

# ЦЕНИТЕ КАКО ДЕТЕРМИНАНТИ НА КОНКУРЕНТСКА ПРЕДНОСТ НА ХОТЕЛСКИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА ВО ОХРИДСКО-СТРУШКИОТ РЕГИОН

## АПСТРАКТ

Хотелелската индустрија го претставува главниот и најзначајниот двигател за развојот на туристичкото стопанство. Оптималната искористеност на хотелските капацитети претставува значаен индикатор врз проценката на развојот на туристичкото стопанство.

Во хотелиерската развојна практика во Охридско-Струшкиот регион, клучното прашање како да се развива хотелската индустрија, се сведува на прашањето дали хотелските капацитети се доволно искористени, имено, како цените влијаат врз конкурентноста на оваа значајна дејност. Тргувајќи од оваа проблематика се наметна потреба од истражување на цените на хотелските производи и услуги, со цел да се посочи како во пракса цените можат да генерираат конкурентност на пазарот.

Истражувањето на тема: Цените како детерминанти на конкурентска предност, покажа дека цените во хотелските компании во регионот не детерминираат конкурентска предност, но, со добиените сознанија е предложена проекција, која ќе изнаоѓа адекватна апликација во хотелската практика, и истата ќе допринесе врз развојот на хотелиерството воопшто, а исто така и врз развојот на туризмот во Р. Македонија

**Клучни зборови:** Туризам, Туристички пазар, Хотелиерство, Цени, Конкурентска предност, Р. Македонија. Охридско-Струшки регион.

## PRICES AS DETERMINANTS OF COMPETITIVE ADVANTAGE TO HOTEL COMPANIES IN THE OHRID-STRUGA REGION

### ABSTRACT

Hotel industry represent the most important, basic and principal starter for progress in touristical economy. The optimal usage of hotels capacitance represent cardinal pointer against evaluation of touristic economy progress.

In hotel trade development experience of Ohrid-Struga region, vital question how to advance the hotel industry, is summar on the question are hotels capacitance enough advantage, in fact, how the prices impacts over rivaling in this important action. Head for this troubling is use to have need of research in prices of hotels fabrications and utilities, the point is to show how the prices can make competitive affinity of the trade in practice.

Topic of research: Prices like determinants in rivaling advantage, they demonstrate that the prices from hotel companies in this region are not determinating competitive advantage, but, with procured consciousness is proposed projection, they will redound to application in hotel trade practice, and the same application will redound to progress in hotel trade in general, also in advance in tourism trade in general on R.Macedonia.

**Key words:** Tourism, Tourism trade, Hotel trade, Prices, Competitive Advantage , R.Macedonia, Ohrid-Struga region.