

Анекс 2 – Извештај за подобност на темата на магистерскиот труд

Архивски број:

До

Наставнички совет на

ВТОР ЦИКЛУС СТУДИИ на

Факултет за туризам и угостителство –Охрид

Преку Служба за студентски прашања

**Предмет: Извештај за подобност на тема за магистерски труд**

|                                         |                                                                                                                      |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Наслов на пријавена тема                | „ УНАПРЕДУВАЊЕ НА АТРАКТИВНОСТА НА ОХРИД КАКО ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА ПРЕКУ ПРИМЕНА НА ДИГИТАЛНИ АЛАТКИ ЗА ПРОМОЦИЈА” |
| Кандидат<br>Име и презиме               | Маја Пешликовска                                                                                                     |
| Студиска програма на втор циклус студии | Туризам                                                                                                              |
| Број на досие                           | 575                                                                                                                  |

Наставно – научниот совет на Факултетот за туризам и угостителство – Охрид на својата седница одржана на 26.08.2025 год. со Одлука бр.02-236/3-3.1 формира комисија за подобност на темата за магистерскиот труд за горе наведениот наслов и кандидат во следниов состав:

- 1.Проф. д-р Иванка Нестороска
- 2.Проф. д-р Катерина Ангелевска-Најдеска
- 3.Проф. д-р Михаил Ристески

Од доставениот материјал, Комисијата констатира дека согласно член 56 од Правилник за условите, критериумите и правилата за запишување и студирање на втор циклус студии на Универзитетот „Св. Климент Охридски” – Битола, кандидатот со пријавата за изработка на магистерски труд поднесе:

- 1.Биографски податоци
- 2.Образложение за научна и стручна оправданост на темата
- 3.План за работа

4.Преглед на Литература од соодветната област

5.CD со комплетна пријава во електронска форма

По деталното прегледување на пријавата и прилозите, а во согласност со законската легислатива, како и легислативата на Универзитетот и Факултетот што ја регулира оваа материја, како и согласно член 56 од Правилник за условите, критериумите и правилата за запишување и студирање на втор циклус студии на Универзитетот „Св. Климент Охридски” – Битола, Комисијата до Наставничкиот совет на втор циклус студии го поднесува следниов:

## **ИЗВЕШТАЈ**

### **1.Биографски податоци**

Подносителот на тезите за изработка на магистерски труд Маја Пешликовска е родена на 15.07.1998 година во Република Македонија. Во академската 2015-2016 година дипломирала на Факултетот за туризам и угостителство-Охрид при Универзитетот Св. Климент Охридски-Битола. Во 2021 дипломирала на Економскиот факултет-Скопје, УКИМ, на насоката Менаџмент, а во 2023 година се запишала на последипломски студии на Факултетот за туризам и угостителство- Охрид, на насоката Менаџмент на туризам и ги положила сите предвидени испити согласно програмата за последипломски студии. Во текот на студирањето, кандидатката покажа интерес во истражувачката работа од областа на специфичностите во современите туристички трендови во насока на подобрување и унапредување на дестинациската атрактивност од меѓународен аспект.

Кандидатката има многу добро познавање на пишуван и говорен Англиски јазик. Има работно искуство како маркетинг промотер, рецепционер, внатрешен сметководител и компаниски претставник за обезбедување на услуги на клиентите. Ова работно искуство го стекнала и го надоградува од 2021 година до денес во континуитет. Има посетувано обуки за вештини на успех(Едукативен ценатар на пивара Скопје и Мотива), сметководство и програми за млади менаџери и бизнис лидери. Има одлични комуникациски вештини, искуство за решавање на проблеми и брза реакција, организациски вештини (способност за управување со време и повеќе задачи истовремено, тимска работа, организирање на настани ), дигитални вештини: основи на графички дизајн Canva, маркетинг на социјални мрежи) и се одликува со креативност и способност за генерирање нови идеи и нивна примена во пракса – од создавање маркетинг содржини и брендирање, до развој на уникатен личен проект („Црвеното фичо“изнајмување на олдтајмер) и осмислување активности за промоција и привлекување клиенти.

## 2.Подобност на темата и тезите

Во конципирањето на темата „ УНАПРЕДУВАЊЕ НА АТРАКТИВНОСТА НА ОХРИД КАКО ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА ПРЕКУ ПРИМЕНА НА ДИГИТАЛНИ АЛАТКИ ЗА ПРОМОЦИЈА” кандидатката се осврнува на современата тенденција на постојаното и неизбежливо присуство на дигитализацијата и технологијата во секојдневниот живот на луѓето потенцирајќи дека ваквата состојба го трансформира начинот на комуникација, учење, работење, организирање на слободното време. Последователно на тоа, тие го трансформираат и начинот на работење во секој производен и услужен сектор.

Како што се елаборира во образложувањето на тезите: планирањето, донесувањето одлуки и извршувањето на секојдневните задачи (работните обврски, образовниот процес, организирањето на слободното време или практикувањето на спортските активности) сè повеќе се потпираат на современите дигитални алатки и мобилни апликации. Тие овозможуваат побрз пристап до клучни информации, поефикасна организација, подобра кординација на активностите. Па затоа кандидатката го потенцира моментот дека развојот на туризмот во современи услови е тесно поврзан со процесот на дигитализацијата и примената на новите технологии кои влијаат значително врз начинот на кој туристите го планираат, организираат и реализираат своето патување. Во таа насока, според неа, мобилните апликации претставуваат основни алатки при самото патување, почнувајќи од изборот на дестинација, наоѓање на превоз и сместување, до избор начини како да се организира слободното време за време на одморот. Преку нив се овозможува директна интеракција меѓу туристите и дестинацијата, лесна навигација, брзо информирање и подобра организација на активностите. Туристите денес очекуваат брз и лесен пристап до информации, персонализирани препораки и дигитални услуги кои ќе им го олеснат престојот и ќе придонесат за поефикасно управување со нивното слободно време.

Маја Пешликовска констатира дека Охрид како еден од најзначајните туристички центри во Македонија со соочува со потребата за модернизација и дигитална трансформација на својата туристичка понуда и понатаму елаборира дека и покрај богатото културно наследство, природните ресурси и силната туристичка атрактивност, сèуште постои недостиг од интегрирани дигитални решенија кои би го подобриле искуството на туристите почнувајќи од планирањето сè до реализацијата на патувањето, а вооедно и би овозможиле подобра промоција на градот па дури и на не толку популарни туристички содржини. Затоа е многу добро нејзиното образложение дека е важно да се истражи колку и на кој начин дигитализацијата може да го подобри туризмот, од аспект на промоција, раст и развој на туристичките локации општо, а конкретно на градот Охрид. Поради тоа се предлага во тезите да се направи анализа на теоретски аспекти на туристичката атрактивност, дестинацискиот менаџмент, улогата на дигиталните алатки во туризмот, како и меѓународните искуства во нивната примена со што ќе има основа за фокусирање на туристичката понуда и атрактивност на Охрид како дестинација од тие аспекти. Ваквиот пристап ќе овозможи соодветно конципирање на иемприскиот дел на истражување во трудот преку креирање на соодветни алатки за анкетно истражување на туристи и локални чинители преку кои се идентификуваат потребите и очекувањата кои дигиталните алатки може да го подобрат туристичкото искуство. Со своето истражување Маја Пешликовска ќе ги искорист добиените резултати за да креира и предложи концепт за мобилна апликација која ќе овозможи интегрирано информирање, навигација и

промоција на турстичките ресурси во Охрид, придонесувајќи за унапредување на туристичкото искуство и дигитална трансформација на дестинацијата.

Од погоре констатираното сметаме дека научната оправданост на истражувањето во овој магистерски труд се однесува на збогатување на теоретските сознанија за значењето на дигиталните алатки во промоцијата на Охрид како атрактивна меѓународна туристичка дестинација, а практичната оправданост на темата е поврзана со примена на теоретските сознанија во практиката преку развивање и предлагање на конкретен концепт за дигитална алатка за промовирање на Охрид. На овој начин ќе се придонеси кон збогатување на научните сознанија за оваа проблематика кај поголем дел од засегнатите страни на туризмот не само во Охрид но и во национални рамки.

Истражувањето во овој магистерски труд е конципирано во неколку дела и тоа:

**Во првиот дел** се опфаќа методологијата на истражувањето, односно ќе се дефинираат предметот и целите на истражувањето, ќе се постават хипотезите на самото истражување, се дефинираат задачите и планот на самата магистерска работа. Исто така ќе се разгледуваат теоретските аспекти на туристичката атрактивност, дестинацискиот менаџмент, улогата на дигиталните алатки во туризмот, како и меѓународните искуства во нивната примена.

**Вториот дел** се фокусира на важноста на дигиталните алатки во туризмот, предвидена е анализа нивната структура и содржина со фокус на веб страници, социјални медиуми и мобилни апликации за туристичко искуство. Во овој дел ќе се направи посебен осврт на концептите паметен туризам и паметни дестинации.

**Третиот дел** се однесува на истражување и анализирање на туристичката понуда и моменталната атрактивност на Охрид. Акцентот ќе биде на анализата на досегашниот развој на туризмот во Охрид, неговото трансформирање како водечка дестинација во национални и регионални рамки. Во овој дел преку примена на SWOT анализа на Охрид како туристичка дестинација кандидатката има за цел да дојди до критички резултати врз основа на дефинирани параметрки за анализа на четирите аспекти преку примена на оваа метода.

Емпирискиот дел на истражувањето е во рамките на **четвртиот дел** на трудот. Се предвидува да се спроведи анкетно истражување на туристи и локални чинители преку кои се идентификуваат потребите и очекувањата кои дигиталните алатки може да го подобрат туристичкото искуство. Како резултат се предлага концепт за мобилна апликација која ќе овозможи интегрирано информирање, навигација и промоција на турстичките ресурси во Охрид, придонесувајќи за унапредување на туристичкото искуство и дигитална трансформација на дестинацијата.

Елаборирањето на можностите за подобрување на атрактивноста на Охрид преку дигитални алатки е тезата за **петиот дел** од магистерскиот труд. Според кандидатката резултатите од емпириското истражување треба да помогнат во мапирањето на сите видови туризам кои се застапени во Охрид и околината и какво е задоволството од туристите и локалните чинители од досегашната примена на дигиталните алтки во

промоција на Охрид. Понатаму, резултатите ќе се основа за предлози за дигитална трансформација на Охрид како туристичка дестинација и со конкретен предлог на содржински концепт за мобилна апликација со што ќе има значителен придонес во олеснувањето на престојот на туристите преку брз и лесен пристап на информации за настани, културни знаменитости, спортски и религиозни активности.

Во функција на добивање на резултати од теоретското и емпириското истражување, кандидатката ги има поставено следниве хипотези:

### **Главна хипотеза**

Воведувањето на мобилна апликација како алатка за паметен туризам во Охрид значително го подобрува туристичкото искуство и организацијата на слободното време на туристите и ги промовира сите културни, забавни, верски и спортски содржини

### **Споредни хипотези**

- Туристите во Охрид имаат потреба од дигитални алатки кои обезбедуваат интегрирани информации за атракција, настани, услуги и производи на едно место
- Примената на мобилна апликација ќе го олесни планирањето и навигацијата низ градот, со што ќе се зголеми задоволството на туристите.
- Воведувањето на дигитални и smart решенија придонесува за подобра промоција и конкурентност на Охрид како туристичка дестинација.
- Воведувањето на мобилната апликација ќе поттикне раст и развој на локалните бизниси

При истражување на проблемот, како и при формулирање и презентација за резултатите од истражувањето во магистерскиот труд ќе се користи комбинација од повеќе научни методи и техники. Во теоретскиот дел од трудот ќе се применат следните методи:

- **квалитативен и квантитативен метод** - метод со кој проблемот ќе се истражува преку квалитативен (описен) и квантитативен (нумерички, вредносен) пристап
- **метод на анализа и синтеза** - анализата на постоечките дигиталните алатки и смарт дестинации што подразбира согледување на потенцијалните можности за креирање на мобилна апликација за туризмот во Охрид
- **метод на моделирање** - Со примена на овој метод преку цртежи, графикони, слики, ќе се прикажат примери од постоечки дигитални алатки, туристички платформи како и пример скици како би изгледала апликацијата која е очекуван резултат од ова истражување

- **метод на анкетирање** - спроведување на анкетен прашалник на локално население и туристи

Покрај тоа ќе бидат земени и анализирани и податоци од Државниот завод за статистика на Р.С. Македонија, од Министерството за култура и туризам на Р.С. Македонија, од секторите за туризам и локален економски развој на општина Охрид податоци од туристичките агенции, како и расположливи информации од други институции.

### **3. Предлог тези**

#### **Содржина**

##### **ВОВЕД**

- 1.1. Дефинирање на проблемот и значењето на темата
- 1.2. Цели и задачи на истражувањето
- 1.3. Истражувачки прашања и хипотези
- 1.4. Методологија на истражување

##### **ГЛАВА I: Теоретско-методолошки основи**

- 2.1. Туристичката атрактивност како концепт за развој на дестинациите
- 2.2. Дестинациски менаџмент и конкурентност на туристичките дестинации
- 2.3. Дигитални алатки за промоција во туризмот: поим, видови и значење
- 2.4. Референтни примери од светот за примена на дигитални алатки со цел подобрување на туристичка атрактивност и конкурентност

##### **ГЛАВА II: Дигитални алатки и нивната примена во туризмот**

- 4.1. Веб-страници и дигитален маркетинг на дестинациите
- 4.2. Социјалните медиуми како средство за промоција и комуникација
- 4.3. Мобилни апликации за туристичко искуство
- 4.4. Паметен туризам и концептот „smart destinations“

##### **ГЛАВА III: Туристичка понуда и атрактивност на Охрид**

- 3.1. Анализа на развојот на туризмот во Охрид
- 3.2. Туристички ресурси и културно наследство
- 3.3. Состојба на туристичката инфраструктура и услуги
- 3.4. Сегашна атрактивност и пазарна позиционираност
- 3.5. SWOT анализа на Охрид како туристичка дестинација

##### **ГЛАВА IV: Анализа на примена на дигитални алатки во Охрид**

- 5.1. Состојба и иницијативи за дигитализација во туризмот
- 5.2. Емпириско истражување со туристи и локални чинители
- 5.3. Анализа на податоците и клучни наоди

#### 5.4. Предизвици за примена на дигитални алатки

### ГЛАВА V: Можности за подобрување на атрактивноста преку дигитални алатки

6.1. Предлог стратегија за дигитална трансформација на Охрид како туристичка дестинација преку мобилна апликација

6.2. Опис на мобилната апликација

6.3. Воведување и интеграција на мобилни апликации и “smart” решенија

6.4. Унапредување на дигиталниот маркетинг и брендирање

6.5. Очекувани ефекти и бенефит

## ЗАКЛУЧОК И ПРЕПОРАКИ

## КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

### 4. Очекувани резултати од истражувањето

Врз основа на претходно изложеното за подобноста на целокупниот научен придонес на овој магистерски труд, Комисијата смета дека добиените резултатите ќе овозможат да се согледаат можностите кои ги нуди концептот на smart дестинациите за развојот на туризмот во една не толку технолошки современа дестинација. Од истражувањето се очекува да се согледаат кои се предностите од воведувањето на концептот на паметен туризам и креирање паметна дигитална алатка за Охрид во однос на моменталната туристичка положба.

Емпириското истражување се очекува да помогне во мапирањето на сите видови туризам кои се застапени во Охрид и околината. Преку податоците собрани од анкетниот прашалник ќе се сумираат потребите и очекувањата на луѓето од една ваква апликација, односно ќе се посочи кои информации за патување се потребни (локации, транспорт, настани, угостителство и сл.). Се очекува дека испитаниците ќе истакнат дали дигиталните алатки им овозможуваат подобро планирање и искористување на времето во текот на престојот, без потреба од дополнително пребарување на повеќе извори што одзема повеќе време, и колкав е нивниот придонес во олеснувањето на престојот преку брз и лесен пристап на информации за настани од различен карактер.

Според заклучните согледувања, анализите, мерките и програмите кои ќе бидат прикажани во магистерскиот труд, Маја Пешликовска очекува дека овој труд ќе е од корист за сите заинтересирани и ќе предизвика не само интерес, туку и потреба за пишување научно - истражувачки трудови од овој или сличен вид.

## 5. Мислење и предлог на комисијата

Како членови на Комисијата утврдивме дека се работи за методолошки издржано поставена проблематика со примарни и секундарни истражувања и референтна литература, давајќи можност за научен и стручен придонес во сферата на развојот на туризмот во Република Македонија преку истражување на можностите за унапредување на атрактивноста преку примена на дигитални алатки за промоција на Охрид како студија на случај. Предложените тези од кандидатката Маја Пешликовска се подобни за изработка на магистерски труд.

Комисијата му предлага на Советот да го усвои Извештајот за подобност на темата за изработка на магистерски труд со наслов „ УНАПРЕДУВАЊЕ НА АТРАКТИВНОСТА НА ОХРИД КАКО ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА ПРЕКУ ПРИМЕНА НА ДИГИТАЛНИ АЛАТКИ ЗА ПРОМОЦИЈА”

Охрид, 19.09.2025

КОМИСИЈА

1. Проф. д-р Иванка Нестороска,с.р.
2. Проф. д-р Катерина Ангелевска-Најдеска,с.р.
3. Проф. д-р Михаил Ристески,с.р.