канео, Плаошник и св. Софија, па Св. Јоаким Осоговски, Лешочкиот манастир, Калиште и Радожда, Св.Архангел Михаил – Варош, манастирите во Зрзе и Слечче, манастир Св.Ѓорѓи Победоносец – Рајчица, манастир Успение на Пресвета Богородица – Трескавец, Марков Манастир, Лесновскиот Манастир, Манастир Пресвета Богородица Милостива - Велјуса, Манастир Свети Леонтиј – Водоча и други. Од цамиите и отоманските споменици во Македонија најпосетувана е Шарената цамија во Тетово –Алаца, Арабати Баба Теке, Куршумли Ан, Капан Ан, Сули Ан, Безистените, Султан Муратова цамија, Исак бегова цамија, Мустафа пашина цамија, Даут пашин амам и други. Од средновековните тврдини и кули за туристичка посета се адаптирани само мал дел, најпосетувани се Тврдината Кале – Скопје, Самоиловата Тврдина – Охрид, Марковите Кули – Прилеп и Кратовските Кули.

Мостовите и акведуктите се дел од културно-историското наследство, најпосетуван е Камениот мост во Скопје, потоа мостовите во Кратово, мостот Елен скок на Мала Река, и Камениот мост на Градешка река кај селото Зовиќ, Мариовско, скопскиот Акведукт. Интересно е што интересот за селото Зовиќ и за Камениот мост на Градешка река порасна откако кај овој мост беа снимени сцени за филмот на Милчо Манчевски „Прашина“, од тогаш мостот го нарекуваат и „филмски мост“, тоа ни покажува дека треба да се направи промоција на се што може да вклучиме во туристичката понуда. Голем дел од културно историските споменици се вклучени во екскурзиски и едукативни тури. Сепак се соочуваме со проблем што културното наследство не е доволно заштитено, цркви, манастири, археолошки локалитети, саат кули, тврдини, споменици на култура се запоставени од страна на државата и се оставени на забот на времето, стојат незащитени и од девијантно однесување на поединци често се сквернавени од хулигани и вандала.

Амбиентални

Амбиенталните туристички мотиви во нашата земја се претставени со старите чаршии, старите градски јадра, стари куќи и села со зачувана автентична архитектура (Димитров & Котески, 2019). Најпосетувани во Македонија се Скопската стара чаршија, Охридската Стара Чаршија, Битолската Стара Чаршија и Широк Сокак, Прилепската Стара Чаршија, Струшката Стара Чаршија. Од старите градски јадра убедливо најпосетуван е Охрид, Крушево, Кратово, Битола и Прилеп.



Слика 3. Село Трпејца

Слика 4. Камен мост на Градешка река – Зовиќ

Извор слика 3: https://live.staticflickr.com/8324/28988007693_19d5e73e38_b.jpg

Извор слика 4: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9f/Камениот-мост-во-Зовиќ.jpg>

Амбиенталните туристички мотиви се оние кои ги направиле нашите најпосетувани села, значајни за туристичка посета, и поради нив се развил рурален туризам. Селата покрај со амбиенталните вредности, својата понуда ја надополнуваат и со природните и антропогените туристички вредности. Во Македонија има барем 130 рурални места кои имаат потенцијал за развој на овој вид туризам. Домашните туристи како највредни села за туристичка посета ги издвојуваат селото Трпејца кое се наоѓа на брегот на Охридското езеро, тоа покрај рурален практикува и езерски туризам. Потоа го издвојуваат и Вевчани, пред се заради традиционалната архитектура, а воедно овде ги посетуваат и вевчанските извори. Селото Галичник заради својата уникатност во архитектурата и амбиентот и традиционалната Галичка свадба. Селото Зовиќ кое што го краси „Филмскиот Мост“ со мостот на Градешка река. Селата Брајчино, Љубојно и Курбиново кои се во непосредна близина на планината Баба и Преспанското Езеро, кои по пат на едукација на локалното население, спроведоа обуки за развој на рурален туризам и истакнувајќи ги својте уникатни амбиентални вредности, уникатна архитектура испишуваат успешна приказна за развој на рурален туризам. Други села кои може да ги споменеме се Лазарополе, Гари, Нежилово, Богомила, Зрновци, Нижополе, Радожда, Леуново, Слоештица, Бабино и други.

Рецептивни

Рецептивните фактори ги претставуваат сместувачките и угостителските капацитети, тие може да бидат и главен туристички мотив за одредени туристи. Рецептивните фактори, како и природните и антропогените и комуникативните ја напополнуваат и ја заокружуваат туристичката понуда. Без еден од елементите, таа не би била целосна. Овие фактори се од големо значење бидејќи тие вршат самостојно своја промоција, а промовирајќи се себе си го промовираат и местото и крајот каде што се наоѓаат.

Дополнително некој комплекси, хотели нудат и разни активности, на пример јавање коњи, а со тоа тие остваруваат вонпансионска потрошувачка, ја збогатуваат туристичката понуда, а воедно и го промовираат местото. Македонските туристи преферираат комплементарни сместувачки објекти, најчесто куќи, соби и апартмани од приватно сместување за нивниот одмор. А кога избираат хотел преферираат хотели со 3 и 4 ѕвезди.

Графикон 1: Избор на сместување



Извор: Истражување на авторот.

Графикон 2: Избор на хотел



Извор: Истражување на авторот.

Мора да истакнеме и дека од домашните туристи само 35% би ангажирале локален туристички водич за одредено место, само 30% за патувања во земјата користат туристичка агенција, т.е. организирано патување. Со угостителските капацитети, домашните туристи ги посочуваат следниве недостатоци: недостатокот на капацитет, нестручен или нељубезен кадар, хигиена, лоша услуга и слично.

Комуникативни фактори

Комуникативните се поврзувачките фактори, и тие се доста значајни за туризмот, може да имаш се, но доколку немаш лесна достапност се е залудно. Во комуникативните фактори, се вбројува патната мрежа, превозните средства, жичарниците и ски-лифтовите. Најголем проблем кој го истакнуваат домашните туристи е токму патната инфраструктура и паркинг местата, слаба означеност со знаци, недостапноста на одредено место едноставно го отргнува посетителот, па ако сакаме да развиваме туризам, треба да имаме стратемско планирање. Од испитаниците 92.3% се изјасниле дека низ земјата патуваат со патничко возило. За жичарниците и ски-лифтовите истакнуваат дека поголемиот дел, т.е. освен Водно и Попова Шапка, скоро па никогаш да не се обновени. Јас во комуникативните фактори би ги вброил и планинарските, велосипедските и пешачките патеки, бидејќи повеќе добро уредени и лесно достапни, означени патеки можат да ги мотивираат граѓаните на активност. Постои и недостаток на мапи за самите

планинарски патеки. Незапознаеноста на туристите со повеќето места, тие сами ја истакнуваат, односно посочуваат дека не се доволно промовирани, а од истажувањето дознаваме дека најмногу домашните туристи за местата кои ги посетуваат се информираат од интернетот, што значи треба да ја искористиме оваа комуникативна алатка.

Значењето, важноста на откривањето на преференциите на домашните туристи

Откривањето на преференциите, интересите и желбите на домашните туристи и поврзувањето со мотивските фактори е од фундаментално значење за понатамошно доразвивање на туризмот. Како и во секој маркетинг план што е потребно маркетинг истражување, така и во туризмот е потребно истражување и откривање на потребите и желбите на клиентите, односно посетителите, гостите и туристите, односно што ги мотивира да се вклучат во туристичките движења. А поврзувањето на истите со мотивските факторите е начин како да креираме една целосна туристичка понуда. Се со цел да ја прилагодиме туристичката понуда кон нив, и да го зголемиме бројот на домашните туристи.

Заклучок

Македонските домашни туристи се сепак туристи кои преферираат стационарен езерски туризам, сакаат да посетуваат и планински места и да уживаат во природата, најпрактикувани активности се излетите и прошетките. За време на својте патувања Македонците сакаат да ги посетуваат црквите и манастирите. Повеќето активности кои ги преферираат домашните туристи се поврзуваат со рекреативните можности на планините, како излети и прошетки, планинарење, планински велосипедизам, посета на водопади, јавање коњи, палаглајдерство, кајакарење и сл. Селата со специфична архитектура се исто доста привлечни за нашите туристи. Тие особено сакаат да уживаат и во добра храна, особено во традиционални ресторани во природа. Во главно посетуваат места во кои веќе се практикува одредена форма на туризам, но посочуваат доста проблеми со кои се соочуваат и тие и македонскиот туризам, лоша патна инфраструктура, слаба означеност, тешка достапност на одредени места, недостаток на паркинг места, слаба или лоша промоција, недостаток на капацитет, несоодветен кадар, ѓубре, лоша хигиена и слично.

Главни мотивски фактори кои ги вклучуваат во туристичките движења македонските домашни туристи се природните, антропогените и рецептивните, а најмногу ги отргнуваат комуникативните мотивски фактори. Овие замерки треба да бидат земен во предвид и треба да се имплементира стратешки план за подобра туристичка промоција, оспособување на стручен кадар, подобрување и зголемување на капацитетите се со цел задржување и зголемување на бројот на домашните туристи.

Референци

1. Димитров, В. Н., & Котески, Ц. (2019). *Национална туристичка географија*. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип. ISBN 978-608-244-641-7.
2. Dimitrov, V. N., Jakovlev, Z., & Koteski, C. (2018). Ski centers (resorts) in Republic of Macedonia. SocioBrains, *International scientific refereed online journal with impact factor* (41), 326-334. ISSN 2367-5721.

3. Методијески, Д., & Ташков, Н. (2014). *Термален туризам*. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип. ISBN 978-608-244-142-9.
4. Ангелкова Петкова, Т., & Димитров, В. Н. (2014). *Туристички дестинации*. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип. ISBN 978-608-244-035-4.
5. Димитров, В. Н., Методијески, Д., Котески, Ц., Ангелкова Петкова, Т. (2017). *Религиозен туризам*. Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип. ISBN 978-608-244-463-5.
6. Катастар на Р. С. Македонија <http://gis.katastar.gov.mk/arec>, (Септември 2020).
7. Државен завод за статистика. (2013). Статистички годишник на РС Македонија (2013). Превземено од <http://www.stat.gov.mk/PrikaziPublikacija.aspx?id=34&rbr=410>.
8. Стојмилов, А. (2003). *Физичка географија на Република Македонија*; Топографски карти на РМ;
9. Динчев, Е., & Атанасов, П. (2001). *Високите планини на Република Македонија, Планинарски водич*, Скопје.