



**ISCTBL 2021**  
INTERNATIONAL SCIENTIFIC CONFERENCE

Универзитет „Гоце Делчев“ –  
Штип

**Goce Delchev University  
Shtip**

Факултет за туризам и бизнис  
логистика

**Faculty of Tourism and  
Business Logistics**

**Четврта Меѓународна Научна Конференција  
Fourth International Scientific Conference**

**ПРЕДИЗВИЦИТЕ ВО ТУРИЗМОТ И БИЗНИС  
ЛОГИСТИКАТА ВО 21 ВЕК  
CHALLENGES OF TOURISM AND BUSINESS  
LOGISTICS IN THE 21ST CENTURY**

**ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ  
CONFERENCE PROCEEDINGS**



Универзитет „Гоце Делчев“ –  
Штип

Goce Delcev University  
Shtip

Факултет за туризам и бизнис  
логистика

Faculty of Tourism and  
Business Logistics

**Четврта Меѓународна Научна Конференција  
Fourth International Scientific Conference**

**ПРЕДИЗВИЦИТЕ ВО ТУРИЗМОТ И БИЗНИС  
ЛОГИСТИКАТА ВО 21 ВЕК  
CHALLENGES OF TOURISM AND BUSINESS  
LOGISTICS IN THE 21ST CENTURY**

**ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ  
CONFERENCE PROCEEDINGS**

19 ноември 2021 г. / November 19, 2021

**Издавач:**

Факултет за туризам и бизнис логистика  
Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип  
Крсте Мисирков, 10-А, 201, 2000, Штип, РС Македонија  
Тел: +389 32 550 350  
[www.ftbl.ugd.edu.mk](http://www.ftbl.ugd.edu.mk)  
[www.ugd.edu.mk](http://www.ugd.edu.mk)

**За издавачот:**

д-р Татјана Бошков, декан

**Организатор на конференцијата:**

Факултет за туризам и бизнис логистика  
**Тираж:** 146

**Publisher:**

Faculty of Tourism and Business Logistics  
Goce Delchev University of Shtip  
“Krste Misirkov” no.10-A P.O. Box 201 Shtip 2000, North Macedonia  
Tel: +389 32 550 350  
[www.ftbl.ugd.edu.mk](http://www.ftbl.ugd.edu.mk)  
[www.ugd.edu.mk](http://www.ugd.edu.mk)

**For the Publisher:**

Tatjana Boshkov, Ph.D. – Dean

**Conference Organizer:**

Faculty of Tourism and Business Logistics  
**Print circulation:** 146

CIP - Каталогизација во публикација  
Национална и универзитетска библиотека Св. „Климент Охридски“, Скопје

338.48(062)  
658.6/.8:164(062)

МЕЃУНАРОДНА научна конференција (4 ; Штип ; 2021)

Предизвиците во туризмот и бизнис логистиката во 21 век : зборник на трудови / Четврта меѓународна научна конференција, 19 ноември 2021, Штип = Challenges of tourism and business logistics in the 21st century :

conference proceedings / Fourth international scientific conference, November 19, 2021, Shtip. - Штип : Универзитет "Гоце Делчев", Факултет за туризам и бизнис логистика, 2021. - 379 стр. : илустр. ; 25 см

Трудови на мак. и англ. јазик. - Фусноти кон текстот. - Библиографија кон трудовите

ISBN 978-608-244-824-4

1. Напор. ств. насл.

а) Туризам -- Собири б) Синцир на снабдување -- Логистички системи -- Собири

COBISS.MK-ID 55376901

### **Организациски комитет:**

Проф. д-р. Татјана Бошков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Наташа Митева, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р Цветанка Ристова Магловска, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Душко Јошески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

### **Меѓународен програмски комитет:**

Проф. д-р. Татјана Бошков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Наташа Митева, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Цветанка Ристова Магловска, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Душко Јошески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Мишко Цидров, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Машински факултет, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Никола В. Димитров, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Цане Котески, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Александра Жежова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Оливер Филипоски, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Зоран Темелков, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Душица Попова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

д-р Билјана Цоневска Гуњовска, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Тања Ангелкова Петкова, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, Факултет за Туризам и Бизнес логистика, Штип, Република Северна Македонија

Доц. д-р. Васко Шутаров, МИТ Универзитет, Факултет за безбедност, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Глигор Бишев, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Економски факултет Прилеп, Република Северна Македонија

Проф. д-р. Мадалина Теодора Андреи, Универзитет Хиперион, Факултет за општествени, хуманистички науки и природни науки, Оддел за географија, Романија

Проф. д-р. Соња Квиорога, Универзитет Алкала, Оддел за економија, Шпанија

Проф. д-р. Алиса Флеишер, Хебрејскиот универзитет Јерусалим, Роберт Х. Смит, Факултет за земјоделие, Храна и Животна средина, Оддел за економија на животна средина и управување, Израел

Проф. д-р. Ноам Шовал, Хебрејски универзитет Ерусалим, Факултет за општествени науки, Оддел за географија, Израел

Проф. д-р. Нурија Елиса Морере Молинеро, Универзитет Реј Хуан, Шпанија

Проф. д-р. Никола Хурвулиадес, Американ Колеџ Солун, Грција  
Проф. д-р. Донила Пипа, Универзитет Марин Барлети, Економски факултет, Албанија  
Проф. д-р. Мохамед Фуад, Ариш Универзитет, Факултет за уметност, Египет  
Проф. д-р. Френсис Вериза, Универзитет Толиара, Факултет за општествени науки, Мадагаскар  
Проф. д-р. Октавиан Сербан, Букурешки Универзитет за Економија, Факултет за храна од земјоделие и економија на животната средина, Романија  
Проф. д-р. Сабина Георгечи, Асоцијација за промоција на туризмот, Дробета Турму-Северин, Романија  
Проф. д-р. Серафима Роскова, Молдовска академија за науки, Академија за економски науки на Молдавија, Република Молдавија  
Проф. д-р. Стела Дерменчиева, Универзитет на Велико Трново Свети „Кирил и Методиј“, Оддел за Географија, Бугарија  
Проф. д-р. Марта Боровска Стефанска, Универзитет во Лоџ, Факултет за Географски науки, Институт за градежна средина и Просторна, Полска  
Проф. д-р. Јулиана Поп, Универзитет за економски студии, Факултет за бизнис и туризам, Романија  
Проф. д-р. Елена Тома, Универзитет Хиперион, Факултет за општествени, хуманистички науки и природни науки, Оддел за географија, Романија  
Проф. д-р. Ирина Лазар, Универзитет Хиперион, Факултет за општествени, хуманистички науки и природни науки, Оддел за географија, Романија  
Проф. д-р. Озгур Јерли, Дужче Универзитет, Факултет за Шумарство, Оддел за пејсажи, Турција  
Доц. д-р. Жарко Радјеновиќ, Универзитет во Ниш, Центар за иновации, Србија  
Проф. д-р. Драго Цвијановиќ, Универзитет во Крагујевац, Факултет за Хотелски менаџмент и Туризам Врњачка Бања, Србија  
Проф. д-р. Дарко Димитровски, Универзитет во Крагујевац, Факултет за Хотелски менаџмент и Туризам Врњачка Бања, Србија  
Проф. д-р. Серџо Чипола, Универзитет во Палермо, Силиција, Италија  
Доц. д-р. Марија Белиј, Универзитет во Белград, Факултет за географија, Србија  
Доц. д-р. Андреј Мичовиќ, Универзитет во Крагујевац, Факултет за Хотелски менаџмент и Туризам Врњачка Бања, Србија  
Проф. д-р. Светлана Станкова, Универзитет во Шумен „Св. Константин Преславки“, Факултет за природни науки, Оддел за географија, регионален развој и туризмот, Шумен, Бугарија

**Organizational committee:**

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Natasa Miteva, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Cvetanka Ristova Maglovska, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Dusko Joseski, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

**International program committee:**

Prof. Tatjana Boshkov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Natasa Miteva, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Cvetanka Ristova Maglovska, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Dusko Joseski, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Misko Djidrov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Mechanical Engineering, Stip, North Macedonia

Prof. Nikola V. Dimitrov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Cane Koteski, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Aleksandra Zezova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Oliver Filiposki, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Zoran Temelkov, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Dusica Popova, Ph.D., Dusica Popova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Biljana Conevska Gunjovska, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Prof. Tanja Angelkova Petkova, Ph.D., Goce Delcev University of Stip, Faculty of Tourism and Business logistics, Stip, North Macedonia

Assist. Prof. Vasko Sutarov, Ph.D., MIT University, Faculty of Security Sciences, North Macedonia

Prof. Gligor Bishev, Ph.D., St. Clement of Ohrid University of Bitola, Faculty of Economics, Prilep, North Macedonia

Prof. Madalina Teodora Andrei, Ph.D., Hyperion University, Faculty of Social, Humanities and Natural Sciences, Department of Geography, Romania

Prof. Sonia Quiroga, Ph.D., University of Alcalá, Department of Economics, Spain

Prof. Aliza Fleischer, Ph.D., The Hebrew University of Jerusalem, The Robert H. Smith Faculty of Agriculture, Food and Environment, Department of Environmental Economics and Management, Israel

Prof. Noam Shoval, Ph.D., The Hebrew University of Jerusalem, Faculty of Social Sciences, The Department of Geography, Israel

Prof. Nuria Elisa Morère Molinero, Ph.D., Universidad Rey Juan Carlos, Catedrática Historia Antigua, Spain

Prof. Nikolas Hourvoulides, Ph.D., American College of Thessaloniki, Greece

Prof. Donila Pipa, Ph.D., Marin Barleti University, Faculty of Economy, Albania

Prof. Mohamed Fouad, Ph.D., Arish University, Faculty of Arts, Egypt

Prof. Francis Veriza, Ph.D., University of Toliara, Faculty of Lettets and Human Sciences, Madagascar

Prof. Octavian Serban, Ph.D., Bucharest University of Economic Studies, Faculty of Agrifood and Environmental Economics, Romania

Prof. Sabina Gheorgheci, Ph.D., Mehedinți Tourism Promotion Association, Drobeta Turnu-Severin, Romania

Prof. Serafima Roșcovan, Ph.D., Moldova Academy of Science, Academy of Economic Studies of Moldova, Republic of Moldova

Prof. Stella Dermendzhieva, Ph.D., University of Veliko Turnovo St Cyril and St. Methodius, Department of Geography, Bulgaria

Prof. Marta Borowska-Stefanska, Ph.D., University of Lodz Faculty of Geographical Sciences, Institute of the Built Environment and Spatial Policy, Poland

Prof. Iuliana Pop, Ph.D., University of Economic Studies, Faculty of Business and Tourism, Romania

Prof. Elena Toma, Ph.D., Hyperion University, Faculty of Social, Humanities and Natural Sciences, Department of Geography, Romania

Prof. Irina Lazăr, Ph.D., Hyperion University, Faculty of Social, Humanities and Natural Sciences, Department of Geography, Romania

Prof. Ozgur Yerli, Ph.D., Duzce University, Faculty of Forestry, Department of Landscape, Architecture, Turkey

Assist. Prof. Zarko Radjenovic, Ph.D., University of Nis, Innovation Center, Serbia

Prof. Drago Cvijanović, Ph.D., University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjacka Banja, Serbia

Prof. Darko Dimitrovski, Ph.D., University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjacka Banja, Serbia

Prof. Sergio Cipolla, Ph.D., University of Palermo, Italia

Assist. Prof. Marija Belij, Ph.D., University of Belgrade, Faculty of Geography, Serbia

Assist. Prof. Andrej Mićović, Ph.D., University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjacka Banja, Serbia

Prof. Svetlana Stankova, University of Shumen “Konstantin Preslavski”, Faculty of natural science, Department of geography, regional development and tourism, Bulgaria

**Пленарна сесија**  
**Социо-економски импликации на КОВИД-19: намалување на**  
**разликите и справување со дистрибутивните влијанија во различни**  
**сектори**

Претседавач на сесијата: Татјана Бошков, вон. професор и декан на Факултетот за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, РС Македонија.

Панелисти:

1. Глигор Бишев, универзитетски професор и претседател на Управен одбор, Шпаркасе Банка, РС Македонија.
2. д-р Жарко Радјеновиќ, научен соработник, Центар за иновации, Универзитет во Ниш, Србија.
3. д-р Наташа Митева, продекан за настава, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет Гоце Делчев – Штип, РС Македонија.

**Модератори**

**Прва сесија: Бизнис логистика и бизнис администрација**

д-р Татјана Бошков, вон. професор и декан на Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, РС Македонија.

**Втора сесија: Туризам, угостителство и гастрономија**

д-р Наташа Митева, доцент и продекан за настава, Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, РС Македонија.

**Panel session**

**Socio-economic implications of COVID-19: reducing disparities and addressing distributional impacts in different sectors**

Session chair: Tatjana Boshkov, Assoc.professor and Dean at Faculty of tourism and business logistics, „Goce Delcev University – Stip, N. Macedonia

Panelists

1. Gligor Bishev, University professor and Management Board Chairman, Sparkasse Bank, N. Macedonia
2. Zarko Radjenovic, PhD, Research Associate, Innovation Center, University of Nis, Serbia
3. Natasha Miteva, PhD, Vice-Dean for Education, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University – Stip, N. Macedonia

**Moderators**

**First session: Business logistics and business administration**

Tatjana Boshkov, PhD, Dean at Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University – Stip, N. Macedonia

**Second session: Tourism, hospitality and gastronomy**

Natasha Miteva, PhD, Vice-Dean for Education, Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University – Stip, N. Macedonia





**УНИВЕРЗИТЕТ „ГОЦЕ ДЕЛЧЕВ“ - ШТИП**  
**GOCE DELCEV UNIVERSITY OF STIP**

**ФАКУЛТЕТ ЗА ТУРИЗАМ И БИЗНИС ЛОГИСТИКА**  
**FACULTY OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS**

**ЧЕТВРТА МЕЃУНАРОДНА**  
**НАУЧНА КОНФЕРЕНЦИЈА**

**FOURTH INTERNATIONAL**  
**SCIENTIFIC CONFERENCE**

**ПРЕДИЗВИЦИТЕ ВО ТУРИЗМОТ И БИЗНИС**  
**ЛОГИСТИКАТА ВО 21 ВЕК**

**CHALLENGES OF TOURISM AND BUSINESS LOGISTICS**  
**IN THE 21ST CENTURY**

**ЗБОРНИК НА ТРУДОВИ**  
**CONFERENCE PROCEEDINGS**

19 ноември, 2021, Штип / Shtip, November 19<sup>th</sup>, 2021

## Содржина – Contents

<b>СЕСИЈА: БИЗНИС ЛОГИСТИКА И БИЗНИС АДМИНИСТРАЦИЈА .....</b>	<b>16</b>
<b>SESSION: BUSINESS LOGISTICS &amp; BUSINESS ADMINISTRATION .....</b>	<b>16</b>
Tatjana Boshkov; Mishko Djidrov - CIRCULAR ECONOMY DEVELOPMENT AND RESOURCE EFFICIENCY: EVIDENCE FOR MACEDONIA .....	17
Dushko Joseski; Tatjana Boshkov - MONETARY ECONOMICS: POST-KEYNESIAN STOCK-FLOW CONSISTENT APPROACH (PK-SCF) VERSUS NEW-KEYNESIAN DYNAMIC STOCHASTIC GENERAL EQUILIBRIUM (NK-DSGE) .....	25
Елизабета Митрева; Трајанка Стојменова; Златко Трајковски - ПРИМЕНА НА МЕТОДОЛОГИЈАТА НА ДИГИТАЛНИ ЛОГИЧКИ СИСТЕМИ ВО ТРАНСПОРТОТ ВО ТИМОКОМ ЛОГИЧКИ СИСТЕМ .....	59
Емануела Есмерова; Драшко Атанасоски - МОДЕЛИ НА РАЗВОЈ НА ЧОВЕЧКИТЕ РЕСУРСИ ВО ЕКОНОМИЈАТА НА ПРЕТПРИЈАТИЈА.....	72
Марија Магдинчева-Шопова; Анета Стојановска-Стефанова - ПОЛИТИКИ И ПРАКТИКИ ЗА РАЗВОЈ НА СОЦИЈАЛНОТО ПРЕТПРИЕМНИШТВО .....	80
Анета Стојановска-Стефанова; Марија Магдинчева-Шопова; Христина Рунчева-Тасев - СОЦИО-ЕКОНОМСКОТО ВЛИЈАНИЕ НА КОВИД-19: МАКЕДОНСКИОТ СЛУЧАЈ СО РАЗВОЈ НА Е-ТРГОВИЈАТА .....	86
Žarko Rađenović - TRANSPORTATION MANAGEMENT SYSTEMS: LOGISTICS PERFORMANCE INDEX APPROACH .....	100
Ивица Јосифовиќ; Игор Камбовски - ВИЗНАТА ПОЛИТИКА НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА ВО ДОГОВОРОТ ОД ЛИСАБОН: ПРЕДИЗВИЦИ И ПЕРСПЕКТИВИ .....	109
Svetla Panayotova; Ventsislava Nikolova-Minkova - IMPORTANCE OF INTELLECTUAL PROPERTY FOR SMEs IN THE DIGITAL ECONOMY .....	120
Ventsislava Nikolova-Minkova - ECONOMIC PERSPECTIVES ON INTELLECTUAL PROPERTY MANAGEMENT .....	128
Mimoza Serafimova; Bobana Stefanoska - SOCIO-ECONOMIC IMPACT OF COVID-19 CRISIS ON HUMAN RESOURCES AND COMPANIES .....	135
Александра Жежова - ОДНЕСУВАЊЕТО НА ЛИЧНОСТА И ПОЗИЦИЈАТА НА РАБОТНОТО МЕСТО .....	149
<b>СЕСИЈА: ТУРИЗАМ, УГОСТИТЕЛСТВО И ГАСТРОНОМИЈА.....</b>	<b>159</b>
<b>SESSION: TOURISM, HOSPITALITY &amp; GASTRONOMY.....</b>	<b>159</b>
Dushica Popova; Natasha Miteva - SERVICE QUALITY MODELS IN HOSPITALITY INDUSTRY .....	160
Cvetanka Ristova Maglovska; Ivan Durgutov - REBUILDING TOURISM AND TRAVEL FOR THE FUTURE: POLICY RESPONSES TO THE CORONAVIRUS (COVID-19). 167	

Љупчо Јаневски; Климент Наумов - ЕКОТУРИЗМОТ КАКО СПЕЦИФИЧНА ТУРИСТИЧКА ФОРМА ВО НАЦИОНАЛНИТЕ ПАРКОВИ НА РС МАКЕДОНИЈА .....	176
Tatjana Dimitrova; Slavi Dimitrov - TOURISM MANAGEMENT THROUGH PLANNING DOCUMENTS AT REGIONAL AND LOCAL LEVEL .....	183
Никола В. Димитров - РЕГИОНАЛЕН ПРЕГЛЕД НА ПЛАНИНСКИОТ ТУРИЗАМ ВО РС МАКЕДОНИЈА .....	192
Душица Матета Гилова; Елизабета Митева - ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И ТУРИЗМОТ ВО РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЈА .....	204
Dora Kabakchieva - ADDITIONAL VALUE AND EFFECT OF DIGITALIZATION IN TOURISM .....	220
Илија Закоски - УЛОГА НА ИНТЕРНЕТОТ ПРИ ИЗБОР НА ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА И ОРГАНИЗАЦИЈА НА ТУРИСТИЧКО ПАТУВАЊЕ .....	230
Dragan Tezanovic; Sanja Filipovic; Maja Banjak - COFFEE AS A SIGNIFICANCE SEGMENT OF THE CATERING OFFER - CASE STUDY OF THE CITY NIŠ .....	238
Biljana Petrevska; Dajana Vjelajac; Bojan Djercan - DARK SKY TOURISM: PROSPECTS AND CHALLENGES FOR NORTH MACEDONIA .....	245
Перпарим Кахили - КЛИМАТСКИ И ХИДРОГРАФСКИ КАРАКТЕРИСТИКИ ВО РАЗВОЈОТ НА ТУРИЗМОТ ВО РЕГИОНОТ ЈИЛАН .....	254
Дарко Мајхошев; Цане Котески - ЛИСТИ НА УНЕСКО ЗА ЗАШТИТА НА СВЕТСКОТО НАСЛЕДСТВО СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ЛИСТАТА НА СВЕТСКО НАСЛЕДСТВО ВО ОПАСНОСТ .....	264
Monika Angeloska- Dichovska; Katerina Vojkovska; Elizabeta Tosheva - INNOVATION STRATEGIES FOR YOUTH TOURISM AS A CONTRIBUTION TO THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE WESTERN BALKAN COUNTRIES .....	274
Naser Bresa - VERMICA -TOURIST OASIS, CULTIVATOR AND SERVER OF TROUT .....	285
Арбен Халили; Мислим Зендели - АПИТУРИЗАМ КАКО НОВА ДИМЕНЗИЈА ЗА ПАТУВАЊЕ НИЗ ШАР ПЛАНИНА .....	292
Билјана Николовска - ПРЕДИЗВИЦИ И ИНОВАЦИИ НА МАКЕДОНСКИТЕ ТУРОПЕРАТОРИ СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ПЕРИОДОТ ОД 2019 ДО 2021 ГОДИНА .....	302
Зоран Николовски - ОРГАНИЗАЦИЈА И КЕТЕРИНГ НА ДЕЛОВНИ НАСТАНИ НИЗ ПРИЗМА НА МАКЕДОНСКИТЕ КЕТЕРИНГ КОМПАНИИ .....	309
Vanya Vasileva; Iliana Dimitrova - DEVELOPMENT OF GOLF TOURISM ON THE NORTHERN BULGARIAN BLACK SEA COAST .....	316
Васко Шутаров - ГАСТРОДИПЛОМАТИЈА ВО ВРЕМЕ НА ПАНДЕМИЈА .....	327
Velibor Tasevski - IMPACT OF THE COVID 19 PANDEMIC ON NUMBER OF TOURISTS IN REPUBLIC OF N. MACEDONIA .....	337
Цане Котески; Александар Магдески - СОВРЕМЕНИ ФОРМИ НА МЕЃУНАРОДЕН ТУРИЗАМ СО ПОСЕБЕН ОСВРТ НА ГРАДСКИОТ И ЕВЕНТ ТУРИЗМОТ .....	344

Karlo Mac; Cvetan Kovac - THE IMPACT OF CRISIS ON THE SEASONALITY OF CROATIAN TOURISM AFTER 2000 .....	362
Златко Јаковлев - МЕНАЏМЕНТ НА АНИМАЦИЈАТА ВО ТУРИСТИЧКО - УГОСТИТЕЛСКИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА .....	370
Тања Ангелкова Петкова; Цветанка Ристова Магловска - ЗНАЧЕЊЕТО НА ТУРИСТИЧКИТЕ АГЕНЦИИ ЗА РАЗВОЈ НА МАКЕДОНИЈА КАКО АТРАКТИВНА ТУРИСТИЧКА ДЕСТИНАЦИЈА.....	379

## ОРГАНИЗАЦИЈА И КЕТЕРИНГ НА ДЕЛОВНИ НАСТАНИ НИЗ ПРИЗМА НА МАКЕДОНСКИТЕ КЕТЕРИНГ КОМПАНИИ

Зоран Николовски

М-р, СУГС „Лазар Танев“ – Скопје, nikolovskizoran@yahoo.com

### Апстракт

Креативното и иновативно работење на кетеринг компаниите несомнено ќе им донесе поголем број на клиенти, и гледано низ таа призма, секоја компанија која нуди кетеринг услуги треба да посвети внимание на светските трендови и иновации во сферата на организирање и кетеринг на деловните настани. Организацијата е значајна функција во менаџментот на настани преку која менаџерите за настани влијаат на структурата и активностите кои ќе се одвиваат за време на настанот.

Кетеринг компанијата треба на клиентите да им понуди настан за паметење, односно целта на компанијата треба да биде да го воодушеви клиентот и сите присутни, стејкхолдери, партнери и сл. Не постојат готови решенија и рецепти за успех, па поради тоа за потребите на овој труд беше спроведено истражување преку електронски анкетни прашалници, преку што се дојде до сознание за алатките, техниките и стратегиите кои ги користат македонските организатори на настани и даватели на кетеринг услуги.

Преку истражувањето е направена анализа и на очекувањата на барателите на кетеринг услугите и постигнување на бараниот резултат. Во истражувачкиот примерок беа вклучени вкупно 136 испитаници, од кои 80 вработени во кетеринг компании и 56 лица кои ангажирале кетеринг компанија за организација на деловен настан. Како краен резултат од истражувањето е претставена компаративната анализа на добиената услуга, наспроти очекувањата на клиентите. Целта на трудот е да се изнајдат најсоодветните алатки за креирање на настан по светски стандарди согласно очекувањата на македонските клиенти.

**Клучни зборови:** кетеринг, организација, деловен настан, организација, стратегии.

### Вовед

Организацијата на секој настан претставува комплексен проект кој има свои специфични цели и свои единствени моменти. Не постојат два идентични настани и токму поради тоа е особено важно при организирањето на секој настан да му се пристапи поединечно, со цел да биде запаметен од страна на посетителите. Важно е кетеринг компанијата внимателно да постапи по барањата на клиентот со цел да може да ги исполни неговите очекувања. Како особено значајни елементи при организацијата на деловните настани се стратегијата, буџетот кој клиентот е подготвен да го издвои, како и логистиката (Tucovic, Simovic & Nedelkovic, 2018).

Кетеринг бизнисот се смета за брзорастечки. Кетерингот нуди голем дијапазон на настани, вклучуваќи организација на деловни состаноци, конференции, изложби, посебни пригоди, како и останати општествени собири. Покрај асортиманот на храна и пијалоци, многу кетеринг компании се грижат и за декорациите, како и за останатите аспекти на организација на настанот.

Постојат повеќе елементи преку кои се разликува класичната понуда на ресторанот од кетеринг понудата. Кетерингот се извршува по претходно склучен договор – храната и пијалоците се нудат

во склоп со договорената цена за одреден број на гости. Менито кое ќе биде послужено на деловниот настан е претходно договорено и не вклучува достапност на целото ресторанско мени, туку е претходно договорено со клиентот (Walker, 2011).

Начинот на кој се приготвува храната од кетеринг менито е исто така поспецифичен од класичното ресторанско мени, иако и за кетеринг настанот готвачите, одреден дел предвремено ја подготвуваат храната, така што им е потребно минимално доприготвување, загревање или само да се наредат парчињата во порција пред послужување (Su & Hsu, 2013). Во продолжение следи преглед на литература во насока на организација и кетеринг на деловни настани.

### Преглед на литература Организација на деловен настан

Пред да се започне со кетеринг на деловниот настан, пред се е важна неговата организација. Како основни сегменти на кои треба да се посвети внимание се следните:

- *Избор на место за одржување на настанот* – Локацијата е најважна во планирањето на настанот, а најчесто се избира спонтано или едноставно некоја локација која е моментален хит. Но не секое место е идеално во однос на настанот кој се организира. Пред да се избере локација потребно е да се знае и што се планира во сценариото на деловниот настан.
- *Комникација* – Мошне важно е да постои добра комуникација помеѓу сите учесници во деловниот настан и во комплетната организација на настанот.
- *Техничка поддршка на конференцискиот простор* – техничките ресурси на ресторанот, хотелот или конференцискиот простор по правило не се во доволна мера опремени за сериозни деловни настани и по потреба е пожелно дополнително да се изнајми опрема со која организаторот не располага. Со оглед на тоа дека таквите ресурси воглавно доаѓаат во пакет со изнајмениот простор, организаторот не ретко ја избира таа опција бидејќи знае дека така ќе заштеди и повеќе ќе заработи, што не е правилно ако станува збор за компанија која сака да просперира и расте во сферата на организација и кетеринг на настани.

За успешно планирање и организирање на деловен настан потребно е најпрво да се зацрта целта која треба да се постигне, целната група за која настанот е наменет, основните податоци за настанот, спецификација за потребните финансиски и материјални средства, квалитетот и квантитетот на потребниот персонал за реализација на деловниот настан, содржина и распоред на настаните, вид на маркетинг поддршка, можни спонзори за настанот и сл. Клучни елементи кои го одредуваат успехот на настанот се планирањето и организацијата (Baum, 2006).

### Кетеринг и видови кетеринг

“Со кетеринг продаваме само спомени. Наша должност е тие спомени да ги направиме убави” – Грег Мосер, директор на служба за кетеринг и примени на Национален ресорт Palm beach Gardens Florida (Palibrk & Vukic, 2009), реплика со која комплетно се согласувам. Не е доволно само да се стават маси и столчиња, да се организира осветлување, ресторан и да се послужи храна. Целиот настан треба да има дух, целокупната слика за настанот да им остане во сеќавање на сите присутни, а со тоа кетеринг компанијата ќе добие бројни препораки и ќе има тенденција да постигне повеќе успеси во иднина.

Одредени кетеринг услуги се адаптирани на различни видови на настани, додека пак други нудат голем асортиман услуги со цел да се осигураат дека ќе ги исполнат очекувањата на клиентите. Таквиот пристап нуди поголемо подрачје на деловни можности. Како најчести видови на кетеринг се истакнуваат (Noel & Kumari, 2015):

- *Мобилен кетеринг* – Мобилните кетеринг услуги се однесуваат на кетеринг за чија што цел се користи комбе или камп приколка со цел да се нудат услуги во специфични подрачја притоа носејќи ја со себе сета потребна храна и опрема. Земајќи во предвид дека мобилниот

кетеринг е лимитиран на мал број услуги, вкупниот промет и одржливост на овој вид кетеринг е исто така релативно низок.

- **Кетеринг достава** – Овој вид на кетеринг се занимава со достава на храна до договорената локација со клиентот. Организаторот на кетеринг најчесто во разладни уреди ја чува приготвената храна, која само дополнително ќе се затопли. Овој кетеринг може да има готови закуски во комбинација со храна како залачиња на стапче или други помали залаци. На клиентите мооже да им биде понуден избор зависно од големината на порциите на нивните нарачки.
- **Врата до врата** – “Door to door” кетеринг е услуга преку која се нудат голем број на комбинации на храна која може да се избере од мени, со достава до бараната локација и да се послужи. Клиентот може да несака послужување и сам да ја сервира храната која кетеринг компанијата ќе ја достави. Може да биде изнајмена и опрема за загревање на храната.
- **Кетеринг за посебни прилики** – Овој вид на кетеринг ги вклучува сите потребни елементи за одреден настан. Тоа значи дека кетеринг компанијата ќе се погрижи за презентација на храна која ќе го истакне одличното мени. Кетерингот за посебни прилики налага клиентот да биде инволвиран во основните аспекти на планирање на настанот, како планирање на мени, декорација како и останати работи кои одат во склоп со организација на настанот.
- **Деловен кетеринг** – Услугата за деловен кетеринг се занимава со нудење на мениа за деловни состаноци, семинари, обуки и други деловни намени. Овој вид на кетеринг има висока побарувачка и можности. Особено е важно за угостителите кои го нудат овој вид кетеринг да подготват познати и атрактивни менија во кои сите гости би уживале.
- **Индустриски кетеринг** – Услугите од индустриски кетеринг вклучуваат послужување на храна за поголем број на лица, а наишол на примена во авио-компаниите, фабриките, училиштата, болниците и останатите поголеми институции. Поголемиот број на индустриски кетеринг компании имаат договорен годишен или полугодишен договор со некоја од горенаведените институции. Тие договори овозможуваат долгорочна и стабилна работа за кетеринг компанијата.

### Иновации на менито

Менито е важна компонента во сферата на кетерингот. Всушност, тоа е една од првите работи кои клиентот сака да ги види пред да започне со преговори и договарање на деловното кетеринг мени (Munal, Sharma & Menon, 2016). Кетеринг компанијата треба да има што поголем избор на храна со цел да ги задоволи различните вкусови на побарувачката, дури и ако е специјализирана за одреден тип на храна. Исто така, треба да се размисли за сервирање на вегетаријанска или веганска храна за клиентите кои не конзумираат млеко или останати животински производи (Antun & Gustafson, 2005). Менито треба да биде со пристојна големина, со храна која е лесна за подготовка, односно која се подготвува со намирници за кои кетеринг компанијата знае дека може да ги набави локално (Namkung & Jang, 2007).

### Креирање кетеринг план

За да се организира успешно деловен кетеринг настан потребно е претходно да се направи конструктивен деловен план кој ќе се применува како насока за сите вработени кои ќе бидат дел од организацијата на настанот. Деловниот план може да помогне при дефинирањето на сите ставки кои се договорени со клиентите, така што планот ќе помогне во комплетна квалитетна реализација. Покрај тоа еден деловен план може да се користи како пилот модел за следна организација на деловни настани (Miksen, 2019).

### **Мерки на претпазливост при организација и кетеринг на деловен настан за време на Ковид-19 пандемијата**

Согласно тековната ситуација, започнуваќи од 2020 година сите компании кои се занимаваат со кетеринг услуги потребно е да се држат до одредени мерки за претпазливост, како (Хрватски завод за здравје, 2020):

- *Видни известувања* – Потребно е да се постави на видно место известување за протоколот и придржувањето на општите хигиенски мерки и мерките на физичка дистанца, како и носење на заштитни маски за лице или медицинска маска во објектот.
- *Дезинфекција на раце* – Постојано треба да има на располагање средство за дезинфекција кое ќе биде поставено на секоа маса со истакнато известување за потребата од дезинфекција на рацете
- Се препорачува *сите вработени* за време на кетеринг настанот *да носат маски за лице*, а особено лицата кои се задолжени за подготовка на храна.
- *Максималниот број на гости* за време на деловниот настан да се креира според големината на просторот во кој е организиран настанот
- *Ковид редар* – Секој настан кој вклучува повеќе од 50 гости мора да има ковид редар на секој 50 лица. Сите гости мора да бидат запознаени со мерките на превенција.
- *Клима и соодветно проветрување*
- *Задолжителен распоред за седење* доколку настанот е со маси или доколку е со повишени маси(коњопои) задолжителна оддалеченост од минимум 1,5м.

Во продолжение следи методологијата на спроведеното истражување за потребите на овој труд, како и кратка анализа на добиените резултати.

### **Методологија Мерни инструменти и истражувачки примерок**

Истражувањето беше спроведено во периодот од април до август 2021 година на територијата на Р.С.Македонија при што во истражувачкиот примерок учествуваа вкупно 118 испитаници. За потребите на овој труд беше изработен анкетен прашалник на база на затворени прашања. За тестирање на хипотезите применет е т-тест.

### **Хипотетичка рамка**

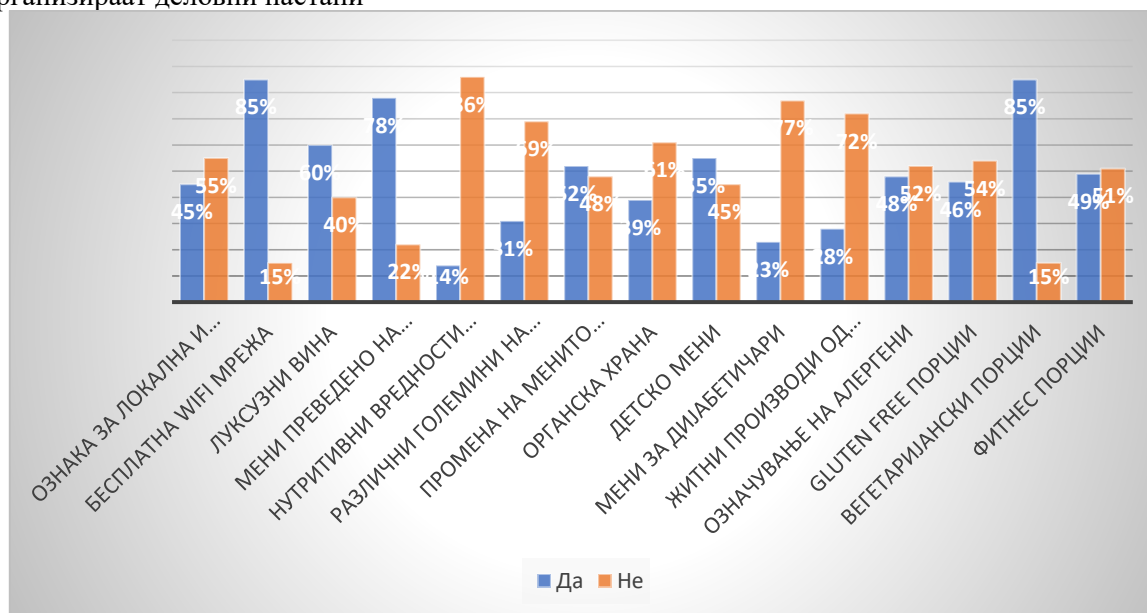
- Хипотеза 1 – Се претпоставува дека ниту една кетеринг компанија нема воведено максимален број на иновации од вкупниот број иновации кои се нудат на пазарот.
- Хипотеза 2 – Се претпоставува дека воведувањето иновации позитивно ќе влијае кај клиентите кои ја ангажираат компанијата за организација и кетеринг настан.
- Хипотеза 3 – Воведувањето иновации позитивно ќе влијае на растот и развојот на кетеринг компанијата.

### **Резултати и дискусија**

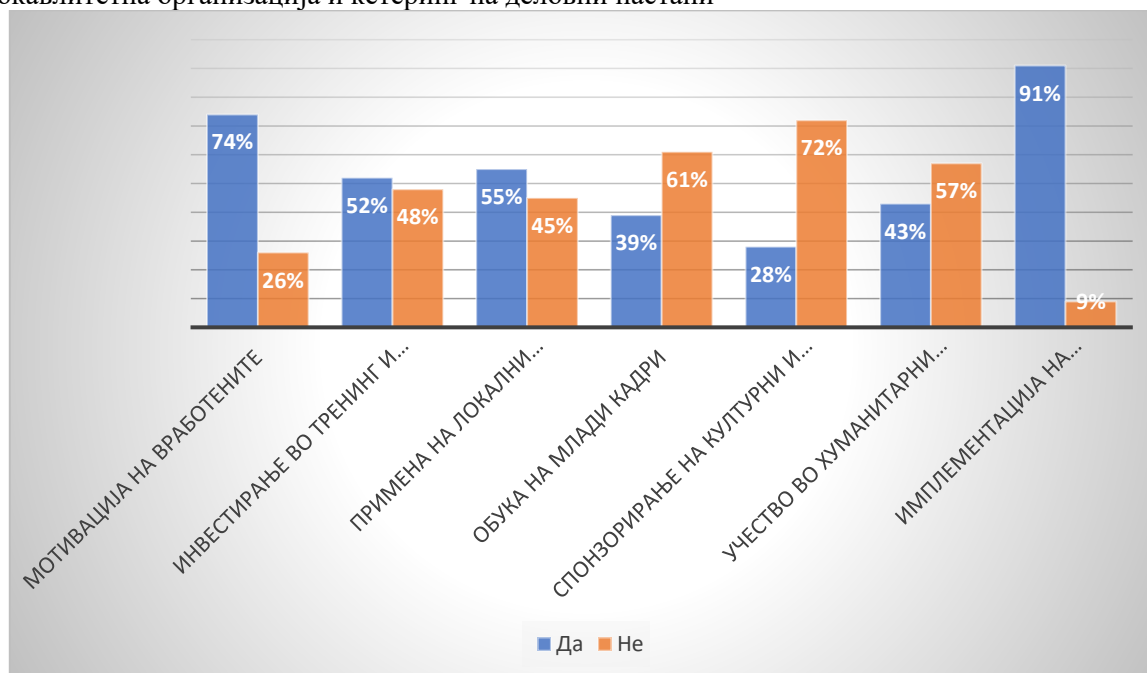
Иновациите на кетеринг компаниите на територијата на Македонија се анализираат низ призма на бројот на имплементирани иновации компаративно со вкупниот број иновации кои се нудат на пазарот.



Графикон 1 – Примена на иновации од страна на македонските кетеринг компании кои организираат деловни настани



Графикон 2 – Иновации од доменот на општествено одговорно однесување со цел на покавалитетна организација и кетеринг на деловни настани



Според добиените резултати од истражувањето може да се истакне дека само мал дел (23%) од компаниите опфатени во истражувачкиот примерок имаат забележливо високо ниво на иновации, 48% имаат средно ниво на иновации.

Македонските кетеринг компании сакаат да постигнат повисоко ниво на иновации но сметаат дека пазарот тоа не може да го плати или дека ретко би им се исплателе одредени инвестиции. Но сметам дека компаниите кои ќе се одлучат да вложат во иновации ќе имаат голем бенефит и ќе се издвојат од другите компании за организација и кетеринг на деловни настани.

Со тестирање на хипотеза 1 е дојдено до сознание дека вредноста на т-тестот изнесува 1,12 додека вредноста на  $df=1.59$ , па според тоа може да се забележи дека  $t < t_{\alpha}$ , односно  $1,12 < 1,59$ , по што може да се истакне дека се прифаќа хипотезата, односно, се потврдува претпоставката дека ниту една компанија која беше дел од истражувачкиот примерок ги нема имплементирано максималниот број на иновации при организација и кетеринг на деловни настани.

Во поглед на хипотеза 2 може да се истакне дека вредноста на т-тестот изнесува 1,33 при што  $1,33 < 1,59$  што води во насока на потврдување на хипотезата. Имено, со воведување на иновации при организирањето и нудењето кетеринг услуги на деловните настани позитивно ќе се влијае кај клиентите кои се одлучиле за организација на деловен настан преку специализирана компанија за ваков вид на кетеринг услуги.

Вредноста на т-тестот за хипотеза 3 изнесува 1,25 што е помало од вредноста на степените на слобода, односно ја потврдува хипотезата и се истакнува дека со воведување на иновации ќе се постигне поголем раст и развој на кетеринг компаниите.

### Заклучок

Организацијата на кетеринг на деловен настан е навидум едноставна, но наложува внимание на многу елементи во организацијата и реализацијата на кетерингот на кои треба да се внимава. Организаторот на кетеринг на деловен настан е должен да го извести клиентот за секоја можна промена, да го испланира секој чекор однапред, како на пр. ако е планирано настанот да се одржи под отворено небо, организаторот мора да има и сигурносен план во случај на промена на временските услови (евентуален дожд и сл). Понатаму, од организаторот се очекува комплетно исполнување на договорените ставки од договорот со клиентот.

Кетеринг менито, како и комплетната кетеринг услуга треба да биде на беспрекорно високо ниво, без оглед на тоа дали е настанот со пониска или повисока цена во поглед на заработката на организаторот, секој настан за кој е ангажирана компанијата треба да биде професионално реализиран и на највисоко професионално ниво, согласно максималните можности на компанијата која ги нуди кетеринг услугите.

Сметам дека воведување на светските трендови и иновации во организацијата и кетеринг услугите на деловни настани може да придонесе кон повисок квалитет во работењето и поголемо задоволство кај клиентите, што долгорочно ќе придонесе кон раст и развој на компанијата и нејзино повисоко позиционирање на пазарот на кетеринг услуги, а истовремено ќе придонесе и за подигнување на рејтингот и репутацијата на кетеринг компанијата. Со остварениот промет од кетерингот на деловни настани кетерерот ќе си обезбеди посигурен одржлив развој и профит кој би бил значаен за поуспешна деловна активност, особено во непредвидливи ситуации како денешната пандемија со Ковид-19 и слични светски пандемии, кризи, катастрофи, непогоди и сл.

### Референци

1. Antun, J.M. and Gustafson, C.M. (2005) "Menu analysis: design, merchandising and pricing strategies used by successful restaurants and private clubs", *Journal of Nutrition in Recipe & Menu Development*, Vol. 3 No. 3, pp. 81-101.
2. Baum, T. (2006) *Human resource management for tourism, hospitality and leisure: An international perspective*, London: Thomson Learning.
3. Miksen, C. (2019) *Key Elements of a Successful Restaurant*. [Online]. Available at: <https://smallbusiness.chron.com/key-elements-successfulrestaurant-25545.html>
4. Munjal, S., Sharma, S. and Menon, P. (2016) "Moving towards "Slow Food", the new frontier of culinary innovation in India", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 8 No. 4, pp. 444-460.
5. Namkung, Y. and Jang, S. (2007) "Does food quality really matter in restaurant? Its impact on customer satisfaction and behavioral intentions", *Journal of Hospitality and Tourism Research*, Vol. 31 No. 3, pp. 387-410

6. Noel, A.N. and Kumari, K. (2015) "Trends in the Food and Beverage Sector of the Hospitality Industry", *Advances in Economics and Business Management (AEBM)*, Vol. 2 No. 15, 1507-1509
7. Palibrk, M., Vukić, M., (2009), "Zadovoljstvo potrošača u turizmu", Beograd, str 211
8. Su L. and Hsu, M.K. (2013) "Service Fairness, Consumption Emotions, Satisfaction, and Behavioral Intentions: The Experience of Chinese Heritage Tourists", *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 30 No. 8, pp. 786-805
9. Tucović, M., Simović, J. i Nedeljković, D. (2018) "Znanje i veština ljudskih resursa za turizam budućnosti". *Zbornik radova, Hotelplan 2018*, Beograd, pp. 361-372.
10. Walker, J.R. (2011) *The Restaurant: from definition to explanation*. 6th edn. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
11. [www.google.com](http://www.google.com)