



ФОНД
НАУЧНИ
ИЗСЛЕДВАНИЯ

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

25 години

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ
Юбилейна международна научна конференция БЪЛГАРИЯ НА РЕГИОНИТЕ

Перспективи за устойчиво регионално развитие

27-28 октомври 2017 г., Пловдив, България



25 years

UNIVERSITY OF AGRIBUSINESS AND RURAL DEVELOPMENT
Jubilee International Scientific Conference BULGARIA OF REGIONS

Sustainable Regional Development Perspectives

27-28 October 2017, Plovdiv, Bulgaria

<http://regions.uard.bg>

Comparative Analysis of Tourism Law and Policy in Macedonia and Bulgaria

Dejan Metodieski¹, Jasmina Andreeva², Biljana Conevska¹

¹Goce Delchev University in Shtip – Macedonia

²St. Kliment Ohridski University of Sofia - Bulgaria

Abstract: Tourism represents a modern history of success, clearly expressed through constant economic growth, especially over the last sixty years. For the different countries, tourism has significant social and economic benefits, and the tourism legislation and policy created by the different countries are one of the main factors for the existence and development of tourism-related activities. The subject of this study is tourism law and politics presented through the prism of tourism laws in Bulgaria and Macedonia. Criteria used in selecting these two countries are: membership of the European Union and the maritime border of Bulgaria on the one hand, and the continental territory and the application for membership of the European Union of Macedonia on the other. In the present study, basic data are provided for both countries, such as: population, number of international tourists, the Tourism Act, and the availability of a National Tourism Organization. The government authorities responsible for tourism, national tourism development strategies and tourism legislation were used to make a comparative analysis of both countries. For

the purposes of the survey, study methodology and secondary data sources were used through consideration of the applicable laws on tourism in both countries. A review of tourism laws has been made, based on a systematic assessment of their content. The final observations relate to the structure, differences and similarities of tourism laws and how the legislation sets out the prospects and trends for tourism development in Bulgaria and Macedonia.

Keywords: tourism legislation, tourism policy, Macedonia, Bulgaria.

Сравнителен анализ на туристическото право и политика в Македония и България

Деян Методиески¹, Ясмина Андреева², Биляна Цоневска¹

¹Университет „Гоце Делчев“, Шип, Македония

²Университет „Св. Климент Охридски“, София, България

Резюме: Туризмът представлява една съвременна история на успеха, ясно изразена чрез постоянния икономически растеж, особено през последните шестдесет години. За различните страни туризмът носи значителни социални и икономически ползи, а туристическото законодателство и политика, които създават различните държави, са един от основните фактори за съществуването и развитието на дейностите, свързани с туризма. Предмет на това изследване са туристическото право и политика, представени през призмата на законите за туризъм в България и Македония. Критерии, които се използват при избора на тези две страни, са: членството в Европейския съюз и морската граница на България, от една страна, и континенталната територия и кандидатурата за членство в Европейския съюз на Македония, от друга страна. В настоящото изследване са дадени основни данни за двете страни, като например: население, брой на международните туристи, Закон за туризма и наличието на Национална туристическа организация. Таблично показаните правителствени органи, отговорни за туризма, националните стратегии за развитие на туризма, както и законодателството, свързано с туризма, са използвани, за да се направи сравнителен анализ на двете страни. За нуждите на изследването е използвана методология на изследване и вторични източници на данни чрез разглеждане на действащите закони за туризъм в двете страни. Направен е преглед на законите за туризъм въз основа на системна оценка на съдържанието им. Заключениеите наблюдения се отнасят до структурата, разликите и приликите на законите за туризъм и как законодателството определя перспективите и насоките за развитие на туризма в България и Македония.

Ключови думи: туристическо законодателство, туристическа политика, Македония, България.

Увод

Според Световната туристическа организация към ООН (UNWTO 2017), туристическите пътувания през 2016 г. на международно ниво са достигнали цифрата от 1.235 млн. Туристическото потребление възлиза на 1.235 милиарда щатски долара, а туристическата индустрия участва с 10% в световния брутен вътрешен продукт. Всеки десети служител в света работи в този сектор. Туризмът ще запази постоянно и положително ниво на развитие от последните 60 години и през следващия период. Прогнозите се движат в полза на европейския континент, в който се намират Македония и България, а в годините, които следват, той ще държи примата на световния туристически пазар и ще бъде основен източник на туристическа оферта, търсене и движение на международни туристи.

Табела 1. Основни туристически данни за Македония и България

Данни	Македония	България
Жители (000)	2,054	7,517
Площ во км ² (000)	25,713	110,994
Плански региони (NUTS)	8	6
Обекти в Листа на световното наследство на ЮНЕСКО	1	9
Чуждестранни туристи (000) во 2016	510	8,252
ДДС за туризам в %	5	9
Туристическа такса (Euro)	0,66	0,10-1,53
Легла в обектите за настанаване	73,168	328,264
Туристически агенции, туристически агенти и туроператори	596	3,942
Национален авио превозвач	/	България Ер

Източник: UNWTO Tourism highlights, издание 2017. Мадрид: UNWTO; Списък на световното наследство на ЮНЕСКО; www.nsi.bg; www.stat.gov.mk; Министерство на икономиката - Регистър на туристическите агенции в Македония; Национален туристически регистър - Регистър на регистрирани туроператори и туристически агенти.

В табл. 1 са представени няколко основни туристически данни за Македония и България. Там можем да забележим, че според броя на жителите и площ на територията България е около четири пъти по-голяма от Македония. Според данните за патуванията на международни туристи и тяхното посещение на двете страни, България бележи 16 пъти по-голяма посещаемост на туристи, за разлика от Македония. Тази цифра се дължи на факта, че България има излаз на море и като такава има широко развит морски туризъм през летния сезон в няколко туристически места като: Златни пясъци, Албена, Слънчев бряг и др. През зимата в България на разположение на туристите стоят модерни и инфраструктурно добре оборудвани ски курорти като: Пампорово, Боровец, Банско и др. В Македония най-големият брой международни туристи посещават дестинациите Охрид и Скопие по време на летния сезон. Няколкото ски курорти като Маврово, Попова шапка и Пониква все още не са на задоволителното ниво да приемат голям брой посетители. Броят на обекти, включени в Световното културно наследство на ЮНЕСКО, в световен мащаб възлиза на 1052, от които

814 културни, 203 природни и 35 комбинирани, които се намират на териториите на 165 страни. В България са разположени 9 такива съоръжения (Боянска църква, Мадарски конник, Скални църкви в Иваново, Тракийска гробница в град Казанлък, Античен град Несебър, Национален парк Пирин, Рилски манастир, Сребърна - природен резерват, както и тракийската гробница в Свещари). Само един такъв се намира в Македония - природно и културно наследство на Охридския регион, установен през 1979 г.

Данните, които се отнасят до данъка върху добавената стойност (ДДС) за туризъм, показват, че България има ДДС, който е свързан с туристическите услуги от 9%, а в Македония има по-нисък ДДС, който възлиза на 5%. По отношение на таксата за престой или туристическата такса в Македония тя е фиксирана, а в България варира в зависимост от общините и регионите, в които се събира. Капацитетът на леглата в местата за настаняване в Македония е около четири пъти по-малък от капацитета в България. Броят на туристическите агенции също е шест пъти по-малък в Македония, в сравнение с броя на туристическите агенции в България. Като критерий в сравнителния анализ се разглежда и наличието на национален въздушен превозвач. Това е поради факта, че 55% от международните туристи използват въздушен транспорт по време на пътуването. От този аспект България има национална авиокомпания, което влияе положително върху туризма, докато в Македония такава липсва.

Теоретична и методологична рамка на изследванията

Редица държави насърчават развитието на международен туризъм чрез преки и непреки форми на подкрепа. На национално ниво развитието на международния туризъм влиза в обхвата на работа на министерствата и държавните агенции по туризъм. Като цяло тези институции се занимават с извършване на дейности относно: контрол и регулиране на туристическата дейност чрез законите за туризъм, събиране на информация за сферата на туризма, подготвяне национална стратегия за развитие на туризма, както и национална туристическа реклама и др. Националните туристически организации съществуват в повече от 100 държави. Световната организация по туризъм преработи бюджета на 109 такива организации и определени агенции и техните дъщерни дружества, както следва (Jeffries 2001): а) Национална агенция по туризъм се определя като: централно административно тяло с административна отговорност за туризма от най-високо ниво, т.е. централен управляващ орган с правомощия за пряка намеса в туристическия сектор; и всички административни държавни органи, които имат правомощия да се намесват в туристическия сектор. б) други правителствени или административни органи от по-нисък ранг. Пример е Националната туристическа организация, която се определя като: автономен орган от държавен, полуобществен или частен статут, установен или признат от държавата като орган с компетентност на национално равнище за насърчаване, а в някои случаи и маркетинг на туризма. Терминът "туристическа политика" означава съзнателната дейност на държавата, т.е. обществото в областта на туризма. Основната задача на тази политика е да се вземат мерки и действия, с които максимално ще се активират факторите за развитие на туризма с цел увеличаване туристическия оборот и потребление, както и да подобряване тяхната структура и качество (Ацковска et al 2017). По-конкретно,

туристическата политика изпълнява следните функции (Goeldner & Ritchie 2009): определя правилата на играта - условията, при които туристическите фирми трябва да функционират; определя дейностите и поведението, които са приемливи за посетителите; предоставя обща цел за всички заинтересовани страни в местоназначението; улеснява постигането на консенсус по конкретни стратегии и цели за дадена дестинация; предоставя рамка за публични/частни дискусии относно ролята и приноса на туристическия сектор за икономиката и обществото като цяло; и позволява по-ефективно свързване на туризма с други сектори на икономиката. Туристическата политика има преки и непреки носители или изпълнители. Преки носители и извършители на туристическата политика са (Ацковска et al 2017): представителните органи на властта на всички нива (събрания, отделните съвети, комисии и т.н.); и изпълнителните органи на управлението (правителството) на всички нива (секретариати, министерства на туризма, комитети за туризма, основни дирекции на хотелиерството и туризма на национално, регионално, общинско, градско и подобно ниво). Непреки носители и изпълнители на туристическа политика са: специални органи извън държавната администрация (камари на общините и специални бизнес асоциации); социални организации в областта на туризма и ресторантьорството (туристически съюзи на всички нива, туристически бюра); местните общности и други икономически и неикономически организации в областта на туристическата индустрия, които пряко или непряко участват в посрещането на туристическите потребности. За реализирането на поставените цели на туристическата политика се прилагат различни мерки (инструменти, средства). Като цяло всички инструменти на туристическата политика могат да бъдат разделени в четири групи (Ацковска et al 2017): правни разпоредби в които влизат: конституционни разпоредби, закони, забрани, разрешения, решенията, наредбите и други подобни; административни инструменти, където попадат: данъци, мита, такси, вноски, публичните заеми и други публични приходи и субсидиите (компенсациите, даренията, премии, гаранциите и т.н.); икономически инструменти, включващи предимно: планове, програми, решения, средства, заеми, облигации, пари, курсове, ценни книжа и други подобни; и договори и споразумения. Целта на настоящото изследване е да се направи сравнителен анализ и преглед на законодателството и политиката в областта на туризма в Македония и България. За нуждите на изследването са използвани вторични източници на данни от съответната литература в областта на правото и политиката в областта на туризма, както и данни от интернет. Прегледът на литературата показва, че има повече автори в международни рамки, които се занимават с правото в областта на туризма или туристическото право и вече са публикували професионална литература от тази област (Wilks & Page 2003; Barth & Hayes 2006; Cournoyer, Marshall & Morris 2008; Singh 2008; Abeyratne 2010). Също така, в Македония (Крлески 1995; Крстаноски 2005; Крстаноски 2010) и в България (Шишков 2000; Цанков 2009; Торманов 2012) има автори, които изследват въпроси, свързани с туристическото право. Въпреки факта, че в малка част от настоящото изследване е ползвано сравнителното право, не може да остане незабелязано, че обемът на този вид изследвания е голям (Gutteridge 1946; Cruz 1999; Reimann & Zimmermann 2008; Smits 2012; Clark 2012; Mathias 2014). От друга страна, забелязва се липса на изследвания, свързани с туристическото право. Използван е интернет и са

събрани материали като стратегии за развитие на туризма и закони за туризма, които се анализират в изследването. Използван е сравнително-правния метод. Анализ на съдържанието (Hall & Valentin 2005) е изследователски метод, който се използва за систематична оценка на съдържанието на предмета на изследване, който в нашия случай са съдържанието на законите за туризма и туристическите политики на Македония и България.

Туристическа политика, национални стратегии за развитие на туризма и закони за туризма в Македония и България

Като отрасъл на икономиката, туризмът в двете държави попада в компетенциите на различни министерства. В България като развита туристическа страна има отделно министерство на туризма. Туризмът в Македония се управлява от сектор "Туризм и ресторантьорство" към Министерството на икономиката.

Табела 2. Държавни органи, отговорни за развитието на туристическата политика в Македония и България

	Правителствени органи отговорни за провеждане на туристическата политика (официална уеб страница)	Национална туристическа организация (НТО)/агенция (официална уеб страница)	НТО Годишен маркетинг бюджет (Euro 000)
Македония	Министерство за икономика, Сектор за туризм и ресторантьорство (economy.gov.mk)	Агенция за промоция и подкрепа на туризма в Македония (tourismmacedonia.gov.mk)	1.032
България	Министерство на туризма (tourism.government.bg)	Туристическа организация на България (bulgariatravel.org)	6.684

Източник: Официалните уеб страници на институциите

Отбелязваме, че и двете страни са създали органи за насърчаване на туризма. В България това е Туристическата организация на България, а в Македония, тази роля има Държавната агенция за насърчаване и подкрепа на туризма. Тези органи имат изработени официални уеб страници, а също изпълняват функция, свързана с осъществяване на туристическия потенциал на съответната страна на международно ниво чрез рекламни кампании, панаири, печатни, аудио и видео рекламни материали. Националната туристическа организация на България разполага с годишен бюджет за маркетинг, който възлиза на малко повече от 6,6 милиона евро, а Агенцията за насърчаване и поддръжка на туризма в Македония има значително по-малък годишен бюджет от малко над един милион евро. Един от инструментите на туристическата политика е разработването на стратегии за развитие на туризма. За управление на развитието на отделни предприятия, стопански отрасли или сектори на национално, регионално и дестинациско ниво, често се изработват специални програми и решения за развитие, които се наричат стратегии (Будиноски 2010). Терминът "стратегия" се използва от древни времена във връзка с познанията на военните лидери. Този термин през

последните четиридесет години навлиза и в икономиката, а по-специално в туризма и гостоприемството. Днес изработване на стратегия е повече от препоръчително и включва система от управленски решения, които определят перспективите за развитие, сферите, формите и начините на нейното действие, разпределението на ресурсите за постигане на определени цели и др. В таб. 3. е направен преглед на стратегиите за развитие на туризма в България и Македония, от които можем да отбележим, че двете страни имат изработени и приети Национални стратегии за развитие на туризма, където се подчертават определени видове туризъм и техният потенциал за развитие. Тези стратегии обикновено се правят за период от няколко години.

Табела 3. Преглед на националните стратегии за развитие на туризъма и видовете туризъм в Македония и България

	Национална стратегия за развитие на туризма	Видове туризъм, включени в стратегията за развитие на туризма
Македония	Национална стратегия за туризъм на Република Македония 2016–2020	Езерен туризъм; Урбан туризъм; Планински туризъм; Спа туризъм; Винен туризъм; Национални паркове; Културен туризъм
България	Стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014–2030	Морски туризъм; Планински и ски туризъм; Спа и уелнес туризъм; Културен туризъм; Екотуризм; Винен туризъм; Голф туризъм; Събитиен туризъм; Ловен туризъм

Източник: Националните стратегии за развитие на туризма на Македония и България

Двете стратегии включват мисията и визията за нивото и развитието на туризма в бъдеще. Стратегиите се разработват от министерства и експерти в областта на туризма, образованието и НПО. Стратегията за развитие на туризма в Македония е разработена през 2016 г., а стратегията за развитие на туризма в България е по-дългосрочна - до 2030 г. Общите видове туризъм, включени в двете стратегии, са: планински туризъм, спа туризъм, културен туризъм и винен туризъм. Трябва да се отбележи, че Македония и България до 1991 г. са държави със социалистическа система и след този етап двете страни променят своята система и туристическите закони според своя удобен модел и в съответствие с нивото на дейностите, туризъма и неговото развитие. В България има Закон за туризма, а в Македония законът е свързан с туристически услуги или туризъм. Освен това в Македония съществуват допълнителни закони, свързани с туризма, като: Закон за рестораньорска дейност 62/2004; Закон за създаване на Агенция за насърчаване и подкрепа на туризма на Република Македония 103/2008; Закон за такса за временно пребиваване 19/1996 г.; Закон за зоните за развитие на туризма 141/2012; Закон за авто къмпингите 13/2013.

Табела 4. Общ преглед на туристическите закони в Македония и България

Закон	за	Съдържание на Закона за туризъм и глави от него
-------	----	---

	туризъм	
Македония	Закон за туристическа дейност. Държавен вестник на Република Македония №62/2004	Основни разпоредби; II Изпълнители на туристическа дейност; III Условия и начин на извършване на туристическа дейност; IV Надзор; V наказателните разпоредби; VI Преходни и Заключителни разпоредби (общо 80 члена)
България	Закон за туризъм. Държавен вестник на Република България №30/2013	Основни разпоредби; II Държавна политика и органи за управление на туризма; III туристически райони; IV туристически асоциации; V туристически информационни центрове. Национална мрежа от туристически информационни центрове; VI Финансова помощ за развитието на туризма; VII Туроператорска и туристическа агентска дейност; VIII Хотел и ресторант; IX Условия и ред за предоставяне на спа и уелнес услуги. Сертифициране на медицински спа, спа, уелнес и таласотерапевтични центрове; X Представяне на документи по електронен път; XI Издаване на дубликати на удостоверения и сертификати; XII туристически водачи, планински водачи и ски инструктори; XIII Ски писти. Видове. Употреба, поддръжка и сигурност. Туристически услуги. 14 Плажове. Видове. Използване и сигурност; 15 Национален туристически регистър. Единна система за туристическа информация; XVI надзор; XVII Наказателни разпоредби; XVIII Преходни и заключителни разпоредби (общо 231 членове)

Източник: Закони за туризъм в Македония и България

Таб. 4 показва, че България има закон за туризма, а в Македония законът е свързан с туристическите услуги и дейности. Законът за туризма на България е обширен и съдържа 18 глави и 231 члена, а Законът за туризма в Македония е по-малък, като се съдържа от шест глави и 40 члена. И в двете държави освен законите за туризма съществуват редица правила, свързани с регулирането на туризма. Направените изследвания показват, че споменатите закони в двете страни са изменени няколко пъти от тяхното приемане. Това говори, че държавите се грижат не само за вземане, но и за преразглеждане на предложените законодателни решения, както и за евентуални изменения в туристическите закони в посока на подобряване не само на регламента в областта, но и задоволяване на интересите и нуждите на всички заинтересовани страни.

Заключение

В настоящия труд е направен преглед на туристическото право и политика в Македония и България, която се проявява чрез работата на съответните органи - министерства, в чийто домейн попада развитието на туризма, създаването на национални туристически организации и агенции, изработване на Национална стратегия за развитие на туризма и законите

свързани с туризма. Македония и България имат добри природни и антропогенни ресурси за развитие на туризма и следват съвременните тенденции на международния пазар. За да бъде туризмът устойчив в бъдеще, е от жизненоважно значение да бъдат създадени ефективни политики и законодателство. Тези, които създават политиката и изработват стратегиите, както и всички заинтересовани страни в областта на туризма, трябва да са в състояние да идентифицират новите тенденции в сферата и да предложат подходящи мерки, които ще доведат до създаването на по-качествени туристически продукти. Изследването е извършено с помощта на сравнителния метод и показва, че сериозно внимание се отделя на туризма както в Македония, така и в България. Тази констатация се потвърждава от факта, че и в двете страни, които са обект на изследване, съществуват подходящи държавни институции, в които е представен туристическия сектор и чрез своите министерства пряко участват в създаването на туристическата политика и законодателство. В двете страни има национални организации, които се грижат за туристическата промоция и са приели Стратегии за развитие на туризма, които са в съответствие със съвременните туристически потребности на международните туристи. Двете страни имат подходящи закони и разпоредби, свързани с туризма, които са претърпели множество промени и които защитават интересите на заинтересованите страни и работят в посока на подобрене от момента на тяхното приемане.

Използвана литература

1. Abeyratne, R. (2010) Aviation Security Law. Heidelberg: Springer.
2. Barth, S., Hayes, D.K. (2006) Hospitality law: managing legal issues in the hospitality industry. New Jersey: John Wiley & Sons.
3. Clark, D. (2012) Comparative Law and Society. Northampton: Edward Elgar.
4. Cournoyer, N., Marshall, A., Morris, K. (2008) Hotel, restaurant and travel law: a preventive approach. New York: Thomson Delmar Learning.
5. Cruz, P. (1999) Comparative law in a changing world. London: Cavendish Publishing Limited.
6. Goeldner, C, Ritchie, B. (2009) Tourism: principles, practices, philosophies. New Jersey: John Wiley & Sons.
7. Gutteridge, H. (1946) Comparative Law: An Introduction to the comparative method of legal study and research. Cambridge: Cambridge University Press.
8. Hall, M, Valentin, A. (2005) Content analysis. In Ritchie, B, Burns, P, Palmer, C. Tourism research methods: Integrating theory with practice. Oxfordshire: CAB International.
9. Jeffries, D. (2001) Governments and tourism. Oxford: Butterworth-Heinemann.
10. Mathias, S. (2014) Comparative Law. Cambridge: Cambridge University Press.
11. Reimann, M, Zimmermann, R. (2008) The Oxford Handbook of Comparative Law. Oxford: Oxford University Press.
12. Singh, L. (2008) Trends in travel, tourism and law. Delhi: ISHA Books.

13. Smits, J.M. (2012) Elgar Encyclopedia of Comparative Law. Northampton: Edwar Elgar.
14. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization World heritage list. (2017). Взето на 01.04.2017 от <http://whc.unesco.org/en/list/>
15. Wilks, J., Page, S.J. eds. (2003) Managing tourist health and safety in the new millennium. Oxford: Elsevier.
16. Ацковска, М., Петроска-Ангеловска, Н., Методијески, Д., Филипоски, О. (2017) Економика и организација на угостителството. Штип: Лонгуров.
17. Будиноски, М. (2010) Развој и планирање на туризмот. Скопје: Универзитет за туризам и менаџмент.
18. Закон за туризмот (2013). Закон за туризмот. Државен вестник 30. Взео на 02.08.2017 от <http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2016-10/zt.pdf>
19. Закон за туристичка дејност (2004) Закон за туристичка дејност. Службен весник на Република Македонија 62. Преземено на 02.08.2017 од <http://www.slvesnik.com.mk/Issues/0DBE51B8AAD60144B46F27D7463966D4.pdf>
20. Крлески, Н. (1995) Договори во областа на туризмот. Скопје: Студентски збор.
21. Крстаноски, М. (2005) Туристичко право. Битола: Универзитет „Св. Климент Охридски“.
22. Крстаноски, М. (2010) Основи на право со туристичко право. Битола: Универзитет „Св. Климент Охридски“.
23. Национална стратегија за туризам на Република Македонија (2016) Национална стратегија за туризам на Република Македонија. Преземено на 02.08.2017 од [http://www.economy.gov.mk/Upload/Documents/BER_Tourism%20Strategy%20Macedonia_DRAFT_16%2001%2021_MK%20\(1\)%20\(3\).pdf](http://www.economy.gov.mk/Upload/Documents/BER_Tourism%20Strategy%20Macedonia_DRAFT_16%2001%2021_MK%20(1)%20(3).pdf)
24. Национална стратегија за устойчиво развитие на туризмот в Република България (2016). Национална стратегија за устойчиво развитие на туризмот в Република България 2014-2030. Взео на 02.08.2017 от <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/nacionalna-strategiya-za-ustoychivo-razvitie-na-turizma-v>
25. Торманов, З. (2012) Договорът за организирано туристическо патување. Софија: Сиела.
26. Цанков, В. (2009) Правна уредба на туризмот в България - Туристическо право. Софија: Сиела.
27. Шишков, А. (2000) Туристическо право. Стара Загора: Идеа.

Дејан Методиески, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, Македонија
dejan.metodijeski@ugd.edu.mk

Јасмина Андреева, Универзитет „Св.Климент Охридски“
sofiaw@abv.bg

Биљана Цоневска, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, Македонија
biljana.conevska@ugd.edu.mk