

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/313788326>

# Dimension of quality in tourism: A small business perspective

Article · January 2015

---

CITATIONS  
0

---

READS  
50

# KNOWLEDGE



## INTERNATIONAL JOURNAL

Scientific & Applicative Papers

Vol. 9

2015

**INSTITUTE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT**

**SKOPJE, MACEDONIA**



# **KNOWLEDGE**

## **International Journal Scientific and Applicative papers V9**

### **Editing Board**

PhD Vlado Kambovski, PhD Robert Dimitrovski, PhD Predrag Trajković, PhD Maria Kavdanska, PhD Svetlana Trajković, PhD Zivota Radosavljevik, PhD Margarita Koleva, PhD Mile Matijević, PhD Nonka Mateva, PhD Rositsa Chobanova, PhD Aleksandar Nikolovski, PhD Jove Kekenovski, PhD Marija Knezevik, PhD Ilija Nasov, PhD Irina Singaveskaya, PhD Nonka Mateva, PhD Dzulijana Tomovska, PhD Oliver Dimitrijevik, PhD Nedzat Koraljik, PhD Nebojsha Pavlovik, PhD Nikolina Ognenska, PhD Dimitrija Popovski, PhD Lisent Bashkurti, PhD Tome Naumov, PhD Trajce Dojcinovski, PhD Jana Merdzanova, PhD Zoran Srzentic, PhD Nikolai Sashkov Cankov

**Preparing and correction:** Liljana Pushova, Martina Nedelkovska

**Print:** GRAFOPROM – Bitola

**Editor:** IKM – Skopje

### **For editor**

PhD Robert Dimitrovski

## **KNOWLEDGE**

**International Journal Scientific and applicative papers V9**

**ISSN 1857-92**

## SCIENTIFIC COMMITTEE

**President:** Academic, Prof. Vlado Kambovski PhD, President of Macedonian Academy of Science and Arts, Skopje (Macedonia)

- Prof. Robert Dimitrovski PhD, Faculty of Management, MIT University, Skopje (Macedonia)
- Prof. Zivota Radosavljevik PhD, Dean, Faculty FORCUP, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Rosica Cobanova PhD, Bulgarian Academy of Sciences, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Ilija Nasov PhD, Research and Development center PLASMA, Skopje (Macedonia)
- Prof. Aleksandar Nikolovski PhD, Director of PhD Institute, FON University, Skopje (Macedonia)
- Prof. Anita Trajkovska PhD, Rochester University (USA)
- Prof. Milan Radosavljevic PhD, Dean, Faculty of strategic and operational management, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Aleksandar Donchev PhD, MIT University, Faculty of law, Skopje (Macedonia)
- Prof. Anka Trajkovska Petkoska PhD, UKLO, Faculty of technology and technical sciences, Bitola (Macedonia)
- Prof. Predrag Trajkovic PhD, JMPNT, (Serbia)
- Prof. Lidija Tozi PhD, Faculty of Pharmacy, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
- Prof. Bistra Angelovska, Faculty of Medicine, University "Goce Delcev", Shtip (Macedonia)
- Prof. Misho Hristovski PhD, Faculty of Veterinary Medicine, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
- Prof. Jove Kekenovski PhD, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (Macedonia)
- Prof. Sasho Korunoski, Dean, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (Macedonia)
- Prof. Cvetko Andreevski, Vice rector, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (Macedonia)
- Prof. Margarita Koleva PhD, Dean, Faculty of Pedagogy, University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Maria Kavdanska PhD, Faculty of Pedagogy, University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Marija Knezevic PhD, Academic, Banja Luka, (Bosnia and Herzegovina)
- Ljupco Naumovski PhD, Forum for Mobility and Research, Bitola (Macedonia)
- Prof. Oliver Iliev PhD, Faculty of Communication and IT, FON University, Skopje (Macedonia)
- Prof. Dimitrija Popovski PhD, Faculty of Sport, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (Macedonia)
- Prof. Yuri Doroshenko PhD, Dean, Faculty of Economics and Management, Belgorod (Russian Federation)
- Prof. Sashko Plachkov PhD, Faculty of Pedagogy, University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Ivan Petkov PhD, Rector, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Vladimir Lazarov PhD, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Tosko Krstev PhD, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Antoanela Hristova PhD, European Polytechnic University, Pernik (Bulgaria)
- Prof. Azra Adjajlic – Dedovic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Aleksandr Korablev, PhD, Dean, Faculty for economy and management, Saint Petersburg State Forest Technical University, Saint Petersburg (Russian Federation)
- Prof. Primoz Dolenc, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Doc. Igor Stubelj, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Prof Karl Schopf, PhD, Akademie fur wissenschaftliche forchung und studium, Wien (Austria)

- Prof. Volodymyr Denysyuk, PhD, Dobrov Center for Scientific and Technological Potential and History studies at the National Academy of Sciences of Ukraine (Ukraine)
- Prof. Laste Spasovski PhD, Vocational and educational center, Skopje, Macedonia
- Prof. Branislav Simonovic PhD, Faculty of law, Kragujevac (Serbia)
- Prof. Dragan Kokovic PhD, University of Novi Sad, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Sasha Kicoshev PhD, University of Novi Sad, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Pere Tumbas PhD, Faculty of Economics , University of Novi Sad , Subotica (Serbia)
- Prof. Natalija Kirejenko PhD, Faculty For economic and Business, Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk (Belarus)
- Prof Evgenia Penkova-Pantaleeva PhD, UNWE -Sofia (Bulgaria)
- Prof. Nikolina Ognenska PhD, Faculty of Music, SEU - Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Tihomir Domazet PhD, President of the Croatian Institute for Finance and Accounting
- Prof. Stojan Ivanov Ivanov PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Maja Lubenova Cholakova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Daniela Ivanova Popova PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Branimir Kampl PhD, Institute SANO, Zagreb (Croatia)
- Prof. Marina Simin PhD, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Miladin Kalinic, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Helmut Shramke PhD, former Head of the University of Vienna Reform Group (Austria)
- Prof. Ahmad Zakeri PhD, University of Wolver Hampton, (United Kingdom)
- Prof. Tzako Pantaleev PhD, NBUniversity , Sofia (Bulgaria)
- Prof. Lisen Bashkurti PhD, Global Vice President of Sun Moon University (Albania)
- Prof. Baki Koleci PhD , University Hadzi Zeka , (Kosovo)
- Prof. Ivana Jelik PhD, University of Podgorica, Faculty of Law, (MNE)
- Prof. Islam Hasani PhD, Kingston University (Bahrein)
- Prof. Rumen Valcovski PhD, Imunolab Sofia (Bulgaria)
- Prof. Jonko Kunchev PhD, University „Cernorizec Hrabar“ - Varna (Bulgaria)
- Prof. Nedjad Korajlic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Alisabri Sabani PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Jova Ateljevic PhD, Faculty of Economy, University of Banja Luka, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Branislav Simonovic PhD, Faculty of law University of Kragujevac (Serbia)
- Doc. Tatyana Sobolieva PhD, State Higher Education Establishment Vadiym Getman Kiyev National Economic University, Kiyev (Ukraine)
- Prof. Svetlana Trajkovic PhD, College for professional applied studies, Vranje (Serbia)
- Prof. Suzana Pavlovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Zorka Jugovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Dragan Marinkovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Dusan Ristic, PhD Emeritus – Faculty of Management, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Rumen Stefanov, PhD, Dean, Faculty of public health, Medical University of Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Stojna Ristevska PhD, Dean, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
- Prof. Snezana Stoilova, PhD, High Medicine School, Bitola, (Macedonia)
- Prof. Dzulijana Tomovska, PhD, Dean, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)
- Prof. Mitre Stojanovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)

- Prof. Ljupce Kocovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (Macedonia)
- Prof. Vasil Zecev PhD, College of tourism, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Nikola Bozkov PhD, College of tourism, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Vasil Pehlivanov PhD, College of tourism, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Oliver Dimitrijevic PhD, High medicine school for professional studies "Hipokrat", Bujanovac (Serbia)
- Prof. Erzika Antic PhD, High medicine school for professional studies "Hipokrat", Bujanovac (Serbia)
- Prof. Jelena Stojanovic PhD, High medicine school for professional studies "Hipokrat", Bujanovac (Serbia)
- Doc. Marija Kostić PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, Vrnjačka Banja (Serbia)
- Doc. Sandra Živanović PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, Vrnjačka Banja (Serbia)
- Doc. Snežana Milićević PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, Vrnjačka Banja (Serbia)
- Doc. Nebojsa Pavlovic PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, Vrnjačka Banja (Serbia)
- Prof. Kamal Al-Nakib PhD, College of Business Administration Department, Kingdom University (Bahrain)
- Venus Del Rosario, Arab Open University (Philippines)
- Nishad M. Navaz, Kingdom University (India)

## Contents

<b>CHANGES AND THE CONCEPT OF LIFELONG LEARNING .....</b>	<b>14</b>
PROF. LASTE SPASOVSKI PH.D .....	14
PROF. ROBERT DIMITROVSKI PH.D.....	14
<b>ELEMENTS AND DIRECTIONS OF PROGRAM QUALITY MANAGEMENT HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION .....</b>	<b>22</b>
PROF. JOVE KEKENOVSKI PH.D .....	22
<b>ECONOMY AND CHILDREN: SIX WAYS FOR MASTERING ECONOMIC KNOWLEDGE AT PRE-SCHOOL AGE.....</b>	<b>29</b>
MARIA KAVDANSKA, PHD .....	29
<b>KNOWLEDGE - CHANGES – KNOWLEDGE .....</b>	<b>34</b>
PROF. ROBERT DIMITROVSKI PHD.....	34
<b>EXOGENOUS DETERMINANTS FOR MF DEVELOPMENT IN THE R. OF MACEDONIA (Socio-economic Aspects) .....</b>	<b>42</b>
NEBOJSA CVETANOVSKI, PH. D.....	42
<b>CULTURE OF CHANGE FOR SUSTAINABILITY .....</b>	<b>47</b>
PROF. ROBERT DIMITROVSKI PH.D.....	47
PROF. LASTE SPASOVSKI PH.D .....	47
<b>МЕНАЏМЕНТОТ НА ЛАНЕЦОТ НА НАБАВКА ВО ЈАВНИТЕ ЗДРАВСТВЕНИ ИНСТИТУЦИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА .....</b>	<b>56</b>
IZET ZEQRIRI .....	56
ARBRESHA FERATI .....	56
KENAN FERATI .....	56
<b>CRIMES AGAINST HUMANITY AND INTERNATIONAL LAW .....</b>	<b>61</b>
PROF. ALEKSANDAR DONCHEV PH.D .....	61
Shaban Saliu PhD.....	61
<b>ПОСТАПКА ЗА СЛЕДЕЊЕ НА КОМУНИКАЦИИТЕ ЗА СЛЕДЕЊЕ И ГОНЕЊЕ НА СТОРИТЕЛИТЕ НА КРИВИЧНИ ДЕЛА .....</b>	<b>68</b>
ПРОФ. Д-Р ПИВОВАРОВ ВЛАДИМИР .....	68
<b>MANAGEMENT - PROCESS SUBJECT TO CONSTANT CHANGE .....</b>	<b>73</b>
EMILIJ PETROVA GORGIEVA PHD .....	73
SNEZANA MIRASCIEVA PHD .....	73
IRENA KITANOVA MSC.....	73
<b>DIMENSIONS OF QUALITY IN TOURISM: A SMALL BUSINESS PERSPECTIVE.....</b>	<b>78</b>
BRANKO NIKOLOVSKI, PHD .....	78
TATJANA DIMOSKA, PHD .....	78
<b>SEARCH FOR VALUES AND TALENT IN ORGANIZATIONS STRIVING TOWARDS A KNOWLEDGE BASED ECONOMY-.....</b>	<b>83</b>
<b>THE CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA .....</b>	<b>83</b>
ANGELINA TANEVA-VESHOSKA .....	83
SLAVICA TRAJKOVSKA .....	83
LJUBOMIR DRAKULEVSKI .....	83
ALEKSANDRA JANESKA-ILIEV .....	83
<b>PHILOSOPHY OF EDUCATION - REFLECTIONS ON HUMAN VALUES .....</b>	<b>89</b>
<b>AS A FUNDAMENTAL ATTRIBUTE OF THE HUMAN EXISTENCE .....</b>	<b>89</b>

PROF. DRAGOR ZAREVSKI, PH.D.....	89
<b>THE RELEVANT FACTORS OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IMPLEMENTATION ON THE TELECOMMUNICATION MARKET IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA .....</b>	<b>94</b>
SANJA NIKOLIC PH.D.....	94
SRETEN MILADINOSKI PH.D.....	94
<b>BEGINNINGS AND DEVELOPMENT OF THE TURKISH AND MACEDONIAN CHILDREN’S LITERATURE IN MACEDONIA .....</b>	<b>99</b>
PROF. MAHMUT CELIK PH.D.....	99
PROF. VIOLETA DIMOVA PH.D.....	99
<b>CHALLENGES OF ADOLESCENT LITERATURE TODAY .....</b>	<b>103</b>
PROF. JOVANKA DENKOVA PH.D.....	103
<b>PEDAGOGICAL ESSAY TO ACHIEVE COGNITIVE LEVELS IN PREPARATION OF SRTUDENTITE OF EDUCATIONAL PROGRAMS .....</b>	<b>108</b>
GEORGI IVANOV PH.D.....	108
ANGELINA KALINOVA PH.D.....	108
<b>SEMANTICS OF LIFE AND DEATH .....</b>	<b>111</b>
<b>IN JORDAN RADICKOV’S “WE, THE SPARROWS” .....</b>	<b>111</b>
PROF. VIOLETA DIMOVA PH.D.....	111
<b>ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL PROGRAMMING .....</b>	<b>116</b>
VENELIN TERZIEV, D.SC., PH.D., ENG.....	116
EKATERINA ARABSKA.....	116
<b>APPROACHES FOR DEVELOPMENT POTENTIAL FOR LEARNING IN CHILDREN WITH INTELLECTUAL DISABILITY .....</b>	<b>127</b>
PENKA SHAPKOVA- TANEVA PH.D.....	127
<b>THE ROLE AND IMPORTANCE OF ASSESSING EMPLOYEE PERFORMANCE ON THE SUCCESS OF ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA .....</b>	<b>132</b>
IRENA ASHTALKOSKA, PHD.....	132
SAVO ASHTALKOSKI, PHD.....	132
<b>THE RELATIONSHIP BETWEEN THEORY AND PRACTICE IN THE EDUCATION OF UNDERGRADUATE PRIMARY TEACHERS .....</b>	<b>139</b>
PHD TATYANA BORISOVA NENKOVA.....	139
PHD ANNA SAVOVA GEORGIEVA.....	139
<b>IMPACT OF THE ACTIVE AND PASSIVE MEASURES IN OVERCOMING UNEMPLOYMENT AMONG YOUNG GRADUATES IN CITY OF SKOPJE .....</b>	<b>144</b>
PROF. BLAGOJA SPIRKOSKI PH.D.....	144
DANE JOSIFOVSKI.....	144
<b>THE PREVENTION OF HIV/AIDS AND RISKY SEXUAL BEHAVIOR AMONG YOUNG PEOPLE – THE ROLE OF THE SCHOOL.....</b>	<b>149</b>
RUMIANA BUDJEVA, PH.D.....	149
<b>ISLAMIC RADICALISM AND EU – PREVENTIVE POLICY .....</b>	<b>155</b>
ZLATKO KESKOVSKI PHD.....	155
IVICA JOSIFOVIC PHD.....	155
<b>ISLAM IN GLOBAL, EUROPEAN, AND BALKAN CONTEXTS .....</b>	<b>159</b>
VESELIN BOSAKOV, PH.D.....	159
<b>CAPITAL MARKETS DEVELOPMENT AS AN EXOGENOUS DETERMINANT FOR MF DEVELOPMENT IN THE R. OF MACEDONIA.....</b>	<b>164</b>
NEBOJSA CVETANOVSKI, PH. D.....	164



<b>THE CHALLENGE OF THE GLOBAL WORLD – FROM PHILOSOPHY OF ANTHROPOCENTRISM TO PHILOSOPHY OF ECOCENTRISM .....</b>	<b>169</b>
SNEZANA STAVREVA VESELINOVSKA PHD .....	169
SNEZANA MIRASCIEVA PHD .....	169
EMILIJA PETROVA GORGEVA PHD .....	169
<b>EVALUATION OF TRAINING PROGRAMS AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCES.....</b>	<b>175</b>
SILVANA JOVCHESKA, PH.D.....	175
<b>УЧЕЊЕТО И САМОУЧЕЊЕТО КАКО НАСУШНА ПОТРЕБА.....</b>	<b>177</b>
ПРОФ. Д-Р ВЛАДО ВЕЛКОСКИ.....	177
<b>ECONOMIC ZONES IN KOSOVO - PERFORMANCE AND ITS ROLE IN THE PROMOTION OF INVESTMENT.....</b>	<b>181</b>
AGIM DERGUTI PH.D .....	181
<b>THE IMPACT OF THE POLITICAL RISKS ON THE BUSINESS AND THE EVALUATION FROM THE EXPORT CREDIT AGENCIES .....</b>	<b>186</b>
PROF. NADA PETRUSHEVA PH.D .....	186
<b>COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN UNION AND THE COMMON FOREIGN AND SECURITY POLICY .....</b>	<b>191</b>
IVICA JOSIFOVIC, PH.D .....	191
ZLATKO KESKOSKI, PH.D.....	191
<b>KNOWLEDGE AND COMPETENCE AS A BASIC SUBSTRATE OF MERITOCRACY SYSTEM IN STATE AUTHORITIES .....</b>	<b>197</b>
DEJAN VITANSKI PH.D .....	197
<b>MANAGEMENT CONTROL AS AN EFFECTIVE INSTRUMENT IN IMPELMENTATION OF THE SOCIAL PROGRAM AS A PRODUCT OF SOCIAL PROGRAMMING .....</b>	<b>202</b>
VENELIN TERZIEV, D.SC., PH.D., ENG.....	202
PROF. EVGENIY STOYANOV, PH.D.....	202
<b>CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND EMPLOYEE SATISFACTION-CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA.....</b>	<b>214</b>
GJYLNAIPE BEXHETI PH.D.....	214
<b>MARKET POSITIONING IMPROVEMENT STRATEGIES.....</b>	<b>219</b>
<b>FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED TOURISM ENTERPRISES.....</b>	<b>219</b>
BRANKO NIKOLOVSKI, PROF. PHD .....	219
TATJANA DIMOSKA, PHD .....	219
<b>SOCIAL ACTIVITY OF HUMAN RESOURCES - A BASIS FOR EFFECTIVE SOCIAL POLICY .....</b>	<b>224</b>
VENELIN TERZIEV, D.SC., PH.D., ENG.....	224
PROF. SEVDALINA DIMITROVA, D.SC., PH.D. ....	224
EKATERINA ARABSKA.....	224
<b>FOR SCIENTIFIC REFERENCES OF PSYCHOLOGICAL SCIENCE .....</b>	<b>230</b>
PROF. MIROSLAV PENDAROSKI PHD.....	230
PROF. SONJA RIZOSKA JOVANOVSKA PHD .....	230
<b>CASE STUDIES OF FREEDOM AS SELF-ANTITHESIS .....</b>	<b>235</b>
MARIJA EMILIJA KUKUBAJSKA, PH.D.....	235
<b>THE DUAL IDENTETY OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: HOW MARKET ORIENTATION INFLUENCES THE SOCIAL MISSION .....</b>	<b>240</b>
GORAN GOLUBOVSKI, PHD .....	240
<b>SOCIOLOGICAL RESEARCH IN THE NEW MILLENNIUM .....</b>	<b>244</b>

PROF. GORGI TONOVSKI PHD.....	244
PROF. TEMELKO RISTESKI PHD .....	244
<b>THE ELDERLY AND THEIR PROPENSITY TO EMPLOYMENT IN THE CONTEXT OF KNOWLEDGE AND LIFELONG LEARNING .....</b>	<b>250</b>
KAMELIA PETKOVA, PHD.....	250
<b>NAMING SOFTWARE PRODUCTS FOR INSTITUTIONAL MARKETS .....</b>	<b>255</b>
PROF. NINKO KOSTOVSKI, PHD .....	255
<b>INNOVATING IN A TOURISM CONTEXT: OPERATIONAL LEVEL CHALLENGES .....</b>	<b>260</b>
BRANKO NIKOLOVSKI, PHD .....	260
TATJANA DIMOSKA, PHD .....	260
<b>THE IMPORTANCE OF RENE DESCARTES TO PHILOSOPHICAL ANTHROPOLOGY .....</b>	<b>265</b>
TONY NAUNOVSKI PHD.....	265
VESNA BLAZHEVSKA MSC .....	265
<b>PSYCHOLOGIST BETWEEN A KNOWLEDGE AND A HUMANITY .....</b>	<b>270</b>
PROF. MIROSLAV PENDAROSKI, PHD.....	270
PROF. SONJA RIZOSKA JOVANOVSKA, PHD .....	270
<b>CONTENTS OF LEADERSHIP AND LEADER FUNCTIONS IN A CONTEMPORARY BUSINESS CONDITIONS .....</b>	<b>274</b>
PH.D MARKO JANKOVIĆ.....	274
PH.D VANCE BOJKOV .....	274
MSC. MAJA RANDJELOVIC.....	274
<b>ENVIRONMENTAL POLICY OF OIL COMPANIES .....</b>	<b>278</b>
M.SC. MILAN VESELINOVIĆ.....	278
PH.D MARKO JANKOVIĆ.....	278
M.SC. DEJAN DIMITRIJEVIĆ .....	278
<b>DEPENDENCIES BETWEEN SOCIAL PROGRAMMING AS A BASIS OF REGULATING SOCIAL DEVELOPMENT AND THE CONCEPT OF CONTROLLING.....</b>	<b>283</b>
VENELIN TERZIEV, D.SC., PH.D., ENG.....	283
PROF. EVGENIY STOYANOV, PH.D. ....	283
<b>DEVELOPMENT OF A RESOURCE CENTER TO SUPPORT THE SENIOR CITIZENS IN THE CITY OF ROUSSE, BULGARIA .....</b>	<b>300</b>
PROF. TODORKA STEFANOVA .....	300
RUMYANA RADKOVA.....	300
NIKOLA SUBEV PHD .....	300
<b>E-PORTFOLIO FOR CAREER DEVELOPMENT IN TECHNOLOGICAL EDUCATION ..</b>	<b>303</b>
PHD EMILIA TOSHEVA.....	303
<b>MODELS OF BANKINSURANCE .....</b>	<b>305</b>
<b>AS A DISTRIBUTION CHANNEL IN INSURANCE INDUSTRY .....</b>	<b>305</b>
STEVCHO MECESKI, PHD.....	305
IRINA JOLDESKA, MSC.....	305
<b>DEVELOPMENT OF INTERPRETATION OF DEPENDANCE BETWEEN THE DIMENSIONS OF HUMAN BEINGS WITH OBJECTS AND SPACE SURROUNDING .....</b>	<b>310</b>
PROF. VANGEL DUNOVSKI PH.D .....	310
<b>FACTOR STRUCTURE OF TECHNICAL AND TACTICAL ACTIONS OF THE BRASIL WINNING NATIONAL TEAM AT THE WORLD CHAMPIONSHIP IN FUTSAL, THAILAND 2012 .....</b>	<b>315</b>
PROF. ALEKSANDAR POPOVSKI, PHD .....	315

GORAN KIROV MSC .....	315
<b>NONVERBAL COMMUNICATION IN SPORT.....</b>	<b>320</b>
MARIA VAKRILOVA BECHEVA PHD, RADOSLAVA KATZARSKA, NINA BELCHEVA, PENKA KRUCHKOVA, GERGAN PAVLOVA .....	320
<b>SUSTAINABLE FEATURES OF BUILDING MATERIALS OF TRADITIONAL OHRID HOUSE .....</b>	<b>324</b>
RADMILA TOMOVSKA MSC .....	324
ENIS JAKUPI PHD.....	324
Vangel Dunovski PhD.....	324
<b>RECESIONI DHE VËSHITIRSITË NË EKONOMINË GLOBALE .....</b>	<b>328</b>
PROF. BAKI KOLECI PHD .....	328
VIOLETA KOLECI PHD.....	328
MSC. REDON KOLECI.....	328
<b>USE OF THE FIBRINOLYSIS (STREPTOKINASE) ON LYSSES OF THE MOBILE THROMBUS OF THE RIGHT ATRIUM. CASE REPORT .....</b>	<b>333</b>
DR.FATMIR FERATI.....	333
DR.ANIDA FERATI.....	333
<b>FREE MOVEMENT AND MOBILITY OF PUBLIC SERVANTS WITHIN THE EU .....</b>	<b>337</b>
DEJAN VITANSKI PHD .....	337
GOCE VELESKI.....	337
<b>MODERN MANAGEMENT STRATEGIES FOR SCHOOLS.....</b>	<b>342</b>
RUMYANA GYOREVA PHD .....	342
<b>THE TRAINING OF MEDICAL WORKERS IN ORDER TO PROVIDE SAFE HANDLING AND WASTE DISPOSAL .....</b>	<b>347</b>
MR OLIVER DIMITRIJEVIĆ .....	347
MR MIODRAG ŠMELCEROVIĆ .....	347
MASTER MARIJANA ŠMELCEROVIĆ.....	347
MASTER JELENA MITIĆ .....	347
<b>LIFELONG LEARNING .....</b>	<b>350</b>
<b>AND THE ROLE OF THE UNIVERSITIES.....</b>	<b>350</b>
LILJANA PUSHOVA, MSC.....	350
<b>PERSPECTIVES ON SPILLOVER EFFECTS TO CHINESE INDUSTRIES FROM FDI .....</b>	<b>355</b>
M.SC. DANIELA CVETANOVSKA .....	355
<b>EUROPEAN MONETARY UNION AND OPTIMAL CURRENCY AREA .....</b>	<b>361</b>
NOVAK LUCIC, MSC.....	361
<b>ТРОШОЦИТЕ ВО ФУНКЦИЈА НА ЕКОНОМСКАТА ЕФИКАСНОСТ.....</b>	<b>371</b>
М-Р СЛОБОДАНКА КОЖУХАРОВА.....	371
ТОДОР КОЖУХАРОВ.....	371
<b>ECONOMIC CRIMINALITY.....</b>	<b>375</b>
MSC PAKIZATUFEKDI.....	375
<b>HEALTH SYSTEM MANAGEMENT .....</b>	<b>379</b>
MARIJA AVRAMOSKA MSC .....	379
<b>LEADERSHIP COMPETENCIES AS A FACTOR FOR IMPROVING EMPLOYEES PERFORMANCE.....</b>	<b>382</b>
LAZAR MIGULOVSKI MSC.....	382
<b>TEACHER’S ROLE IN HYBRID INSTRUCTION .....</b>	<b>385</b>
ANKAVESELINOVA, MA .....	385

NEVENARISTOVA, MSC .....	385
<b>CREATION OF AN INTERACTIVE LEARNING ENVIRONMENT INTO THE TECHNOLOGY EDUCATION .....</b>	<b>389</b>
ELITSA MOZURSKA, MSC .....	389
<b>FUNCTIONAL INTERACTION IN CITIZEN’S ELATION–INSTITUCIONS – DIGITAL COMMUNICATION CHALLENGE .....</b>	<b>393</b>
MSC LULZIM SHABANI .....	393
<b>СИСТЕМОТ НА НАЦИОНАЛНИ СМЕТКИ И СМЕТКОВОДСТВОТО .....</b>	<b>398</b>
М-Р СЛОБОДАНКА КОЖУХАРОВА.....	398
ТОДОР КОЖУХАРОВ.....	398
<b>THE KEY ROLE OF EDUCATION AND ENTREPRENEURSHIP IN THE EUROPE 2020 STRATEGY – THE CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA .....</b>	<b>404</b>
LILJANA PUSHOVA MSC.....	404
DEJAN DIMITRIJEVIC MSC.....	404
<b>CORPORATE AND RISK MANAGEMENT .....</b>	<b>410</b>
МАЈА ПЕЊЕВСКА MSC.....	410
<b>IMPACT OF FUNDS FOR PUBLIC INFORMATION .....</b>	<b>414</b>
МА КУЈТИМ КАСАМИ.....	414
<b>STORY INTERPRETATION AND ITS INFLUENCE TO CHILD IN EARLY SCHOOL.....</b>	<b>419</b>
ASS.M-R IRENA KITANOVA .....	419
<b>THE ORGANIZATIONAL CULTURE AS A KEY ELEMENT .....</b>	<b>422</b>
<b>FOR SUCCESSFUL KNOWLEDGE MANAGEMENT .....</b>	<b>422</b>
LILJANA PUSHOVA, MSC.....	422
<b>ENTREPENURIAL SCHOOL MANAGEMENT- CHALENGES AND DILEMAS .....</b>	<b>427</b>
MSC ANDRIJANA MIGULOVSKA .....	427
<b>PROTECTION OF PROPERTY RIGHTS AND OTHER REAL RIGHTS IN ACCORDANCE WITH THE LAWS OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA WITH SPECIAL EMPHASIS ON OWNERSHIP LAWSUIT FOR RETURN OF THE ITEM AND LAWSUIT THE PRESUMED OWNER.....</b>	<b>430</b>
LAZE JAKIMOSKI MSC.....	430
LILJANA JONOSKI MSC.....	430
<b>TERM LITERARITY AND ESTRANGEMENT IN THE PROCESS OF TRANSLATION....</b>	<b>433</b>
VESNA MILEVSKA MSC.....	433
<b>ПРИМЕНА НА ПОПОВИ КАРТИ ВО НАСТАВАТА ПО МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК – ПИСАТЕЛОТ ЦАНИ РОДАРИ КАКО МЕТОДИЧАР.....</b>	<b>437</b>
РИСТЕВСКИ РОБЕРТ .....	437
<b>IMPACT OF ELECTRONIC GOVERANCE TO FIGHT CORRUPTION .....</b>	<b>441</b>
MSC LULZIM SHABANI .....	441
<b>VALIDATION OF KNOWLEDGE, SKILLS AND COMPETENCIES IN BULGARIA WITHIN THE PROJECT PROJECT "NEW OPPORTUNITY FOR MY FUTURE" .....</b>	<b>446</b>
BORYANA DIMITROVA MSC.....	446
<b>THE PRINCIPLES AND STATISTICAL METHODS FOR THE EVALUATION OF MATHEMATICAL KNOWLEDGE, ILLUSTRATED BY THE EXAMPLE OF SENIOR GRADES OF ELEMENTARY SCHOOL STARI GRAD, BELGRADE .....</b>	<b>450</b>
MSC ALEKSANDRA PENJISEVIC .....	450
<b>INTEGRATION OF THE COGNITIVE AND COMMUNICATIVE ASPECT IN DEVELOPING THE SKILL OF READING IN THE ENGLISH LANGUAGE.....</b>	<b>455</b>
MARIJA DULEVSKA MSC.....	455

<b>MENTORSHIP IN THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT .....</b>	<b>458</b>
SINOLICHKA SABOTKOVSKA .....	458
JASMINKA MIRCHESKA.....	458
<b>QUALITY EDUCATION .....</b>	<b>462</b>
KAROLINA NIKOLOSKA MSC.....	462
BILJANA ANGELEVSKA .....	462
<b>EDUCATION FOR THE FUTURE.....</b>	<b>466</b>
KUKUNOSKI ANA .....	466
NAUMOSKA KATERINA.....	466
KRNCHESKA SOFIJA .....	466
TROMPESKA BILJANA.....	466
<b>BUDGET MANAGEMENT IN PRIMARY SCHOOLS.....</b>	<b>469</b>
TONI DIMOV MSC.....	469
MARINA STOJCEVSKA .....	469
<b>POSITIVE SCHOOL CLIMATE AND EFFECTIVE SCHOOL TEAMS AS BASIS FOR PROJECT BASED LEARNING .....</b>	<b>474</b>
LILJANA KOSTOVSKA.....	474
SLAVJANKA HRISTOVA.....	474
ZORICA DINEVSKA, MSC,.....	474
<b>CHARACTERISTICS AND STRATEGIES OF A GOOD MENTOR.....</b>	<b>477</b>
RISTEVSKI ROBERT .....	477
<b>SPEECH DEVELOPMENT IN CHILDREN WITH VISIBLE DAMAGE.....</b>	<b>482</b>
ANDRIJANA SHOKLAROVSKA.....	482
LIDIJA SUNDA SOKLAROVSKA.....	482
OLIVERA ILIEVSKA.....	482
SLAVICA KOSTEVSKA .....	482
<b>FEEDBACK FROM VISITED TEACHING LESSON IN FUNCTION TO MOTIVATE THE TEACHERS.....</b>	<b>488</b>
ANETA NIKOLOVSKA.....	488
DUNAVKA KOSTREVSKA.....	488
NIKOLCE CIUNOVSKI.....	488
ALEKSANDAR SEKIRSKI .....	488
<b>IMPLEMENTAION OF PUBLIC RELATIONS EFFECTIVE STRATEGIES REGARDING THE CREATION OF BUSINESS POLICY IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS .....</b>	<b>490</b>
EMILIJA ANGELOVA.....	490
<b>INFORMAL LANGUAGE USE WHILE CHATTING VIA THE SOCIAL NETWORK FACEBOOK.....</b>	<b>493</b>
JANA STANOESKA.....	493
<b>THE ECONOMIC CRIME IN REPUBLIC OF MACEDONIA IN THE TRANSITION .....</b>	<b>497</b>
MARTINA NEDELKOVSKA .....	497
DEJAN DIMITRIJEVIĆ MSC .....	497
<b>OBTAINING ALUM RECYCLING WASTE WHICH CONTAIN ALUMINIUM .....</b>	<b>500</b>
FILIP JOVANOVSKI.....	500
PROF. BLAGICA CEKOVA PHD .....	500
VIKTORIJA BEZHOVSKA .....	500
<b>SOME CHARACTERISTICS OF THE POLITICAL SYSTEM OF REPUBLIC OF SERBIA</b>	<b>503</b>

# DIMENSIONS OF QUALITY IN TOURISM: A SMALL BUSINESS PERSPECTIVE

**Branko Nikolovski, PhD**

University St. Kliment Ohridski, Bitola, Macedonia, branko.nikolovski@uklo.edu.mk

**Tatjana Dimoska, PhD**

University St. Kliment Ohridski, Bitola, Macedonia, tanjadimoska@yahoo.com

**Abstract:** Tourism product satisfies different consumer needs. Tourism product characteristics are translated into specifications, which reflect dimensions of *wanted* quality levels of tourism product. Different products can have different definitions for acceptable quality levels. Therefore, managers interested in quality management as an organizational culture change, need to understand dimensions of the term quality, management, tourism product, service, tourist needs and the role of quality management initiatives in raising small business competitiveness.

**Key words:** small business in tourism, tourism product, quality, entrepreneurship

## ДИМЕНЗИИ НА КВАЛИТЕТОТ ВО ТУРИЗМОТ: ОД ПЕРСПЕКТИВА НА МАЛИОТ БИЗНИС

**Бранко Николовски, проф. д-р**

Универзитет “Св. Климент Охридски”, Битола, Македонија, branko.nikolovski@uklo.edu.mk

**Татјана Димоска, проф. д-р**

Универзитет “Св. Климент Охридски”, Битола, Македонија, tanjadimoska@yahoo.com

**Апстракт:** Туристичкиот производ со своите карактеристики задоволува одредени потреби. Карактеристиките се искажуваат преку спецификација, или друг документ. За различни производи постојат различни дефиниции за квалитет. Оттука, менаџерите кои што сакаат да започнат иницијатива за промена на организациската култура, каква што претставува имплементацијата на системот за квалитет, потребно е да разберат што претставува во суштина поимот квалитет, туристички производ, услуга, на кој начин можат да ги сознаат и задоволат потребите на потрошувачите во туризмот, и која е улогата на имплементацијата на програмите за менаџментот на квалитетот, како долгорочни иницијативи со чија помош малиот бизнис во туризмот стекнува предност пред конкуренцијата.

**Клучни зборови:** туристички производ, квалитет, мали бизниси во туризмот, претприемништво

### 1. ВОВЕД

Основна карактеристика на услужните активности е таа што тие воглавно зависат од човечките способности, однесувања и обука. Со поголемата професионализација и механизација на услугите, примената на програмите за квалитет кај услугите станува сè послична со контролата на квалитетот кај физичките производи. Во таа насока за да успее малиот бизнис мора да се специјализира за одреден сегмент од туристичкиот пазар (деца, млади, возрасни, стари, љубители на спорт, мода, вера итн.). Во рамките на системот на квалитет, посебен дел му е посветен на човекот - турист, неговите специфични навики и потреби. Од тука, потребно да се разбере содржината на поимот “квалитет” во туризмот, особеностите на туристичкиот производ, угостителската услуга како парцијален туристичкиот производ, и да се согледаат некои од бариерите кои влијаат врз имплементацијата на програмите за менаџментот на квалитетот, како долгорочни иницијативи со чија помош малиот бизнис во туризмот стекнува предност пред конкуренцијата.

### 2. ДЕФИНИРАЊЕ НА ПОИМОТ „КВАЛИТЕТ“

Кога зборуваме за “квалитет” мораме да прецизираме за што се однесува: квалитет на производот, квалитет на процесите (операциите), квалитет на управувањето, раководењето, организирањето итн. Дефинирањето мора да задоволи повеќе аспекти на проблемот (техничко-технолошки, економски, социо-психолошки). Значи, постои “квалитет” од аспект на туристот (употребната вредност на производот, цена и рок на испорака) и производителот (квалитетен усогласен производ со постојни нормативи или договори, трошоци и време за негова изработка и испорака). Туристичкиот производ со своите карактеристики задоволува одредени потреби. Карактеристиките се искажуваат преку спецификација, или друг документ. За различни производи постојат различни дефиниции за квалитет. “Квалитетот на процесот” се поврзува со организирањето и остварувањето на производството што ќе го даде дефинираното ниво на квалитет на готовиот туристички производ. Според тоа, секое работно место во малиот бизнис се соочува со поимот *квалитет*. За менаџерите кои сакаат да започнат иницијатива за промена на организациската култура, каква што претставува имплементацијата на системот за квалитет,

потребно е да ја разберат содржината на *квалитетот*. Концептите и алатките за квалитет се разработени и популаризирани преку фундаменталните истражувања на Deming<sup>100</sup>, Ishikawa<sup>101</sup>, Feigenbaum<sup>102</sup>, Juran<sup>103</sup>, и Crosby<sup>104</sup> (1994, 1984, 1979), како и други автори кои имаат дадено значителен придонес во развојот и имплементацијата на менаџментот на квалитетот. Според Juran<sup>105</sup>, квалитетот претставува “нешто соодветно (што одговара) за барана потреба”. Crosby<sup>106</sup> дава слична дефиниција “квалитетот е нешто што одговара на барањата”. Според Deming<sup>107</sup>, “квалитетот треба да биде целна мета дефинирана со потребите на потрошувачот, сегашни и идни”. Feigenbaum<sup>108</sup> дава построкутирана дефиниција во која кажува дека квалитетот е резултат на вкупните организациски напори (“вкупни производни и услужни карактеристики на маркетингот, инженерингот, производството и одржувањето, низ кои производот и сервисот (услугата) во употреба, ќе ги исполнат очекувањата на потрошувачот”. Од горенаведените дефиниции, само Deming и Feigenbaum во центарот на своите дефиниции го ставаат потрошувачот. Земајќи ја во предвид дефиницијата на Feigenbaum, малите бизниси во туризмот можат да имплементираат повеќе иницијативи од областа на организацискиот развој, како што се six sigma иницијативите<sup>109</sup>, стратешки менаџмент на квалитетот<sup>110</sup>, Total quality management<sup>111</sup>, и други иницијативи за организациски промени. Сепак, секоја иницијатива треба да биде усогласена и вградена во стратешкиот менаџмент на организацијата.

### 3. ОПРЕДЕЛУВАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИОТ ПРОИЗВОД

Одредувањето на содржината на туристичкиот производ претставува сложен процес бидејќи туристичкиот производ не претставува единечен облик - предмет, туку збир на повеќе материјални и нематеријални производи (услуги) кои ги обединува туристот со своето конзумирање. Производот во туризмот не е единствен. Според А. Кобашиќ<sup>112</sup> сите производи и услуги кои ги конзумираат туристите се делат во три категории: производи за широка потрошувачка кои ги трошат и туристите и домицилното население (услуги на комунални организации, превозни услуги, здравствени услуги, итн.); производи на стандардна производна програма, делумно модифицирани за конзумирање на туристите (индустриски сувенири, спортски реквизити, програми на културните и др. институции); производи кои се во прв ред наменети за конзумирање на туристите (занајтчиски сувенири, услуги на патничките агенции и бироа, угостителски услуги и сл.). Baki<sup>113</sup> има различен теоретски пристап во определувањето на туристичкиот производ, кој може да се групира во следниве групи:

туристичкиот производ е “смеса” од различни елементи како негови конститутивни делови (сместување, исхрана, превоз, спортски, забавни, културни активности, индустриски, земјоделски производи, излети, трансфери итн.),

туристичкиот производ се разгледува од аспект на поединечните носители на понудата (угостителски, хотелиерски организации, туристички агенции итн.). Хотелскиот производ (Kombol, 1996:48) се дефинира на следниот начин: основен производ (удобен кревет, поволна положба на хотелот, ресторан во хотелот, чисти соби, мирен престој, сигурност, будење, погодни осветлувања); основни елементи на целосноста (базен, бар (аперитив), обезбедено паркиралиште, опрема за рекреација, перење облека, разна трговија, сауна); повисоки елементи на целосен производ (уреден и способен кадар, углед/имиџ, внатрешен декор, надворешен естетски изглед, поволно сместено паркиралиште, различни услуги, пријателски кадар, добра храна по поволни цени, стручноста на вработените, единствени цени).

<sup>100</sup>W. E. Deming, *Out of the Crisis*, The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 2000

<sup>101</sup>K. Ishikawa, *Guide to Quality Control*, Asian Productivity Organization, Tokyo, Japan, 1991

<sup>102</sup>A. V. Feigenbaum, *Total Quality Control*, 3<sup>rd</sup> (40<sup>th</sup> Anniversary) Ed. Rev., McGraw-Hill, New York, 1991

<sup>103</sup>J. Juran, A. B. Godfrey, *Juran's Quality Handbook*, 5<sup>th</sup> ed., McGraw-Hill, New York, 1998

<sup>104</sup>Ph. Crosby, *Quality Without Tears: The Art of Hassle-Free Management*, 1<sup>st</sup> ed., McGraw-Hill, New York, 1995

<sup>105</sup>J. M. Juran, *A History of Managing for Quality*, Irwin Professional Publishing, 1<sup>st</sup> Ed., 1995

<sup>106</sup>J. S. Oakland, L. J. Porter, *Total Quality Management*, Butterworth & Heinemann, Oxford, 1995, p. 5

<sup>107</sup>Ibid, p. 5

<sup>108</sup>A. V. Feigenbaum, *Total Quality Control*, 3<sup>rd</sup> (40<sup>th</sup> Anniversary) Ed. Rev., McGraw-Hill, New York, 1991, p.

7

<sup>109</sup>M. S. Raisinghan, *Six Sigma: concepts, tools, and applications*, *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 105 No. 4, 2005, pp. 491-505

<sup>110</sup>A. O. Paraschivescu, F. M. Căprioară, *Strategic Quality Management, Economy Transdisciplinarity Cognition*, Vol. 17, Iss. 1, 2014 pp. 19-27

<sup>111</sup>A. Patiar, M. C. G. Davidson, Y. Wang, *Competition, total quality management practices, and performance: evidence from upscale hotels*, *Tourism Analysis*, Vol. 17, pp. 195–211, 2012

<sup>112</sup>A. Koba{i}, J. Sene~i}: *Marketing u OUR turisti~ke privrede*. [kolska knjiga, Zagreb, 1981, p. 238

<sup>113</sup>O. Baki}, *Strategijsko planiranje turisti~kog proizvoda*, Nau~na knjiga, Beograd, 1988, p. 95

Во оваа група спаѓаат оние трудови кои се посветени на т.н. атрактивни, комуникативни и рецептивни фактори (географска положба, клима, флора, фауна, културно-историско наследство, разни манифестации, поширок спектар на антропогени фактори).

Во оваа група се земаат оние ставови кои за производот во туризмот зборуваат како за интегриран и парцијален туристички производ. Парцијалниот производ го формираат носителите на туристичката понуда (хотелиери, превозници, патнички агенции, музеи, галерии итн.). Парцијален производ може да биде хотелско сместување, посета на музеј итн. Интегрираниот производ е збир на повеќе парцијални производи, како на пр. паушалните годишни одмори, паушално патување и др.

#### 4. УГОСТИТЕЛСКАТА УСЛУГА КАКО ПАРЦИЈАЛЕН ТУРИСТИЧКИ ПРОИЗВОД

Што претставува предмет на размена во угостителството? Кај повеќето автори при дефинирањето на производот нагласок се става на физичките својства на производот. Ph. Kotler<sup>114</sup> во својата дефиниција опфаќа физички предмети, услуги, кадар, дистрибуција, организација и идеи. Според Ch. Gronoors<sup>115</sup> “услугата е активност или низ на активности со повеќе или помалку неопиплива природа, што обично, но не и нужно, се одвива во меѓусебно делување помеѓу корисникот и услужниот работник и/или физичките средства или добра и/или системот на оној кој дава услуга, а со која се прибавува решение на проблемот на корисникот”. Вкупниот производ во угостителството претставува збир на опипливи, односно неопипливи атрибути (материјални и иматеријални) кои задоволуваат некоја потреба на потрошувачот. Овој концепт на “вкупност” на производот може да се претстави на следниот начин:

$$ПТ = \sum_{i=1}^n ППМ + \sum_{i=1}^n ПП_i$$

ПТ = вкупен производ;

ППМ = парцијални производи од материјален облик;

ПП<sub>i</sub> = парцијални производи од нематеријален облик;

Според тоа, угостителскиот производ се состои од парцијални делови од материјален и нематеријален облик. По аналогича, вкупниот угостителски производ (хотел, ресторан и сл.) го чинат збир на различни поединости, добра и услуги кои служат за задоволување на потребите на гостите (купувачите) за време на нивниот престој во угостителскиот објект.

$$УГП_i = \sum_{i=1}^n УГПП_m + \sum_{i=1}^n УГПП_i + \sum_{i=1}^n УГПКП_i$$

УГП<sub>i</sub> = интегрален угостителски производ;

УГПП<sub>m</sub> = парцијален угостителски производ од материјален облик (храна, пијалок);

УГПП<sub>i</sub> = угостителска услуга како нематеријален парцијален елемент (услуга на келнерот, рецепционерот и сл.)

УГПКП<sub>i</sub> = угостителски парцијален квази-производ (макро и микро локација на угостителскиот објект и останатите елементи кои придонесуваат за атрактивноста и привлечноста на угостителскиот производ).

Угостителската услуга може да се одреди како комплекс на видови, количина, квалитет на сè што се користи (ужива) или конзумира во облик на сместување, храна, пијалоци, забава, рекреација, но и повеќе од тоа, т.е. сè она што го забележуваат и доживуваат сите сетила на гостинот, физички и психолошки. Угостителските услуги имаат и дополнителни карактеристики: врзаност на услугата за угостителскиот објект во кој се дава услугата и помошната опрема со која се дава услугата; врзаност на услугата како парцијален производ од нематеријален облик со конкретни парцијални производи од материјален облик; неопходна присутност на гостинот при давањето на услугата; неопипливост, неделивост, непостојаност и времен карактер. Тоа значи дека кај угостителските услуги постои: истовременост на “производството” и “потрошувачката/ користењето”; “потрошувачката” по правило се движи кон “производството”; неможност од складирање; нестандартизираност и неповторливост на “изведбата”; потрошувачите/корисниците заради човечкиот контакт се поосетливи на (не)квалитетот на услугите, отколку на производот; разновидност; краткотрајност. Заради овие карактеристики намалена е можноста за стандардизација, дистрибуција, отежнато е формирањето на цените, производството, отежната е контролата на квалитетот, нетрансферибилност и неможност за препродажба, непреносливост и нетранспортибилност како и симултаност на производството и продажбата. Овие карактеристики му

<sup>114</sup> Ph. Kotler, K. L. Keller, Marketing Management, 15<sup>th</sup> Ed., Prentice Hall, 2015

<sup>115</sup> Ch. Gronoors, Service Management and Marketing-Managing the Moments of Truth in Service Competition, Lexigton Books, Lexigton, Massachusetts, 1990, p. 157



даваат дополнителна димензија на доживувањето на услугата од страна на потрошувачот кај малите бизниси во туризмот. Во угостителството е карактеристично што давателот на услугата постанува и дел од таа услуга и на тој начин постанува дел од самата “понууда”.

## **5. КВАЛИТЕТОТ НА УГОСТИТЕЛСКАТА УСЛУГА**

Бидејќи угостителството е трудо-интензивна индустрија, посебно внимание му се посветува на квалитетот на кадарот кој ги дава услугите. Добрата услуга се темели на техничката димензија и личниот став на послужниот персонал. Под техничка димензија се подразбира: тек на услугата; брзина и точност; услужност; комуникативност; располагање на гостите; надзор над целокупната работа. Под личен став спрема гостите се подразбира: позитивен пристап кон работата; ословување со насмевка; мелодичност на говорот; убаво однесување и тактичност; ословување на гостинот со презимето; внимание кон гостинот; спремност да се помогне на гостинот; активен однос спрема продажбата; способност за решавање на проблемите. Гостинот ја проценува вредноста на услугата спрема надворешните обележја, преку личен контакт. Додека кај физичкиот производ се очекува перфекција на функцијата соединета со обликот, од услугата се бара влијание врз чувството на уживање, удобност. Треба да се разликуваат објективни и субјективни компоненти на квалитетот. Објективните се техничко-технолошки и слични мерливи стандарди на квалитетот, додека субјективните компоненти се неопипливи и во својата суштина на никаков начин не се физички и органолептички мерливи. Оценката за квалитетот на услугата е од субјективна природа и до неа корисникот на услугата доаѓа при контакт со услугата. Во таа средба со услугата корисникот ја зголемува или намалува својата перцепција на квалитетот и неговото задоволство со користената услуга: квалитетот на услугата и задоволството на корисникот треба да бидат пропорционални. Во таа насока квалитетот на понудата го чинат: амбиент: прибор, стол, материјал, боја, мирис, дизајн, фасада, хармоничност, природа, расвета, околина на објектот; понуда: добра суровина, свежина, презентација; услуга: брзина, ангажман, однесување, насмевка, атмосфера, коректност. Трите компоненти мора да бидат ценовно ускладени, да бидат лесно препознаени и да имаат свој “personality”. За да се постават стандарди на квалитетот потребно е да се знаат квантитативните и квалитативните карактеристики на квалитетот на услугите. Во овие квантитативни карактеристики спаѓаат и: време на чекање потребно да се порача одредена услуга (хотелска резервација, резервација на стол во ресторанот и сл.); време на чекање на извршување на услугите; време на траење на услугата. Квалитативни карактеристики на квалитетот на услугите-оперативниот менаџмент треба да направи попис на карактеристиките на квалитетот на услугите во облик на правила на однесување и да го контролира нивното извршување. Тие карактеристики се разместуваат во неколку категории: однесување на давателот на услугата: оценка за љубезноста, гостољубивоста, комуникативност, и сл.; околина: декор, галама, чистота, комфор; давање на услугите: брзина, стручност, беспрекорност; уредност, изглед, чистота, облека, обувки, хигиена; интерни стандарди: продуктивност, трошоци и др. Колку е поголема разликата помеѓу добиениот од очекуваниот квалитет, толку е поголемо задоволството кај туристот од услугата.

## **6. БАРИЕРИ КОИ ВЛИЈААТ ВРЗ МЕНАЏМЕНТОТ НА КВАЛИТЕТОТ КАЈ МАЛИТЕ БИЗНИСИ ВО ТУРИЗМОТ**

Според Galllear<sup>116</sup>, иницијативите за менаџментот на квалитетот кај малите бизниси се соочуваат со следните препреки:

во малиот бизнис доминира личноста на сопственикот на бизнисот, доколку не е доволно обучен, може да заземе ригидни ставови по прашањето за промена на организациската култура менаџерите и надзорниците во малиот бизнис работаат “се и сешто”, се растргнати во обврските можно е да се случи одредени демотивирани работници негативно да влијаат врз квалитетот од малите бизниси често пати се бара да имаат сертифициран систем за менаџмент на квалитетот; исполнувањето на стандардите за ваков систем може да претставува пречка за малиот бизнис Малите бизниси се наоѓаат под постојан временски/материјален притисок за да одговорат на потребите на своите клиенти, немаат доволно ресурси за да се посветат на сложени организациски промени како што е воведувањето на системот за квалитет

Малите бизниси во почетните фази од својот развој се помалку склони кон споделување на информациите, и одтука тешко прифаќаат надворешни консултантски иницијативи

Малите бизниси многу потешко доаѓаат до потребниот капитал, пред се заради непостоење на кредитна историја, одтука главен финансиер на малиот бизнис е сопственикот или членовите на неговата фамилија. Во дадени ситуации, растежот не е преферирана опција за претприемачот. Малиот бизнис може да остварува доволно приход за одржување на одреден животен стил, и претприемачот не сака да го шири бизнисот бидејќи сака да ја задржи контролата и сопственоста. Главната причина за проблеми

<sup>116</sup> D. Galllear, Total Quality Management in SMEs, Middlesex Business School Publishing, UK, 1995, p. 90

во системите за квалитет кај малите бизниси претставува несоодветно обучената работна сила. Покрај основните способности за читање, пишување, извршување на едноставни математички операции, потребна е и обука за статистичката контрола на процесите со цел да се откријат отстапувањата на квалитетот на процесот, и да се изврши прилагодување и отстранување на проблемите за да се добие посакуваната изведба. Заради непостоење на инфраструктура, малите бизниси не се во состојба да извршат посложени статистички анализи. Исто така, заради ограничените ресурси, не можат да си дозволат да ги пренасочат кадрите во собирање на податоци во текот на сезоната. Постојат повеќе методологии на квалитетот кои можат да помогнат во транзицијата на организациската култура. При тоа треба да се има во предвид дека ваквата промена бара долгорочна посветеност на малиот бизнис.

## 7. ЗАКЛУЧОК

Поимот квалитет во туризмот има мулти-димензионално значење. Туристичкиот производ со своите карактеристики задоволува одредени потреби. Карактеристиките се искажуваат преку спецификација, или друг документ. “Квалитетот на процесот” се поврзува со организирањето и остварувањето на производството што ќе го даде дефинираното ниво на квалитет на готовиот туристички производ. Оттука, менаџерите кои сакаат да започнат иницијатива за промена на организациската култура, потребно е да разберат што претставува во суштина поимот квалитет, туристички производ, услуга, на кој начин можат да ги сознаат и задоволат потребите на потрошувачите во туризмот, и која е улогата на имплементацијата на програмите за менаџментот на квалитетот, како долгорочни иницијативи со чија помош малиот бизнис во туризмот стекнува предност пред конкуренцијата.

## 8. ЛИТЕРАТУРА

- [1] A. Koba{i}, J. Sene~i}: Marketing u OUR turisti~ke privrede, [kolska knjiga, Zagreb, 1981
- [2] A. O. Paraschivescu, F. M. Căprioară, Strategic Quality Management, Economy Transdisciplinarity Cognition, Vol. 17, Iss. 1, 2014, pp. 19-27
- [3] A. Patiar, M. C. G. Davidson, Y. Wang, Competition, total quality management practices, and performance: evidence from upscale hotels, Tourism Analysis, Vol. 17, pp. 195–211, 2012
- [4] A.V. Feigenbaum, Total Quality Control, 3<sup>rd</sup> (40<sup>th</sup> Anniversary) Ed. Rev., McGraw-Hill, New York, 1991
- [5] A.V. Feigenbaum, Total Quality Control, 3<sup>rd</sup> (40<sup>th</sup> Anniversary) Ed. Rev., McGraw-Hill, New York, 1991
- [6] Ch. Gronoors, Service Management and Marketing-Managing the Moments of Truth in Service Competition, Lexigton Books, Lexigton, Massachusetts, 1990
- [7] D. Gallear, Total Quality Management in SMEs, Middlesex Business School Publishing, UK, 1995
- [8] J. Juran, A. B. Godfrey, Juran's Quality Handbook, 5<sup>th</sup> ed., McGraw-Hill, New York, 1998
- [9] J. M. Juran, A History of Managing for Quality, Irwin Professional Publishing, 1<sup>st</sup> Ed., 1995
- [10] J. S. Oakland, L. J. Porter, Total Quality Management, Butterworth & Heinemann, Oxford, 1995
- [11] K. Ishikawa, Guide to Quality Control, Asian Productivity Organization, Tokyo, Japan, 1991
- [12] M. S. Raisinghan, Six Sigma: concepts, tools, and applications, Industrial Management & Data Systems, Vol. 105, No. 4, 2005, pp. 491-505
- [13] O. Baki}, Strategijsko planiranje turisti~kog proizvoda, Nau~na knjiga, Beograd, 1988
- [14] Ph. Crosby, Quality Without Tears: The Art of Hassle-Free Management, 1<sup>st</sup> ed., McGraw-Hill, New York, 1995
- [15] Ph. Kotler, K. L. Keller, Marketing Management, 15<sup>th</sup> Ed., Prentice Hall, 2015
- [16] W. E. Deming, Out of the Crisis, The MIT Press, Cambridge, Masachussets, 2000