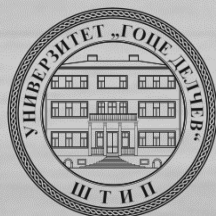


УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП

---



2022

ГОДИШЕН ЗБОРНИК НА  
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И  
БИЗНИС ЛОГИСТИКА

YEARBOOK OF FACULTY OF  
TOURISM AND BUSINESS  
LOGISTICS

ГОДИНА 2

VOLUME I

---

GOCE DELCEV UNIVERSITY - STIP

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

ISSN 2671-3969

DOI <https://www.doi.org/10.46763/YBFTBL>



ГОДИШЕН ЗБОРНИК НА  
ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА  
2022

YEARBOOK OF  
FACULTY OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS  
2022

ГОДИНА 2

VOLUME 2

GOCE DELCEV UNIVERSITY – STIP  
FACULTY OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS

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

YEARBOOK OF  
FACULTY OF TOURISM AND  
BUSINESS LOGISTICS

**За издавачот**

Проф. д-р Татјана Бошков

**For the publisher**

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D.

**Издавачки совет**

Проф. д-р Блажо Боев  
Проф. д-р Лилјана Колева Гудева  
Проф. д-р Мишко Цидров  
Проф. д-р Татјана Бошков  
Проф. д-р Наташа Митева

**Editorial board**

Prof. Blažo Boev, Ph.D.  
Prof. Liljana Koleva Gudeva, Ph.D.  
Prof. Mishko Dzidrov, Ph.D.  
Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D.  
Assis. Prof. Natasha Miteva, Ph.D.

**Редакциски одбор**

Проф. д-р Татјана Бошков (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Мишко Цидров (Р.С. Македонија)  
Доц. д-р Наташа Митева (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Никола В. Димитров (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Билјана Петревска (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Елизабета Митрева (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Златко Јаковлев (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Цане Котески (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Драшко Атанасоски (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Мичо Апостолов (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Александра Жежова (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Зоран Темелков (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Марија Магдинчева-Шопова (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Тања Ангелкова Петкова (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Дејан Методијески (Р.С. Македонија)  
Проф. д-р Мимоза Серафимова (Р.С. Македонија)  
Доц. д-р Душко Јошески (Р.С. Македонија)  
Доц. д-р Оливер Филипоски (Р.С. Македонија)  
Доц. д-р Владимир Китанов (Р.С. Македонија)  
Доц. д-р Анета Стојановска-Стефанова (Р.С. Македонија)  
Доц. д-р Душица Попова (Р.С. Македонија)  
Доц. д-р Цветанка Ристова Магловска (Р.С. Македонија)

**Editorial staff**

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D.  
Prof. Mishko Dzidrov, Ph.D.  
Assis. Prof. Natasha Miteva, Ph.D.  
Prof. Nikola V. Dimitrov, Ph.D.  
Prof. Biljana Petrevska, Ph.D.  
Prof. Elizabeta Mitreva, Ph.D.  
Prof. Zlatko Jakovlev, Ph.D.  
Prof. Cane Koteski, Ph.D.  
Prof. Drasko Atanasoski, Ph.D.  
Prof. Mico Apostolov, Ph.D.  
Prof. Aleksandra Zezova, Ph.D.  
Prof. Zoran Temelkov, Ph.D.  
Prof. Marija Magdinceva-Shopova, Ph.D.  
Prof. Tanja Angelkova Petkova, Ph.D.  
Prof. Dejan Metodijeski, Ph.D.  
Prof. Mimoza Serafimova, Ph.D.  
Assis. Prof. Dushko Joseski, Ph.D.  
Assis. Prof. Oliver Filiposki, Ph.D.  
Assis. Prof. Vladimir Kitanov, Ph.D.  
Assis. Prof. Aneta Stojanovska-Stefanova, Ph.D.  
Assis. Prof. Dushica Popova, Ph.D.  
Assis. Prof. Cvetanka Ristova Maglovska, Ph.D.

Д-р Билјана Цоневска Гуњовска (Р.С. Македонија)  
Доц.д-р Христина Серафимовска (Р.С. Македонија)

Biljana Conevska Gunjovska, Ph.D.  
Assis. Prof. Hristina Serafimovska, Ph.D.

Проф.д-р Слазана Стојановска (Р.С. Македонија)  
Проф.д-р Глигор Бишев (Р.С. Македонија)  
Доц.д-р Васко Шутаров (Р.С. Македонија)  
Проф.д-р Мадалина Теодора Андреи (Романија)  
Проф.д-р Соња Кироза (Шпанија)  
Проф.д-р Серџо Чипола (Италија)  
Проф.д-р Ализа Флејшер (Израел)  
Проф.д-р Ноам Шовал (Израел)

Prof. Sladzana Stojanovska, Ph.D.  
Prof. Gligor Bishev, Ph.D.  
Assist. Prof. Vasko Shutarov, Ph.D.  
Prof. Madalina teoora Andrei, Ph.D.  
Prof. Sonja Kiroza, Ph.D.  
Prof. Serdzo Chipola, Ph.D.  
Prof. Aliza Flejsher, Ph.D.  
Prof. Noam Shoal, Ph.D.  
Prof. Nuria Elisa Morere Molinero, Ph.D.

Проф.д-р Нуриа Елиса Морере Молинеро (Шпанија)

Проф.д-р Николас Хурвулиадес (Грција)  
Проф.д-р Донила Пипа (Албанија)  
Проф.д-р Мохамед Фуад (Египет)  
Проф.д-р Францис Вериза (Мадагаскар)

Prof. Nicolas Hourvouliades, Ph.D.  
Prof. Donila Pipa, Ph.D.  
Prof. Mohamed Fuad, Ph.D.  
Prof. Francis Veriza, Ph.D.

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

Проф. д-р Октавиан Сербан (Романија)	Prof. Oktavian Serban, PhD
Проф. д-р Сабина Георги (Романија)	Prof. Sabina Georgi, PhD
Проф. д-р Озгур Јерли (Турција)	Prof. Ozgur Jerli, PhD
Доц. д-р Жарко Раџеновиќ (Србија)	Assis. Prof. Zarko Radzenovik, PhD
Проф. д-р Дарко Димитровски (Србија)	Prof. Darko Dimitrovski, PhD
Проф. д-р Драго Цвијановиќ (Србија)	Prof. Drago cvijanovik, PhD
Проф. д-р Марија Белиј (Србија)	Prof. Marija Belij, PhD
Проф. д-р Андреј Мичовиќ (Србија)	Prof. Andrej Michovik, PhD
Проф. д-р Серафима Рочкован (Молдавија)	Prof. Serafima Rochkovan, PhD
Проф. д-р Стела Дерменџиева (Бугарија)	Prof. Stela Dermendzieva, PhD
Проф. д-р Марта Боровска-Стефанска (Полска)	Prof. Marta Borovska Stefanska, PhD
Проф. д-р Јулијана Поп (Романија)	Prof Julijana Pop, PhD
Проф. д-р Елена Тома (Романија)	Prof. Elena Toma, PhD
Проф. д-р Светлана Станкова (Бугарија)	Prof Svetlana Stankova, PhD
Проф. д-р Ирина Лазар (Романија)	Prof Irina Lazar, PhD

**Уредувачки одбор**

Проф. д-р Татјана Бошков – Главен уредник  
Доц. д-р Наташа Митева – Одговорен уредник  
Доц. д-р Душко Јошески – Уредник  
Доц. д-р Душица Попова – Уредник

**Editors**

Prof. Tatjana Boshkov, PhD. – Managing Editor  
Assis. Prof. Natasha Miteva, PhD. – Editor in chief  
Assis. Prof. Dushko Joseski, PhD. - Editor  
Assis. Prof. Dushica Popova, PhD - Editor

**Техничко уредување**

Славе Димитров

**Technical editor**

Slave Dimitrov

**Јазично уредување**

Вангелија Цавкова  
д-р Марија Крстева

**Language editor**

Vangelija Cavkova  
Marija Krsteva, PhD.

**Редакција и администрација**

Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип  
Факултет за туризам и бизнис логистика  
ул. „Крсте Мисирков“ бб, п. факс 201,  
2000 Штип, РС Македонија

**Address of the editorial office**

Goce Delcev University – Stip  
Faculty of Tourism and Business Logistics  
Krste Misirkov 10-A., PO box 201,  
2000 Štip, RN Macedonia

## СОДРЖИНА - CONTENTS

УБЕДУВАЊЕ И МЕНУВАЊЕ СТАВ ВО ПРЕГОВАРАЊЕТО .....	6
РОДОВАТА ЕДНАКВОСТ - ЧОВЕКОВО ПРАВО И ОСНОВА ЗА ПРОСПЕРИТЕТЕН И ОДРЖЛИВ СВЕТ.....	13
ТРЕНДОВИ И ДВИЖЕЊА НА ТРГОВИЈАТА НИЗ ПЕРИОДИ НА РАЗВОЈОТ .....	21
УЛОГАТА НА МЕНАЏМЕНТОТ НА ЧОВЕЧКИ РЕСУРСКИ ВО ТУРИЗМОТ .....	25
DYNAMIC OPTIMAL TAXATION MIRREES' APPROACH: A REVIEW .....	30
APPLICATION OF MATHEMATICAL MODELS IN ECONOMICS .....	46
ТУРИСТИЧКА ПРОМОЦИЈА НА КУЛТУРНИТЕ ВРЕДНОСТИ.....	57
ПРАВНАТА РЕГУЛАТИВА И COVID-19 КРИЗАТА ВО ТУРИСТИЧКИОТ СЕКТОР ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА .....	67
ИСКОРИСТЕНОСТ НА АТРАКТИВНИТЕ МОТИВСКИ ФАКТОРИ ВО ФУНКЦИЈА НА РУРАЛНИОТ ТУРИЗАМ.....	73
ЕКО-МУЗЕИТЕ - МОЖНОСТИ И ПЕРСПЕКТИВИ ВО МАКЕДОНСКИОТ ТУРИСТИЧКИ СЕКТОР .....	79
МЕНАЏМЕНТ НА АНИМАЦИЈАТА ВО ТУРИСТИЧКО- УГОСТИТЕЛСКИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА .....	86
ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА СПА И ВЕЛНЕС ТУРИЗАМ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА .....	92
ПЕРСПЕКТИВИ НА УПРАВУВАЊЕ СО КВАЛИТЕТ ВО БИЗНИС ЛОГИСТИКАТА.....	99

## ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВОЈ НА СПА И ВЕЛНЕС ТУРИЗАМ ВО СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА

Емилија Тодоровиќ<sup>1</sup>

<sup>1</sup> СУГС „Лазар Танев“, Сектор за Угостителство и Туризам, Скопје, [emilijatod@yahoo.com](mailto:emilijatod@yahoo.com)

### Апстракт

Туризмот претставува динамичен систем кој во услови на глобализација овозможена пред сè од развојот на информатичката технологија влијае врз туризмот и промените кои се случуваат на туристичкиот пазар: подобрување на комуникацијата, развој на глобалните резервациони системи, директна резервација и продажба на услуги итн. Освен во понудата, промените на туристичкиот пазар се случуваат и на страна на побарувачката, што значи и промена на однесувањето на потрошувачите. Задоволувањето на туристичките потреби налага развој на алтернативни форми или видови туризам кои во суштина се насочени кон сегментирани групи потрошувачи и настојуваат да ги задоволат нивните барања и потреби. Во овој труд направена е анализа на условите за развој на спа и велнес туризмот во Северна Македонија како алтернативни форми на туризмот кои доживуваат брз раст во светот. За потребите на трудот извршено е кабинетско истражување и користени се секундарни извори на податоци и интернет. Резултатите се прикажани со помош на табели и графикони, а заклучните согледувања се однесуваат на утврдување на потенцијалот за развој на спа и велнес туризмот во Северна Македонија како туристичка дестинација.

Клучни зборови: спа туризам, велнес туризам, Северна Македонија.

## PERSPECTIVES FOR DEVELOPMENT OF SPA AND WELLNESS TOURISM IN NORTH MACEDONIA

Emilija Todorovic<sup>1</sup>

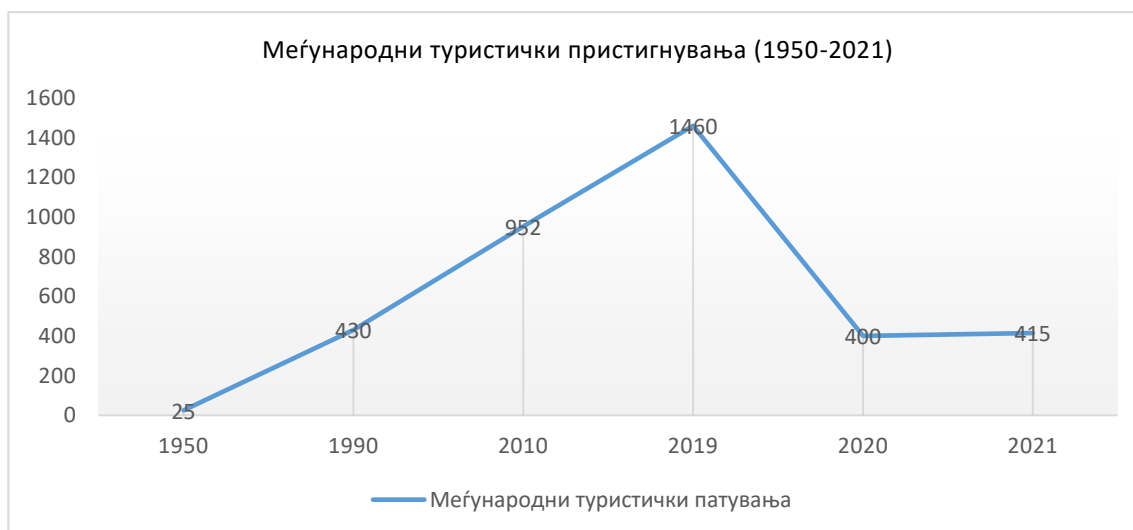
Tourism presents a dynamic system that is constantly changing due to globalization, which is caused by the development of information technology, and its effects on the tourist market are the following: Improving communication, the development of the global reservation systems, direct reservation and sale of services and so on. Not only are there changes in the type of services that are being offered constantly altering, there are changes happening in the behavior of the demand of services and products, which means change in the behavior of the consumers. To better satisfy the tourist needs we are required to develop alternative forms of tourism, which are targeted towards certain segmented groups of consumers in order to fulfill their needs and demands. In this paper there has been made an analysis of the conditions for the development of spa and wellness tourism in North Macedonia as an alternative form of tourism that is undergoing a fast growth throughout the world. The information of this paper was extracted by desk research, with the help of tables and charts. The concluding observations refer to determining the potential of developing the spa and wellness tourist branch in North Macedonia as a tourist destination.

Key Words: spa tourism, wellness tourism, North Macedonia

### 1. Вовед

Туризмот како општествена појава, во втората половина од 20 век доживува вистинска раст кој продолжува и во новиот милениум. За ова говорат и податоците на Светската туристичка организација, според која во 1950 година имало 25 милиони меѓународни патувања во светот, во 1990 година имало околу 430 милиони, 2010 година бројот на туристи се зголемил на 952 милиони, за во 2019 година да се искачил на 1 460 милиони. На почетокот на 2020 година светот се соочи со пандемија на Ковид 19 вирусот кој предизвика огромни промени во туристичкиот сектор и пад на бројот на туристички движења. Во 2020 година тој број на светско ниво се намали за 74 %, со што го врати туризмот 30 години наназад, односно бројот на интернационални туристички пристигнувања изнесувал нешто помалку од 400 милиони. Во 2021 година оваа бројка бележи благ пораст за 4 %, што значи дека таа година забележани се околу 415 милиони меѓународни туристички патувања. Според предвидувањата на Светската туристичка организација, туризмот ќе ги достигне бројките од 2019 година, во 2024 година или подоцна. [8]

Графикон. 1 - Меѓународни туристички пристигнувања од 1950 до 2021 година  
Chart. 1 – International tourist arrival from 1950 to 2021



Извор: <https://www.unwto.org/>

Растот на масовниот туризам во последните 30 е резултат на зголемување на животниот стандард на населението, технолошкиот развој, слободното време и достапноста на годишен одмор на широките народни маси од една страна, како и појавата на чартер летовите, пакет аранжманите и туроператорите кои ги стандардизирале услугите и ги намалиле трошоците. Од друга страна, глобализацијата на светскиот пазар овозможена пред сè од развојот на информатичката технологија влијае врз туризмот и промените кои се случуваат на туристичкиот пазар: подобрување на комуникацијата, развој на глобалните резервациски системи, директна резервација и продажба на услуги итн. Освен во понудата, промените на туристичкиот пазар се случуваат и на страна на побарувачката, што значи и промена на однесувањето на потрошувачите. „Новите туристи“ се свесни за важноста на одржливиот развој, тие се трагачи по авантури, љубители на активен одмор, високообразувани и со поголема финансиска моќ. [9] Задоволувањето на туристичките потреби налага развој на алтернативни форми или видови туризам кои во суштина се насочени кон сегментирани групи потрошувачи и настојуваат да ги задоволат нивните барања и потреби. Туристичката понуда на алтернативен туризам опфаќа посета на места кои не се популарни туристички дестинации или места на масовен туризам и истата е наменета за индивидуални активности на туристи кои имаат желба да ја доживеат локалната култура и околина. Развојот на алтернативните видови туризам овозможува валоризација на природните и културните добра со што истите добиваат економска корист, создавање пазар на локални производи кои во спротивно не би можеле да излезат на пазарот, отворање нови можности за зголемување на вработувањето на локалното население итн. [10] Неговиот развој е контролиран, со цел избегнување на несоодветно искористување на ресурсите и долгорочен бидејќи се води сметка за оставината за идните генерации. Холистичкиот пристап во развојот значи фаворизирање на активното и одговорно однесување на туристите во одржувањето на животната средина и одржливоста на дестинацијата.

Спа и велнес туризмот како алтернативни туристички форми се дел од здравствениот туризам кој претставува комплексен туристички производ кој на светско ниво доживува натпросечен годишен раст и опфаќа голем број специјализирани содржини и услуги кои се нудат на патувањата мотивирани од потребата за унапредување на здравјето и подобрување на квалитетот на животот. Првите облици на здравствен туризам во кои луѓето патувале заради добивање медицинска нега, датираат уште пред нашата ера кога грчките ации од целиот Медитеран патувале во малото место Епудаурус кое се наоѓало во Саронскиот Залив. Ова место било посветено на грчкиот бог на медицината Асклепиј. Римјаните пак, биле познати по тоа што граделе терми, а само во Рим имало над 900 бањи кои преживеале многу векови: *Aquae Calidae*, *Aquae Sextiae*, *Aquae Sulis* и др.[14]

## 2. Спа и велнес туризам во светот

Според дефиницијата на ESPA (EuropeanSpasAssociation), минерален извор или место каде се наоѓа минерален извор се именува со зборот SPA кој претставува акроним од *sanusperaga* (со вода до здравје). Европската спа асоцијација е создадена во 1995 год. во Брисел, а во неа членуваат 21 членка од 20 европски земји. Со цел да се постигне соработка и остварување на интересите на европските спа

центри, асоцијацијата ги има воспоставено следните цели: следење и анализирање на состојбата на бањите и здравствените установи во поединечните членки од европските земји; ја стимулирање на размена на искуство, најдобрите практики и „know-how“; произведување и развивање производи и програми за здравје и благосостојба, како и стратегии за превенција и рехабилитација за сите жители во Европа; воспоставување, подобрување и промоција на стандардите во сите бањи и здравствени установи во рамките на Европа; стимулација на истражувања во спа центрите; усогласување на заеднички програми за обука и курсеви и да се утврди професионалната структура на европската спа индустрија и сл. [4] Меѓународната асоцијација на бањи дефинира седум видови спа капацитети: Спа клуб (ClubSpa) – првенствена намена е фитнес, но во понудата има и широк спектар на професионални спа услуги на дневно ниво; Спа центар на брод (CruiseshipSpa) – претставува спа центар на брод за крстарење кој во понудата има професионални спа услуги, фитнес и велнес компоненти, како и листа на посебно избрани јадења; Дневен спа центар (DaySpa) – спа центар кој нуди професионални спа услуги на дневно ниво; Спа дестинација (DestinationSpa) – на клиентите им нуди широка лепеза услуги поврзани со подобрување на животниот стил и здравствената состојба. Покрај професионални спа услуги, нуди и услуги за сместување и исхрана; Медицински спа центар (MedicalSpa) – примарна цел е давање на комплетни здравствени и велнес услуги во амбиент кој интегрира спа услуги со конвенционални и посебни третмани и терапии; Бањи со минерални извори (MineralSpringsSpa) – спа центар кој во својата понуда има природни минерални, термални и други извори кои се користат за хидротераписки третмани; Спа хотелски комплекси и хотели (Resort/HotelSpa) – претставуваат спа центри кои се наоѓаат во рамките на хотели и хотелски комплекси кои нудат професионални спа услуги, фитнес и велнес услуги, како угостителски, туристички и забавно-рекреативни услуги. [4]

Во современите трендови поврзани со здравствениот туризам последните децении сè повеќе се употребува поимот велнес (wellness). Кога ќе се спомене зборот велнес се мисли на добро духовно и телесно здравје. Значи, поимот велнес не се однесува само на добра здравствена состојба, туку на процес на целосна физичка, ментална и социјална благосостојба. Во поширока смисла, велнес претставува филозофија која нагласува позитивен и проактивен пристап на животот, кој не е поврзан ниту за место ниту за време. Во потесна смисла, велнес претставува низа третмани, производи, техники, методи за опуштање, разубавување заради подобрување на здравјето. [3] Велнесот е мултидимензиониран, неговото истражување и практикувањето треба да биде ориентирано кон идентификување на причината за велнес, пред причината за болеста, велнесот се однесува на рамнотежата (балансот), тој е релативен, субјективен и подложен на перцепција. [1] Велнес туризмот е насочен кон превенција и заштита на здравјето, подобрување на психофизичката состојба и зачувување на убавината. Негови основни елементи на велнесот се: природни агенсии, вежби, антистрес програми, здравствени терапии и убавина. [9] Во Табела 1 издвоени се домените на велнес туризмот кои произлегуваат од неговите основни елементи: емоционален, интелектуален, физички, социјален и духовен. [2]

Табела. 1 - Различни домени на велнес туризмот

Table. 1 – Different domains of wellness tourism

Емоционален велнес	Развивање позитивни чувства, оптимизам и конструктивно решавање на проблемите.
Интелектуален велнес	Желба за учење и примена на информациите за подобро функционирање на организмот и подобар квалитет на животот.
Физички велнес	Подразбира ефикасност во работењето и квалитетно користење на слободното време. Опфаќа фитнес и оптимални нивоа на физички способности.
Социјален велнес	Подразбира способност за квалитетна комуникација со другите луѓе.
Духовен велнес	Богат духовен живот сочинет од задоволство со самиот себе и личните вредности.

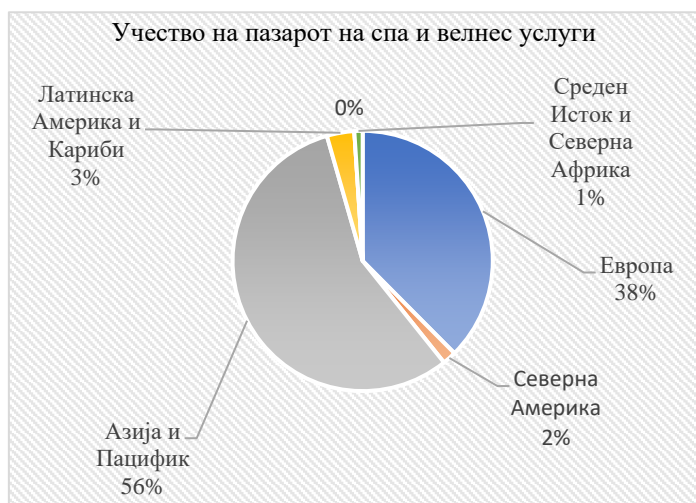
Извор: Bartoluci, M, Čavlek, N, (2007). Turizam i sport – razvojniaspekti, Školskajnija, Zagreb

Глобалниот велнес институт (GlobalWellnessInstitute - GWI) ја дефинира индустријата на бањски центри (термоминерални извори) како севкупност од претпријатија кои остваруваат приходи од велнес, рекреативно и терапевтско користење на водите кои имаат посебни лековите својства. [5] Во согласност со оваа дефиниција, се проценува дека во светски рамки постојат околу 35 000 бањски центри кои располагаат со термоминерални извори во 127 земји. Се проценува дека пазарот на спа услуги во 2019 година изнесувал 105.18 милијарди долари, а се очекува дека до 2027 година ќе изнесува 133,28 милијарди американски долари. [7] На Графиконот 2 прикажано е процентуалното учество на регионите во светот на пазарот на спа и велнес услуги во 2019 година, при што евидентно е дека Азија и Пацифик



имаат најголем пазарен удел од 56 %, а веднаш зад нив е Европа со 38 %. Учеството на останатите региони на светскиот пазар е незначително.

Графикон. 2 - Учество на регионите во светот пазарот на спа и велнес услуги во 2019  
Chart. 2 – Participation of the regions in the world market of spa and wellness services in 2019



Извор: <https://www.fortunebusinessinsights.com/spa-services-market-103490>

Денес во светот постојат голем број хотели и хотелски комплекси кои нудат велнес содржини, а некои од нив се специјализирани за давање велнес услуги. Овие сместувачки објекти, покрај сместување и исхрана по посебни желби на гостите, нудат и услуги за рекреација и релаксација, како и третмани од страна на стручни лица (масери, терапевти, козметичари, инструктори и сл.), опремени со посебна инфраструктурна опрема: фитнес сала, центар за убавина, солариум, сауна, парна бања, базен за хидромасажа, отворен и затворен базен и сл. Сите овие услуги го прават велнес хотелите вистинска туристичка атракција. Најдобри 10 спа ресорти во светот, во 2021 година се следните: [6]

Табела. 2 - Најдобри 10 спа и велнес ресорти во светот во 2021

Table. 2 – The best spa and wellness resort in the world in 2021

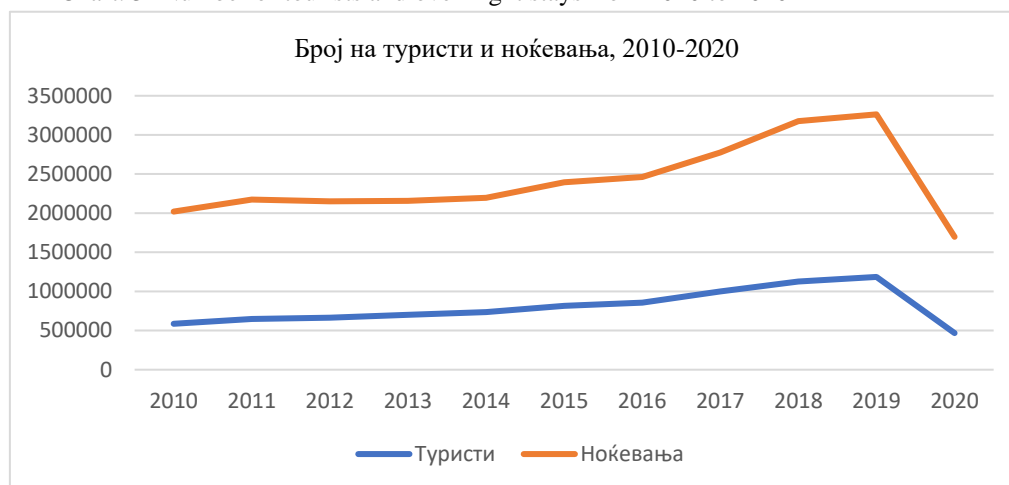
	Ресорт	Дестинација
1	Chiva-Son	HuaHin-Thailand
2	Vana	Dehradun, India
3	IkbalThermalHotel&SPA	Afyonkarahisar, Turkey;
4	BurgenstockHotels&ResortLakeLucerne	Burgenstock, Switzerland
5	COMO ShambhalaEstate	Bali, Indonesia
6	Ananda in theHimalayas	NarendraNagar, India
7	TheRetreatCostaRica	Atenas, CostaRica
8	ValsanaHotelArosa	Arosa, Switzerland
9	SchlossElmau	Krün, Germany
10	VillaStéphanie	Baden-Baden, Germany

Извор: <https://www.cntraveler.com/gallery/top-destination-spa-resorts-in-the-world>

### 3. Спа и велнес туризам во Северна Македонија

Статистичките податоци за туризмот во земјата покажуваат константен пораст во изминатите години. За подобра прегледност на статистичките податоци, истите се презентирани табеларно и графички. Статистичките податоци поврзани со секторот Туризам и угостителство се однесуваат на бројот на туристи и остварени ноќевања, број на деловни субјекти и структура на претпријатијата во секторот и број на вработени. Еден од најважните податоци во туристичката статистика се бројот на туристи и остварените ноќевања. Тие се прикажани на Графиконот 3. [11]

Графикон. 3 - Број на туристи и ноќевања во период од 2010-2020  
 Chart. 3- Number of tourists and over night stays from 2010 to 2020



Извор: Државен завод за статистика на Северна Македонија

Од Графиконот 3 може да се констатира дека бројот на туристите во земјата во изминатите години бележи континуиран пораст, така што во 2010 година бројот на туристи изнесувал 586 241, во 2015 година бројот изнесувал 816 067, а во 2019 година истиот се искачил на 1 184 963. Во анализираниот период од 10 години вкупниот број туристи се зголемувал во просек за околу 59 870 годишно, или за околу 10 %. Во 2020 година поради пандемијата од Ковид 19 вирусот кој го зафати светот, бројот на туристи во земјата се намали за околу 60 %. Кај домашните туристи, поради владините мерки за помош на домашниот туризам бројот на туристи се намали за 18 %, додека пак бројот на странски туристи се намали за околу 84 %. Во однос на бројот на остварени ноќевања во анализираниот период, може да се каже дека во 2010 се остварени вкупно 2 020 217 ноќевања, во 2015 година тој број изнесувал 2 394 205, а истиот во 2019 година се искачил на 3 262 398. Во 2020 година, аналогно на бројот на туристи се намалува и бројот на остварени ноќевања. Оваа година остварени се вкупно 1 697 535 ноќевања, што е за 48 % помалку од претходната година. Притоа, бројот на ноќевања на домашни туристи се намалил за само 14 %, а бројот на ноќевања на странски туристи за 84 %.

Во однос на обемот и структурата на туристичкиот промет по туристички места, во изминатата деценија најмногу туристи ги посетиле езерските места и главниот град, а понатаму следуваат планинските места, бањските места и останати дестинации, што е прикажано на Табела 3. [11]

Табела 3 - Број на туристи по видови туристички места во 2019  
 Table 3 - Number of tourists by types of tourist places in 2019

	Скопје	Бањски места	Планински места	Езерски места	Други места	Вкупно
Вкупно	359 008	27 647	70 907	543 855	183 546	1 184 963
Домашни	37 738	22 776	46 198	263 878	56 780	427 370
Странски	321 270	4 871	24 709	279 977	126 766	757 593

Извор: Државен завод за статистика на Северна Македонија

Од Табелата може да се констатира дека од вкупниот број туристи кои ја посетиле земјата, само 2,3 % ги посетиле бањските места, што секако дека е премногу мал број имајќи ги предвид природните потенцијали на земјата за развој на бањски туризам. Бањските центри се такви туристички мотиви кои ги привлекуваат туристите со хидролошките карактеристики изразени пред сè од хемискиот и минеролошкиот состав и со термичките особини, како и штедроста на изворите која обезбедува минимални услови за нивно користење. Во Република Северна Македонија, според Законот за минерални сировини, термоминералните води се подземни води кои се одликуваат со зголемена температура (над 20°C) и минерализација (поголема од 0,5 грама на литар). Меѓу природните ресурси со епитет на изразита погодност за задоволување на туристичките потреби во Република Северна Македонија припаѓаат и термоминералните води. На просторот кој го опфаќа земјата (25 713 км<sup>2</sup>) се наоѓаат повеќе вакви хидрографски објекти. Бројот на термоминерални извори во нашата земја е над шеесетина, а за туристички и здравствени потреби, односно бањски центри се користат 8. Од нив 5

нудат спа услуги (Дебарски бањи – Косоврасти и Бањиште, Катлановска, Негорска и Бања Банско), а 3 немаат понуда на спа услуги (Кумановска, Кежовица и Кочанска Бања). Во вторите припаѓа и бањата во с. Бање (Кочанска), која во моментот не е функционална. Кумановската бања работи само сезонски, а бањата Кежовица во текот на целата година. Во земјата постојат и неколку извори на термална вода кои се користат од страна на посетители и туристи, како бањата во с. Стрновац, но немаат медицински персонал и објекти за сместување, туку само базен и тушови за капење. Исто така, постојат неколку потенцијални локации за изградба на бањски центри. [12]

Табела. 4 - Бањски центри во Северна Македонија  
Table. 4 – Spa centers in North Macedonia

	Бања	Местоположба	Штедрост на изворите	Температура на водата
1	Банско	с. Банско	40 л/сек	72°
2	Негорска	с. Негорци	1.1 л/сек	40°
3	Дебарски Бањи	с. Бањиште с. Косоврасти	51 л/сек 68.8 л/сек	38.8° 48°
4	Кочанска	с. Бања	65 л/сек	64°
5	Кежовица	с. Ново Село	36 л/сек	64°
6	Катлановска	с. Катланово	1.5-2 л/сек	41°
7	Кумановска	с. Провци	2.5 л/сек	30.4°

Извор: Методијески, Д и сор. (2019). Студија за спа туризам во Република Северна Македонија, Туристика, Скопје

Од Табелата може да се забележи дека поголемиот број од бањите Северна Македонија се наоѓаат во источниот дел на земјата, две се лоцирани во западниот дел и една во централниот дел. Покрај бањските центри, во Република Северна Македонија постојат значаен број хотели и спа центри кои нудат специјализирани спа услуги на посетителите и туристите.

Табела. 5 - Најдобри 10 спа и велнес хотели во Северна Македонија според Booking  
Table. 5 – The best spa and wellness hotels in North Macedonia by Booking

	Хотели/Апартмани/Вили	Град/Место	Оценка
1	DoubleTreebyHilton	Скопје	9,2
2	RamadaPlazabyWyndham	Гевгелија	9,2
3	LimakSkopjeLuxuryHotel	Скопје	9,3
4	PaintItBlackHotel&Spa	Гевгелија	9,5
5	PanoramaHotel&Spa	Крушево	9,4
6	VillaFortuna	Охрид	9,2
7	HotelPanoramikaDesidn&Spa	Скопје	9,5
8	CentralHotel, FitnessandSpa	Виница	9,2
9	ApartmentsMarija	Охрид	9,3
10	VillaVelestovo	Велестово	9,5

Извор: <https://www.booking.com/spa/country/mk>

#### 4. Заклучок

Користењето на термоминерални извори претставува пазарен сегмент кој е во развој, бидејќи во светски рамки се забележува константен пораст на потрошувачите кои бараат да се поврзат со природата, да се запознаат со културните традиции и да ги следат алтернативните начини за подобрување и обнова на здравјето, рехабилитација и превенција. Следејќи ги овие трендови, кои произлегуваат од забрзаното темпо на модерното живеење, приватните инвеститори како и владите во многу земји инвестираат во овој сектор. Владите во земјите со долги традиции на користење на бањи за капење, овој вид услуга ја промовираат како клучна спа туристичка понуда. Тие инвестираат во реновирање и повторно отворање на застарени и претходно затворени бањи, како и надградба на стандардите на услугите и обука на персоналот со цел испилување на очекувањата на туристите.

Растот на спа и велнес туризмот е поттикнат од неколку главни трендови, како што се: демографијата, стареењето на населението, мобилноста на луѓето поради намалувањето на патни бариери, ослабувањето на здравствените системи, личните вредности на потрошувачите кои им даваат приоритет на здравјето во однос на материјалното добро. Светската Велнес индустрија денес претставува 6 % од сите патувања во светот, од вкупно 524,4 милиони патувања. Факторите кои влијаат на развој на овој вид туризам може да се групираат во неколку групи: потреба за припадност, окупираност со самиот себе, фитнес и спорт, користење на слободно време, влијание на медиумите и др.

Имајќи ги предвид овие фактори, доволно е да се додадат природните погодности и соодветна туристичка и друга инфраструктура со која располага Северна Македонија за да може успешно да се развива спа и велнес туризам како алтернативна форма. Тоа првенствено ќе овозможи валоризација и вклучување на спа и велнес услугите во туристичката понуда, што ќе влијае врз креирање автентични туристички производи, продолжување на туристичката сезона, продолжување на престојот на туристите. Со тоа се обезбедуваат економски придобивки за туристичката индустрија и нуди можности за зачувување и обновување на ресурсите, развој на локалната заедница и малите бизниси, зголемување на можностите за вработување, подобрување на животниот стандард и сл.

Истражувањето на потенцијалот за развој на спа и велнес туризам во Северна Македонија покажа дека и покрај можностите кои ги има земјата, спа и велнес туризмот не се на задоволителното ниво, пред сè во однос на бројот на туристи кои ги посетуваат бањските места и должината на нивниот престој, што се должи на непостоење квалитетна туристичка понуда и современи сместувачки капацитети. Според Националната стратегија за здравствен туризам, во Република Северна Македонија има 8 бањи кои работат главно со домашни пациенти во скромни услови при што нудат основни здравствени услуги (основна понуда). Кај некои од нив многу долги години немало никаква инвестиција, но, од друга страна, секоја една од бањите има потенцијал за развој. Иако во 2012 година формирана е групација на бањи со цел координација на активностите и поттикнување на имплементација на Европските правила и стандарди во овој вид туризам, податоците недвосмислено покажуваат дека неопходни е преземање итни мерки како од страна државата, така и од страна на сите заинтересирани субјекти за креирање квалитетна развојна стратегија за бањски туризам, врз чија основа ќе се привлечат капитални и други инвестиции и ќе се креира туристички понуда со која земјата ќе се претстави на меѓународниот туристички пазар.

#### **Користена литература:**

- [1] Adams, T.B. (2005), *The power of Perceptions: Measuring Wellness in a Globally Acceptable, Philosophically Consistent Way*, Wellness management.
- [2] Bartoluci, M, Čavlek, N. (2007), *Turizam i sport – razvojni aspekti*, Školska knjiga, Zagreb.
- [3] Halbert, D. (1959), *High level wellness for man and society*, 1959, *American Journal of Public Health*
- [4] <http://www.espa-ehv.eu/>
- [5] <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2018-global-wellness-economy-monitor/>
- [6] <https://www.cntraveler.com/gallery/top-destination-spa-resorts-in-the-world>
- [7] <https://www.fortunebusinessinsights.com/spa-services-market-103490>
- [8] <https://www.unwto.org/>
- [9] Radošević, B. (2013), *Selektivni aspekti turizma, Drugo, prerađeno izdanje*, Visoka turistička škola strukovnih studija, Beograd.
- [10] Stefanović, V. (2017). *Turističke potrebe kao determinant razvoja turizma*, *Ekonomski signali*, 12(1):013-019 3
- [11] Државен завод за статистика на Северна Македонија на <https://makstat.stat.gov.mk/>
- [12] Методијески, Д. и сор. (2019), *Студија за спа туризам во Република Северна Македонија*, Туристика, Скопје.
- [13] Ташков, Н., Методијески, Д. (2014), *Термален туризам*, Универзитет „Гоце Делчев“, Факултет за туризам и бизнис логистика, Штип.