

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

CHANGES AND THE CONCEPT OF LIFELONG LEARNING	13
PROF. LASTE SPASOVSKI PH.D	13
PROF. ROBERT DIMITROVSKI PH.D.....	13
ELEMENTS AND DIRECTIONS OF PROGRAM QUALITY MANAGEMENT HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTION.....	21
PROF. JOVE KEKENOVSKI PH.D	21
ECONOMY AND CHILDREN: SIX WAYS FOR MASTERING ECONOMIC KNOWLEDGE AT PRE-SCHOOL AGE.....	28
MARIA KAVDANSKA, PHD.....	28
KNOWLEDGE - CHANGES – KNOWLEDGE	33
PROF. ROBERT DIMITROVSKI PHD	33
EXOGENOUS DETERMINANTS FOR MF DEVELOPMENT IN THE R. OF MACEDONIA (Socio-economic Aspects)	41
NEBOJSA CVETANOVSKI, PH. D.....	41
CULTURE OF CHANGE FOR SUSTAINABILITY	46
PROF. ROBERT DIMITROVSKI PH.D.....	46
PROF. LASTE SPASOVSKI PH.D	46
МЕНАЏМЕНТОТ НА ЛАНЕЦОТ НА НАБАВКА ВО ЈАВНИТЕ ЗДРАВСТВЕНИ ИНСТИТУЦИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	55
IZET ZEQRIRI	
ARBRESHA FERATI.....	55
KENAN FERATI.....	55
CRIMES AGAINST HUMANITY AND INTERNATIONAL LAW	60
PROF. ALEKSANDAR DONCHEV PH.D.....	60
Shaban Saliu PhD.....	60
ПОСТАПКА ЗА СЛЕДЕЊЕ НА КОМУНИКАЦИЈЕ ЗА СЛЕДЕЊЕ И ГОНЕЊЕ НА СТОРИТЕЛИТЕ НА КРИВИЧНИ ДЕЛА	67
Проф. Д-Р Пивоваров Владимир	67
MANAGEMENT - PROCESS SUBJECT TO CONSTANT CHANGE	72
EMILIJ A PETROVA GORGIEVA PHD.....	72
SNEZANA MIRASCIEVA PHD	72
IRENA KITANOVA MSC	72
DIMENSIONS OF QUALITY IN TOURISM: A SMALL BUSINESS PERSPECTIVE.....	77
BRANKO NIKOLOVSKI, PHD.....	77
TATJANA DIMOSKA, PHD.....	77
SEARCH FOR VALUES AND TALENT IN ORGANIZATIONS STRIVING TOWARDS A KNOWLEDGE BASED ECONOMY-THE CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA	82
ANGELINA TANEVA-VESHOSKA	82
SLAVICA TRAJKOVSKA	82
LJUBOMIR DRAKULEVSKI.....	82
ALEKSANDRA JANESKA-ILIEV	82
PHILOSOPHY OF EDUCATION - REFLECTIONS ON HUMAN VALUES AS A FUNDAMENTAL ATTRIBUTE OF THE HUMAN EXISTENCE	88
PROF. DRAGOR ZAREVSKI, PH.D.....	88
THE RELEVANT FACTORS OF KNOWLEDGE MANAGEMENT IMPLEMENTATION ON THE TELECOMMUNICATION MARKET IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA	93
SANJA NIKOLIC PH.D.....	93
SRETEN MILADINOSKI PH.D	93
BEGINNINGS AND DEVELOPMENT OF THE TURKISH AND MACEDONIAN CHILDREN’S LITERATURE IN MACEDONIA	98

PROF. MAHMUT CELIK PH.D	98
PROF. VIOLETA DIMOVA PH.D	98
CHALLENGES OF ADOLESCENT LITERATURE TODAY	102
PROF. JOVANKA DENKOVA PH.D.....	102
PEDAGOGICAL ESSAY TO ACHIEVE COGNITIVE LEVELS IN PREPARATION OF SRTUDENTITE OF EDUCATIONAL PROGRAMS	107
GEORGI IVANOV PH.D.....	107
ANGELINA KALINOVA PH.D.....	107
SEMANTICS OF LIFE AND DEATH IN JORDAN RADICKOV'S "WE, THE SPARROWS".....	110
PROF. VIOLETA DIMOVA PH.D	110
ASSESSMENT OF THE EFFECTIVENESS OF SOCIAL PROGRAMMING	115
VENELIN TERZIEV, D.Sc., PH.D., ENG.	115
EKATERINA ARABSKA	115
APPROACHES FOR DEVELOPMENT POTENTIAL FOR LEARNING IN CHILDREN WITH INTELLECTUAL DISABILITY	126
PENKA SHAPKOVA- TANEVA PH.D.....	126
THE ROLE AND IMPORTANCE OF ASSESSING EMPLOYEE PERFORMANCE ON THE SUCCESS OF ORGANIZATIONS IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA	131
IRENA ASHTALKOSKA, PHD.....	131
SAVO ASHTALKOSKI, PHD	131
IMPACT OF THE ACTIVE AND PASSIVE MEASURES IN OVERCOMING UNEMPLOYMENT AMONG YOUNG GRADUATES IN CITY OF SKOPJE	138
PROF. BLAGOJA SPIRKOSKI PH.D	138
DANE JOSIFOVSKI	138
THE PREVENTION OF HIV/AIDS AND RISKY SEXUAL BEHAVIOR AMONG YOUNG PEOPLE – THE ROLE OF THE SCHOOL.....	143
RUMIANA BUDJEVA, PH.D.....	143
ISLAMIC RADICALISM AND EU – PREVENTIVE POLICY	149
ZLATKO KESKOVSKI PHD	149
IVICA JOSIFOVIC PHD.....	149
ISLAM IN GLOBAL, EUROPEAN, AND BALKAN CONTEXTS	153
VESELIN BOSAKOV, PH.D.....	153
CAPITAL MARKETS DEVELOPMENT AS AN EXOGENOUS DETERMINANT FOR MF DEVELOPMENT IN THE R. OF MACEDONIA.....	158
NEBOJSA CVETANOVSKI, PH. D.....	158
THE CHALLENGE OF THE GLOBAL WORLD – FROM PHILOSOPHY OF ANTHROPOCENTRISM TO PHILOSOPHY OF ECOCENTRISM.....	163
SNEZANA STAVREVA VESELINOVSKA PHD	163
SNEZANA MIRASCIEVA PHD	163
EMILIJA PETROVA GORGEVA PHD.....	163
EVALUATION OF TRAINING PROGRAMS AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF HUMAN RESOURCES.....	169
SILVANA JOVCHESKA, PH.D	169
УЧЕЊЕТО И САМОУЧЕЊЕТО КАКО НАСУШНА ПОТРЕБА.....	171
Проф. Д-Р ВЛАДО ВЕЛКОСКИ.....	171
ECONOMIC ZONES IN KOSOVO - PERFORMANCE AND ITS ROLE IN THE PROMOTION OF INVESTMENT.....	175
AGIM DERGUTI PH.D	175
THE IMPACT OF THE POLITICAL RISKS ON THE BUSINESS AND THE EVALUATION FROM THE EXPORT CREDIT AGENCIES	180
PROF. NADA PETRUSHEVA PH.D	180
COURT OF JUSTICE OF THE EUROPEAN UNION AND THE COMMON FOREIGN AND SECURITY POLICY	185
IVICA JOSIFOVIC, PH.D	185
ZLATKO KESKOSKI, PH.D	185

KNOWLEDGE AND COMPETENCE AS A BASIC SUBSTRATE OF MERITOCRACY SYSTEM IN STATE AUTHORITIES	191
DEJAN VITANSKI PH.D	191
MANAGEMENT CONTROL AS AN EFFECTIVE INSTRUMENT IN IMPELMENTATION OF THE SOCIAL PROGRAM AS A PRODUCT OF SOCIAL PROGRAMMING	196
VENELIN TERZIEV, D.SC., PH.D., ENG.	196
PROF. EVGENIY STOYANOV, PH.D.	196
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND EMPLOYEE SATISFACTION-CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA.....	208
GJYLNAIPE BEXHETI PH.D.....	208
MARKET POSITIONING IMPROVEMENT STRATEGIES.....	213
FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED TOURISM ENTERPRISES.....	213
BRANKO NIKOLOVSKI, PROF. PHD	213
TATJANA DIMOSKA, PHD.....	213
SOCIAL ACTIVITY OF HUMAN RESOURCES - A BASIS FOR EFFECTIVE SOCIAL POLICY	218
VENELIN TERZIEV, D.SC., PH.D., ENG.	218
PROF. SEVDALINA DIMITROVA, D.SC., PH.D.	218
EKATERINA ARABSKA	218
FOR SCIENTIFIC REFERENCES OF PSYCHOLOGICAL SCIENCE	224
PROF. MIROSLAV PENDAROSKI PHD	224
PROF. SONJA RIZOSKA JOVANOVSKA PHD	224
CASE STUDIES OF FREEDOM AS SELF-ANTITHESIS	229
MARIJA EMILIJA KUKUBAJSKA, PH.D	229
THE DUAL IDENTETY OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP: HOW MARKET ORIENTATION INFLUENCES THE SOCIAL MISSION	234
GORAN GOLUBOVSKI, PHD.....	234
SOCIOLOGICAL RESEARCH IN THE NEW MILLENNIUM.....	238
PROF. GORGI TONOVSKI PHD	238
PROF. TEMELKO RISTESKI PHD	238
THE ELDERLY AND THEIR PROPENSITY TO EMPLOYMENT IN THE CONTEXT OF KNOWLEDGE AND LIFELONG LEARNING	244
KAMELIA PETKOVA, PHD	244
NAMING SOFTWARE PRODUCTS FOR INSTITUTIONAL MARKETS.....	249
PROF. NINKO KOSTOVSKI, PHD	249
INNOVATING IN A TOURISM CONTEXT: OPERATIONAL LEVEL CHALLENGES.....	254
BRANKO NIKOLOVSKI, PHD.....	254
TATJANA DIMOSKA, PHD.....	254
THE IMPORTANCE OF RENE DESCARTES TO PHILOSOPHICAL ANTHROPOLOGY	259
TONY NAUNOVSKI PHD	259
VESNA BLAZHEVSKA MSc	259
PSYCHOLOGIST BETWEEN A KNOWLEDGE AND A HUMANITY	264
PROF. MIROSLAV PENDAROSKI, PHD	264
PROF. SONJA RIZOSKA JOVANOVSKA, PHD	264
CONTENTS OF LEADERSHIP AND LEADER FUNCTIONS IN A CONTEMPORARY BUSINESS CONDITIONS	268
PH.D MARKO JANKOVIĆ.....	268
PH.D VANCE BOJKOV	268
MSc. MAJA RANDJELOVIC	268
ENVIRONMENTAL POLICY OF OIL COMPANIES	272
M.Sc. MILAN VESELINOVIĆ	272
PH.D MARKO JANKOVIĆ.....	272
M.Sc. DEJAN DIMITRIJEVIĆ.....	272
DEPENDENCIES BETWEEN SOCIAL PROGRAMMING AS A BASIS OF REGULATING SOCIAL DEVELOPMENT AND THE CONCEPT OF CONTROLLING.....	277

VENELIN TERZIEV, D.SC., PH.D., ENG.	277
PROF. EVGENIY STOYANOV, PH.D.	277
DEVELOPMENT OF A RESOURCE CENTER TO SUPPORT THE SENIOR CITIZENS IN THE CITY OF ROUSSE, BULGARIA	294
PROF. TODORKA STEFANOVA.....	294
RUMYANA RADKOVA	294
NIKOLA SUBEV PHD	294
E-PORTFOLIO FOR CAREER DEVELOPMENT IN TECHNOLOGICAL EDUCATION ..	297
PHD EMILIA TOSHEVA	297
MODELS OF BANKINSURANCE	299
AS A DISTRIBUTION CHANNEL IN INSURANCE INDUSTRY	299
STEVCHO MECHESKI, PHD.....	299
IRINA JOLDESKA, MSc.....	299
DEVELOPMENT OF INTERPRETATION OF DEPENDANCE BETWEEN THE DIMENSIONS OF HUMAN BEINGS WITH OBJECTS AND SPACE SURROUNDING	304
PROF. VANGEL DUNOVSKI PH.D	304
FACTOR STRUCTURE OF TECHNICAL AND TACTICAL ACTIONS OF THE BRASIL WINNING NATIONAL TEAM AT THE WORLD CHAMPIONSHIP IN FUTSAL, THAILAND 2012	309
PROF. ALEKSANDAR POPOVSKI, PHD	309
GORAN KIROV MSc.....	309
NONVERBAL COMMUNICATION IN SPORT.....	314
MARIA VAKRILOVA BECHEVA PHD, RADOGLAVA KATZARSKA, NINA BELCHEVA, PENKA KRUCHKOVA, GERGAN PAVLOVA	314
SUSTAINABLE FEATURES OF BUILDING MATERIALS OF TRADITIONAL OHRID HOUSE	318
RADMILA TOMOVSKA MSc	318
ENIS JAKUPI PHD	318
RECESIONI DHE VËSHITIRSIË NË EKONOMINË GLOBALE	322
PROF. BAKI KOLECI PHD	322
VIOLETA KOLECI PHD	322
MSc. REDON KOLECI.....	322
USE OF THE FIBRINOLYSIS (STREPTOKINASE) ON LYSSES OF THE MOBILE THROMBUS OF THE RIGHT ATRIUM. CASE REPORT	327
DR.FATMIR FERATI.....	327
DR.ANIDA FERATI.....	327
FREE MOVEMENT AND MOBILITY OF PUBLIC SERVANTS WITHIN THE EU	331
DEJAN VITANSKI PHD.....	331
GOCE VELESKI.....	331
MODERN MANAGEMENT STRATEGIES FOR SCHOOLS	336
RUMYANA GYOREVA PHD.....	336
THE TRAINING OF MEDICAL WORKERS IN ORDER TO PROVIDE SAFE HANDLING AND WASTE DISPOSAL	341
MR OLIVER DIMITRIJEVIĆ	341
MR MIODRAG ŠMELCEROVIĆ	341
MASTER MARIJANA ŠMELCEROVIĆ.....	341
MASTER JELENA MITIĆ.....	341
LIFELONG LEARNING	344
AND THE ROLE OF THE UNIVERSITIES.....	344
LILJANA PUSHOVA, MSc.....	344
PERSPECTIVES ON SPILLOVER EFFECTS TO CHINESE INDUSTRIES FROM FDI	349
M.Sc. DANIELA CVETANOVSKA.....	349
EUROPEAN MONETARY UNION AND OPTIMAL CURRENCY AREA	355
NOVAK LUCIC, MSc	355
ТРОШОЦИТЕ ВО ФУНКЦИЈА НА ЕКОНОМСКАТА ЕФИКАСНОСТ	365

М-Р СЛОБОДАНКА КОЖУХАРОВА.....	365
ТОДОР КОЖУХАРОВ.....	365
ECONOMIC CRIMINALITY.....	369
MSC PAKIZATUFEKDJI	369
HEALTH SYSTEM MANAGEMENT	373
MARIJA AVRAMOSKA MSc.....	373
LEADERSHIP COMPETENCIES AS A FACTOR FOR IMPROVING EMPLOYEES PERFORMANCE	376
LAZAR MIGULOVSKI MSc	376
TEACHER'S ROLE IN HYBRID INSTRUCTION	379
ANKAVESELINOVA, MA.....	379
NEVENARISTOVA, MSc.....	379
CREATION OF AN INTERACTIVE LEARNING ENVIRONMENT INTO THE TECHNOLOGY EDUCATION	383
ELITSA MOZURSKA, MSc	383
FUNCTIONAL INTERACTION IN CITIZEN'S ELATION-INSTITUCIONS – DIGITAL COMMUNICATION CHALLENGE	387
MSC LULZIM SHABANI	387
СИСТЕМОТ НА НАЦИОНАЛНИ СМЕТКИ И СМЕТКОВОДСТВОТО	392
М-Р СЛОБОДАНКА КОЖУХАРОВА.....	392
ТОДОР КОЖУХАРОВ.....	392
THE KEY ROLE OF EDUCATION AND ENTREPRENEURSHIP IN THE EUROPE 2020 STRATEGY – THE CASE OF REPUBLIC OF MACEDONIA	398
LILJANA PUSHOVA MSc	398
DEJAN DIMITRIJEVIC MSc	398
CORPORATE AND RISK MANAGEMENT	404
MAJA PEHCEVSKA MSc.....	404
IMPACT OF FUNDS FOR PUBLIC INFORMATION	408
MA- KUJTIM KASAMI	408
STORY INTERPRETATION AND ITS INFLUENCE TO CHILD IN EARLY SCHOOL.....	413
ASS.M-R IRENA KITANOVA.....	413
THE ORGANIZATIONAL CULTURE AS A KEY ELEMENT	416
FOR SUCCESSFUL KNOWLEDGE MANAGEMENT	416
LILJANA PUSHOVA, MSc.....	416
ENTREPRENEURIAL SCHOOL MANAGEMENT- CHALLENGES AND DILEMAS	421
MSC ANDRIJANA MIGULOVSKA	421
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.....	424
LAZE JAKIMOSKI MSc.	424
LILJANA JONOSKI MSc.	424
TERM LITERARITY AND ESTRANGEMENT IN THE PROCESS OF TRANSLATION....	427
VESNA MILEVSKA MSc	427
ПРИМЕНА НА ПОПОВИ КАРТИ ВО НАСТАВАТА ПО МАКЕДОНСКИ ЈАЗИК – ПИСАТЕЛОТ ДАНИ РОДАРИ КАКО МЕТОДИЧАР.....	431
РИСТЕВСКИ РОБЕРТ	431
IMPACT OF ELECTRONIC GOVERNANCE TO FIGHT CORRUPTION	435
MSC LULZIM SHABANI	435
VALIDATION OF KNOWLEDGE, SKILLS AND COMPETENCIES IN BULGARIA WITHIN THE PROJECT PROJECT "NEW OPPORTUNITY FOR MY FUTURE"	440
BORYANA DIMITROVA MSc	440
THE PRINCIPLES AND STATISTICAL METHODS FOR THE EVALUATION OF MATHEMATICAL KNOWLEDGE, ILLUSTRATED BY THE EXAMPLE OF SENIOR GRADES OF ELEMENTARY SCHOOL STARI GRAD, BELGRADE	444

MSC ALEKSANDRA PENJISEVIC	444
INTEGRATION OF THE COGNITIVE AND COMMUNICATIVE ASPECT IN DEVELOPING THE SKILL OF READING IN THE ENGLISH LANGUAGE.....	449
MARIJA DULEVSKA MSc	449
MENTORSHIP IN THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT	452
SINOLICHKA SABOTKOVSKA	452
JASMINKA MIRCHESKA.....	452
QUALITY EDUCATION	456
KAROLINA NIKOLOSKA MSc.....	456
BILJANA ANGELEVSKA.....	456
EDUCATION FOR THE FUTURE.....	460
KUKUNOSKI ANA	460
NAUMOSKA KATERINA.....	460
KRNCHESKA SOFIJA.....	460
TROMPEŠKA BILJANA	460
BUDGET MANAGEMENT IN PRIMARY SCHOOLS.....	463
TONI DIMOV MSc	463
MARINA STOJCEVSKA.....	463
POSITIVE SCHOOL CLIMATE AND EFFECTIVE SCHOOL TEAMS AS BASIS FOR PROJECT BASED LEARNING	468
LILJANA KOSTOVSKA	468
SLAVJANKA HRISTOVA.....	468
ZORICA DINEVSKA, MSc,	468
CHARACTERISTICS AND STRATEGIES OF A GOOD MENTOR.....	471
RISTEVSKI ROBERT	471
SPEECH DEVELOPMENT IN CHILDREN WITH VISIBLE DAMAGE.....	476
ANDRIJANA ŠOKLAROVSKA	476
LIDIJA SUNDA ŠOKLAROVSKA.....	476
OLIVERA ILIEVSKA	476
SLAVICA KOSTEVSKA.....	476
FEEDBACK FROM VISITED TEACHING LESSON IN FUNCTION TO MOTIVATE THE TEACHERS.....	482
ANETA NIKOLOVSKA	482
DUNAVKA KOSTREVSKA	482
NIKOLCE ČIUNOVSKI	482
ALEKSANDAR SEKIRSKI.....	482
IMPLEMENTAION OF PUBLIC RELATIONS EFFECTIVE STRATEGIES REGARDING THE CREATION OF BUSINESS POLICY IN EDUCATIONAL INSTITUTIONS	484
EMILIJA ANGELOVA.....	484
INFORMAL LANGUAGE USE WHILE CHATTING VIA THE SOCIAL NETWORK FACEBOOK.....	487
JANA STANOESKA	487
THE ECONOMIC CRIME IN REPUBLIC OF MACEDONIA IN THE TRANSITION	491
MARTINA NEDELKOVSKA.....	491
DEJAN DIMITRIJEVIĆ MSc	491
OBTAINING ALUM RECYCLING WASTE WHICH CONTAIN ALUMINIUM.....	494
FILIP JOVANOVSKI	494
PROF. BLAGICA ČEKOVA PHD	494
VIKTORIJA BEZHOVSKA.....	494
SOME CHARACTERISTICS OF THE POLITICAL SYSTEM OF REPUBLIC OF SERBIA.....	497
MARTIN NEDELKOVSKI	497
IMPORTANCE OF FOOD IN RELATION TO BLOOD CHOLESTEROL	503
TRIFUNOVA LJUBICA	503
ANTIBACTERIAL CREAM FOR TREATMENT OF ACNE.....	508
VIKTORIJA BEZHOVSKA.....	508

PROF. BLAGICA CEKOVA PHD	508
FILIP JOVANOVSKI	508
USAGE OF UNIDROIT PRINCIPLES ON INTERNATIONAL TRADE CONTRACTS.....	513
DIMITAR CEKOV	513
BUILDING CONFIDENCE IN DISPERSED MULTI-FUNCTIONAL	517
TELECOMMUNICATIONS TEAMS.....	517
BALESKI NIKOLA	517
HAZARD GAMES.....	522
ANETA POPOSKA	522
ALCOHOLISM.....	527
DIJANA DEJANOSKA	527
KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE PHYSICAL SECURITY OF FACILITIES.....	529
TRAJKOVSKA DANIELA	529

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 создаат 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 Deming¹⁰⁰, Ishikawa¹⁰¹, Feigenbaum¹⁰², Juran¹⁰³, и Crosby¹⁰⁴ (1994, 1984, 1979), како и други автори кои имаат дадено значителен придонес во развојот и имплементацијата на менаџментот на квалитетот. Според Juran¹⁰⁵, квалитетот претставува “нешто соодветно (што одговара) за барана потреба”. Crosby¹⁰⁶ дава слична дефиниција “квалитетот е нешто што одговара на барањата”. Според Deming¹⁰⁷, “квалитетот треба да биде целна мета дефинирана со потребите на потрошувачот, сегашни и идни”. Feigenbaum¹⁰⁸ 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 иницијативите¹⁰⁹, стратешки менаџмент на квалитетот¹¹⁰, Total quality management¹¹¹, 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. Кобашиќ¹¹² 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 (занаетчиски сувенири, услуги на патничките агенции и бироа, угостителски услуги и сл.). Baki¹¹³ 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).

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

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

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

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

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

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

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

¹⁰⁷Ibid, p. 5

¹⁰⁸A. V. Feigenbaum, *Total Quality Control*, 3rd (40th Anniversary) Ed. Rev., McGraw-Hill, New York, 1991, p. 7

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

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

¹¹¹A. 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

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

¹¹³O. 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. Kotler¹¹⁴ во својата дефиниција опфаќа физички предмети, услуги, кадар, дистрибуција, организација и идеи. Според Ch. Gronoors¹¹⁵ “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_i = парцијални производи од нематеријален облик;

Според тоа, угостителскиот производ се состои од парцијални делови од материјален и нематеријален облик. По аналогија, 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_i = интегрален угостителски производ;

УГПП_m = парцијален угостителски производ од материјален облик (храна, пијалок);

УГПП_i = угостителска услуга како нематеријален парцијален елемент (услуга на келнерот, рецепционерот и сл.)

УГПКП_i = 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 нетраспортибилност како и симултаност на производството и продажбата. Овие карактеристики му

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

¹¹⁵ 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; оловување со насмевка; мелодичност на говорот; убаво однесување и тактичност; оловување 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, угодност. 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, конфор; 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 Galllear¹¹⁶, 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

¹¹⁶ 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. Одтука, менаџерите кои што 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 создаат 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, 3rd (40th Anniversary) Ed. Rev., McGraw-Hill, New York, 1991
- [5] A.V. Feigenbaum, Total Quality Control, 3rd (40th 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, 5th ed., McGraw-Hill, New York, 1998
- [9] J. M. Juran, A History of Managing for Quality, Irwin Professional Publishing, 1st 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, 1st ed., McGraw-Hill, New York, 1995
- [15] Ph. Kotler, K. L. Keller, Marketing Management, 15th Ed., Prentice Hall, 2015
- [16] W. E. Deming, Out of the Crisis, The MIT Press, Cambridge, Masachussets, 2000