



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
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
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 19th, 2021

Содржина – Contents

СЕСИЈА: БИЗНИС ЛОГИСТИКА И БИЗНИС АДМИНИСТРАЦИЈА	16
SESSION: BUSINESS LOGISTICS & BUSINESS ADMINISTRATION	16
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
СЕСИЈА: ТУРИЗАМ, УГОСТИТЕЛСТВО И ГАСТРОНОМИЈА.....	159
SESSION: TOURISM, HOSPITALITY & GASTRONOMY.....	159
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

ГАСТРОДИПЛОМАТИЈА ВО ВРЕМЕ НА ПАНДЕМИЈА

Васко Шутаров

Доцент д-р МИТ Универзитет, Скопје, vaskoshutarov@yahoo.com

Abstract

Gastrodiplomacy as a recent form of diplomatic activity, which has been in a strong rise and development for the past ten years, faced extraordinary challenges related to its functioning during the pandemic. Being essentially related to social gastronomy and gastrotourism, over the months of limited social contacts and movement, gastrodiplomacy dramatically transformed its basic operations in an almost identical way - from the space of real exchange of shared experiences related to traditional cuisines, the food and beverages of countries, regions and areas, it almost completely transferred its activities to the virtual space. Even in such extraordinary circumstances, numerous countries with rich and positive experience in practicing gastronomy managed to capture the interest and stay attractive to audiences abroad, inventing original and easily viable ways to promote the authenticity and attractiveness of their gastroculture, thus gaining exceptional advantage in the promotion of tourism, primarily cultural tourism and gastrotourism in the months of pandemic relief measures.

Keywords: *gastrodiplomacy, gastrotourism, gastroculture, social gastronomy, pandemic*
JEL Classification: 100, 118, Z11, Z12, Z18

Вовед

Првата асоцијација која се наметнува кога се спомнува терминот „кршење леб“ е сликата за семејства собрани околу заедничка празнична трпеза на која во духот на традиционалните обичаи и сезонските специфичности заеднички се приготвува, се послужува и се конзумира храна. За други, кршењето леб асоцира на приготвување вечери во кои соседите се запознаваат и зближуваат преку заедничко гоштевање и вкосување кулинарски специјалитети на две или повеќе соседски домаќинства. За трети, кршењето леб асоцира на месни или локални собирања по различни поводи, најчесто од верски но и други празнични поводи, преку кои заедничката трпеза и лебот што се крши и подава од рака на рака претставуваат симбол на зближување и здушување помеѓу луѓе од поблиски но и подалечни заедници. За светот на меѓународните односи, концептот кој ја содржи фразата „кршење леб“, има сосем нови димензии и претпоставки, но принципот на препознавање и зближување преку приготвување, презентирање и конзумирање храна директно влијае врз креирањето и развојот на една од најновите алатки во модерната дипломатија, а тоа е гастродипломатијата.

Гастродипломатијата како новина во дипломатското практикување на меката моќ во политиката, за прв пат ја воведува Пол Роковер во 2012 година.(Rockover,2012) Според овој автор, гастродипломатијата се однесува на кампањи за односи со јавноста во странство организирани од држави, влади и невладини актери, кои имаат за цел да ја брендираат својата држава или нација, регион или заедница, преку промовирање на автентичноста и спецификите на храната. Во овој контекст, храната станува алатка на дипломатијата, посебно на јавната и културната дипломатија кои во својата мисија на дејствување токму преку храната ја применуваат старата мудрост, дека „и срцата и умовите полесно и поефикасно се освојуваат преку добро нахранетиот стомак.“

Иако почетоците на стратешката употреба на гастродипломатијата се врзуваат за нејзината дефиниција од 2012 година, познато е дека храната отсекогаш играла клучна улога меѓу луѓето од најраните години на цивилизацијата и историјата. Професорот Чарлс Спенс од Универзитетот во Оксфорд кој е познат со своите обемни истражувања за поврзаноста на храната и развојот на меѓучовечките односи, уверува дека најраните општества во човековиот развој се потpirале на ритуалот за заедничко јадење за да го обезбедат нивниот опстанок и за да ја олеснат и зајакнат меѓусебната кохезија. (Spence, 2017) Оттука можат да се извлечат и заклучоци дека кршењето леб во својата функција содржи подлабок историски, психолошки и физиолошки феномен, од актуелната перцепција на истиот. Феномен кој има несомнена социо-културолошка и политичка функција која модерните општества и држави сè повеќе и сè почесто ја користат, токму преку храната, за да ја истакнат својата културна, историска и политичка специфичност, создавајќи со тоа важни претпоставки и предности во своето позиционирање на мапата на меѓународните односи, преку создавањето што подобра перцепција за себе со привлечната моќ и атракција на домашната кујна и храна. Социјалната гастрономија како кохезивен фактор на домашен план и гастродипломатијата како обединувачки фактор околу традиционалните и културните вредности во меѓународното претставување, во својата основа ги содржат токму горенаведените претпоставки поврзани со храната.

Перспективите на гастродипломатијата до појавата на пандемијата

Иако науката ја одредува 2012 година како почетна во дефинирањето на гастродипломатијата како нова дипломатска практика и вештина, користењето на храната во функција на постигнување одредени дипломатски цели науката го поврзува со прапочетоците на дипломатијата како вештина и практика во спроведувањето на меѓународната политика. Храната отсекогаш била неодвоива и моќна алатка на дипломатските преговарачки маси, кога требало да се помират завојувани страни или кога требало да бидат превенирани потенцијални конфликти ситуации. Кога во 2012 година САД ја започнуваат масовната кампања за промоција на американската кујна и храна преку сите свои дипломатски мисии низ светот, тогашниот Државен секретар Хилари Клинтон ќе изјави дека токму храната е најстарата алатка која отсекогаш ги красела преговарачките маси низ сите етапи во развојот на дипломатијата и дипломатската практика. (BBC, 2018)

Несомнено, подемот на користењето на храната во дипломатски цели се поклопува со стекнувањето на предоминантност на меката моќ во политиката, поточно на јавната и културната дипломатија, кое се случува во меѓународните односи за време на Студената војна во втората половина од 20 век. Рамнотежата во трката во вооружување, нецелисходната и прекумерна употреба на тврдите средства на политичка моќ како што се воените закани и притисоци, економски блокади и сл. кои за време на Студената војна не ги постигнуваа зацртаните политички цели на тогашните светски супер-сили САД и СССР, ургентно на дневен ред го донесе практикувањето на средства и инструменти од арсеналот на т.н. мека политичка моќ, кои спаѓаат во доменот на јавната и културната дипломатија. (Nye, 2004)

Јавната и културната дипломатија се разликуваат од класичните или традиционални дипломатски методи и постапки по широчината на опфатот на обраќање, по користените средства и алатки и по своите цели. Јавната и културната дипломатија се обраќаат не само на дипломатската, односно политичката заедница во странство туку на севкупната јавност, најчесто користејќи ги културата и спортот во остварувањето на што поповолна и посакувана перцепција за својата држава. Музиката, литературата, уметничкото творештво, филмот, театарот, балетот, танците, модата, културното наследство, традициите и обичаите, спортската традиција и актуелните спортски дострели се обично предмет на интерес на јавната и културната дипломатија. Во време на новите технологии јавната и културната дипломатија го зголемуваат опфатот на интерес и влијание и преку сеопфатно користење на модерните технологии за влијание и креирање посакувана перцепција, преку т.н. дигитална дипломатија. Храната во овој

контекст, и во време на примена само на класичната или традиционална дипломатска практика била неодоив ритуал од постигнувањето на целите за препознавање, приближување и допаѓање кое страните во меѓународните односи го практикувале преку организирање заеднички работни состаноци на кои било вклучено и служење храна од страна на домаќинот. Француската дипломатска традиција низ целиот изминат век ги користела предностите на својата светски славна кујна, па освен на официјални дипломатски настани каде била служена, храната како моќно орудие за освојување симпатии и наклонетост била предвидена и за сите останати публики. Имено, близу секоја француска мисија во странство, од амбасадорска до конзулска, во непосредна близина на резиденцијалните објекти обично се лоцирани и по некој француски ресторан, француска кафетерија или слаткарница. Моќта на храната да освојува и придобива на посреден или непосреден начин била отсекогаш присутна во практикувањето на дипломатските активности.

Гастродипломатијата како дел од поновата јавна и културна дипломатија, според дефиницијата на Роковер претпоставува добро осмислена и добро организирана кампања од државни, владини и невладини актери за креирање на препознатлив бренд на државата и создавање наклонетост и блискост пред странски аудиторiums, преку атрактивната моќ на храната. Таквата мека политичка моќ на храната за зближување на поблиски и подалечни култури и заедници е старо сознание кое низ историјата на меѓународните односи и дипломатијата било неброено пати користено и потврдено во практика. Но, како систематски осмислена и организирана дипломатска акција интегрирана во севкупните дипломатски акции на државите е од понов датум и се врзува за неколку добри и успешни гастродипломатски практики последниве две децении.

Раѓањето на оваа нова гастродипломатска практика се случува 2002 година во Тајланд, преку пионерскиот но исклучително добро организиран владин проект за меѓународна промоција на државата, насловен како „Глобално, тајландски“.(CulinaryDiplomacy 2016) Целта која пред себе визионерски ја поставува тогашната тајландска влада е да се подигне нивото на културен интерес во светот за Тајланд како атрактивна туристичка дестинација. Според релевантни владини извештаи, обемената акција за отворање тајландски ресторани набргу ја постигнува целта. Од 5 500 тајландски ресторани ширум светот во 2002 година, бројката за само една деценија се удвојува и достигнува до 10 000 ресторани во 2013 година, а интересот за тајландската култура и тајландските туристички потенцијали преку атрактивната понуда на тајландска храна се мултиплицира и изразува преку експоненцијално зголемен интерес за Тајланд и неговите туристички потенцијали.

Друг впечатлив пример на добра гастродипломатска практика е поврзан со Јужна Кореја и иницијативата што во 2009 година ја поттикнува првата дама на државата Ли Мјунг-бак а се однесува на подобрувањето на имиџот на државата, традицијата и културата, преку акција за подготвување традиционални кулинарски специјалитети за американските ветерани од корејската војна во 50-те години од минатиот век. Целта на оваа гастродипломатска иницијатива била да се даде друга светлина, „нови мириси и нови вкусови“ во стекнатото искуство на американските воени ветерани, преку личен ангажман на јужнокорејската прва дама во приготвувањето традиционална храна и специјалитети. (Pham, 2013) Голем публицитет добива и иницијативата за заедничко подготвување јужнокорејски специјалитети на средбата на јужнокорејскиот со јапонскиот политички врв, каде што на јавна сцена двете први дами-домаќинки на настанот, заеднички подготвувале специјалитети од јужнокорејската кујна. Следејќи го ова позитивно искуство со користењето на храната за подобрувањето на имиџот на земјата, без разлика кон колку мала публика се врши промотивното обраќање, може да резултира со масовна поддршка и интерес на многу поширока јавност. Јужна Кореја во 2009 година преку Министерството за земјоделство, шумарство и риболовство почнува со издвојувања на 10 милиони долари годишни грантови за млади кои ќе сакаат да бидат обучувани за подготовка и промоција на јужнокорејска храна, што подоцна резултираше и со поддршка во отворање ресторани ширум светот, каде овие веќе обучени кадри беа испраќани во мисија. Организираната

гастродипломатска акција на Јужна Кореја во странство резултираше со многукратно зголемување на популарноста на јужнокорејската храна, но и создавање севкупна поволна промена во перцепцијата на културата на државата, пред сè кај американската публика.

Трет пример за добра гастродипломатска практика претставува Перу. Кога Организацијата за храна и земјоделство при ОН-ФАО ја прогласи 2013 година за „Година на киноа“, Перу како најголем светски производител на овој многу баран високопротеински продукт ги препозна можностите за промоција на своето земјоделско производство, својата традиција, култура и кујна и секако, за промоција на Перу како туристичка дестинација. (FAO, 2013) Перу не само што беше препознаен и признат од земјоделските авторитети на ОН како држава-лидер во интеграцијата на киноа во исхраната на многубројното население, туку владата презеде бројни други добро организирани дипломатски акции за промоција на киноа, преку фестивали и натпревари во странство, дизајнирани за да покажат колку лесно и колку добро може киноата да се интегрира со традиционални јадења од сите светски меридијани, истовремено лесно и едноставно комбинирајќи се со локални состојки во приготвувањето храна. 2015 година беше круна на перуанската гастродипломатска акција кога во организација на Генералниот конзулат на Перу во Швајцарија беше организиран „Вториот перуански гастрономски фестивал“ со бројни претставници на национални кујни од цел свет и со мотото „киноа спојува и обединува“. (QuinoaFusion, 2015)

Поновата гастродипломатска практикува ги оценува како исклучително умешни и успешно организирани средбите помеѓу францускиот претседател Емануел Макрон и естонскиот претседател Керсти Кајулаид во 2017 година, кога е послужен во знак на добредојде за високиот гостин од Франција естонскиот специјалитет мед од рози, а во високите думети на гастродипломатијата се вбројува и исклучително добро осмислената средба на врвот помеѓу вечно спротивставените ривали Северна и Јужна Кореја, кога на свечена вечера се служени традиционални јадења од двете држави кои биле омилените во детството на претседателите Ким Јонг-ун и Мун Џеј-ин.

Гастродипломатијата отвори нови можности за развој на меките моќи во политиката, во подобрувањето на брендот и имиџот на бројни држави и нации, во создавањето нови перспективи за популаризација на државите, нивните природни и културни богатства, воопшто нивната привлечност за туристи и посетители со најразлични интереси. Храната несомнено претставува силен катализатор за зближување на луѓето од различни култури, еден неизнуден и ненаметлив пристап кој ги спојува различностите помеѓу еднаквите на трпезарискиот стол. Споделените искуства во запознавањето на помалку познати и сосем непознати култури и кујни, има во суштина една благородна мисија за разбивање на предрасудите кон другите, за нивно препознавање и потенцијално стекнување наклонетост и симпатија. Познатиот американски новинар Брејден Руди (Braden Ruddy) во едно истражување открива дека по конзумирањето храна од некоја помалку позната држава и култура, скоро 56 % од луѓето се склони да го променат на подобро мислењето за таа држава и нејзината култура, а дури 84 % од нив би размислиле и за патување во таква дотогаш непозната и нова дестинација. (Ruddy, 2014) Руди во истражувањето исто така открива дека држави кои биле во конфликт или затегнати меѓудржавни односи, но кои направиле обид преку гастродипломатски акции како Јужна Кореја и Колумбија, го промениле на подобро сопствениот имиџ и излегле полесно од непосакуваната перцепција и лоша репутација за нестабилна или потенцијално воена зона, неатрактивна за странски посетители и туристи.

Бројни држави измината деценија до појавата на пандемијата, ја препознаа моќта на гастродипломатија и одвојуваа големи финансиски и човечки ресурси во промоција на нивната традиционална кујна и специфичностите и автентичноста на нивната храна. Освен САД, Тајланд, Јужна Кореја и Перу кои беа веќе спомнати, добра гастродипломатска практика имаат и земјите како Данска, Норвешка, Шведска, Јапонија, Кина, Тајван, Малезија и Австралија, а чекор со нив

држат и Русија, Унгарија, Полска, Чешка кои изминатиов период имаа гастродипломатски иницијативи и акции и во градови од нашата држава.

Заедничкото конзумирање храна, концептот наречен заедничко „кршење леб“, претставува и емоционален и културолошки чин, храната несомнено може и да зближува и да разделува, да биде во функција освен на градење добар имиџ и посакувана перцепција и во функција на ефективни решавања затегнати и конфликтни меѓународни односи. Гастродипломатијата во овој контекст има повеќедимензионални можности, кои современите држави веќе знаат и умеат како да ги искористат. Бројни научни истражувања даваат поткрепа на гастродипломатската практика која е ставена во функција на разрешување конфликтни меѓународни односи и преговори и договарања кои ги следат. На Универзитетот во Хаифа се вршат истражувања кои ја поткрепуваат тезата дека во природата на луѓето е да стекнуваат полесно наклонетост и добро мислење после добро поминати заеднички ручек или вечера. Бројни невладини актери со свои проекти го проширија и надградија концептот на гастродипломатијата, преку креативни и експериментални проекти како што е „Конфликт-кујната“ во Питсбург во САД која е позната по служењето храна од држави и региони со кои САД се во војна или се во затегнати односи. Овој проект поттикна бројни други слични проекти, посебно во САД, каде кујната и храната се алатка која ги намалува предрасудите и анимозитетите кон одредени други држави и култури. (ConflictKitchen, 2017) Уметникот Мајкл Раковиц (Michael Rakowic) поставил концепт за подвижна кујна во камион наречен „Непријателска кујна“, каде кувари од Ирак и американски војници од боиштата во Ирак заеднички подготвуваат и послужуваат храна. Мотивацијата да се надминат поделбите, значи сплотување на доскорешни непријателско спротивставени актери кои преку заедничкото искуство поврзано со подготовка и продажба на храна ги надминуваат анимозитетите едни кон други, а истовремено се стекнуваат и со заеднички профит. (Rakowitz, 2007)

Исклучително добар пример за потесна соработка помеѓу културната дипломатија и гастродипломатијата е соработката на светски познатиот Музеј на современата уметност МоМА од Њујорк, каде во септември 2018 година се одржа „Саемот за истражување и развој, МоМА 27“ под наслов „Гастродипломатијата: Политика на храната“. Експерти од јавниот, приватниот и граѓанскиот сектор ги соочија своите истражувања и искуства за улогата на храната во политиката, дипломатијата и пошироката општествена заедница, сублимирајќи ги во следниов заклучок: „заедничкото споделување оброк може да ги надмине бариерите и границите на начин на кој ништо друго со таква едноставност и ненаметливост не може да му биде алтернатива или замена“. Истовремено, храната како важен чинител во одредувањето на културниот идентитет може исто така да биде двигател на конфликти. „Нашата цел е да го приближиме до најголемо разбирање како функционира она што го сервираме во нашите чинии како алатка за мека моќ во политиката и дипломатијата“, ќе се каже во заклучоците од овој настан. (MoMA R&D, 2018)

Кога во меѓународните односи ќе бидат искористени сите други моќни политички инструменти кои државите ги имаат на располагање а резултатите од нив не се задоволителни, тогаш скоро сите современи дипломатии ги активираат алатките на јавната, културната, дигиталната и сè почесто и поуспешно средствата и алатките на кулинарската или гастродипломатијата. Гастродипломатските акции секогаш можат да бидат ставени во функција за ублажување на штетите по имиџот и перцепцијата на одредена држава, кога во меѓусебните односи се случува некаков застој или констернација кои можат да наштетат на севкупните односи. Големите дипломатии тоа го прават редовно и во поголеми размери, преку редовни годишни промоции на нивната кујна и традиција, како на пример германските божиќни базари на кои се нудат германска храна и пијалоци, или редовната ноемвриска промоција на новите реколти француски вина придружени со служење француска храна, организирани насекаде низ светот. За помалите и не толку моќни држави и дипломатии препорачливо е да вложуваат многу повеќе во културната и гастродипломатија како најсигурен начин дека токму преку овие форми на мека моќ ќе можат

и најдобро да им парираат на далеку помоќните држави и нивните продорни дипломатски акции низ светот.

Гастродипломатија во време на пандемија

Кога се зборува за гастродипломатија, тогаш се подразбира нејзината иманентна социо-културна компонента на споделени искуства кои се одвиваат во непосредна и жива комуникација. Социјалната гастрономија, то ест, споделеното заедничко и непосредно комуницирање во кое се конзумира храна, е основна претпоставка за креирање поволен амбиент во кој гастродипломатијата може да дејствува и ефектуира посакувани резултати. Низ сите форми на организирање гастродипломатски активности: Саеми на храна, фестивали и натпревари, манифестации „Денови на национални кујни“, социјалната непосредност, неприсилност и ненаметливост, личниот и директниот контакт и впечаток од конзумирањето храна, се неодоиви компоненти од стандардите за добра гастродипломатска практика. Впрочем, кршењето леб како чин на споделување и сплотување може да се одвива само во реално време, помеѓу два или повеќе учесници во непосредна комуникација.

Пандемијата со корона вирусот сериозно ги загрози сите досега вообичаени форми и методи на дејствување на поновите дипломатски практики, од јавната преку културната дипломатија, до гастродипломатијата. За сите нив како мека политичка моќ во меѓународните односи главна карактеристика е непосредниот и ненаметлив личен контакт, помеѓу претставници од културниот, уметничкиот, спортскиот свет или мајстори од кулинарството од една страна и странската публика од друга страна. И доминантното мислење во дејствувањето на овие три форми на дипломатски акции пред странски публики беше дека, најдобри се оние практики кои побудуваат емпатија од директната комуникација помеѓу, на пример, универзитетски професор пред студенти од странство, музички или ликовен уметник пред странска публика заинтересирана за уметност, спортски тим или врвен спортист пред спортска публика во странство, мајстор или шеф на кујна кој подготвува национални специјалитети непосредно пред заинтересирани конзументи од странство. Пандемијата од корона вирусот и рестриктивните мерки кои ги донесоа скоро сите влади во светот, значае редуцирање на скоро сите социјални контакти во живо, строго регулирање на движењето, ограничувања во меѓународниот патен промет, пропратени со крајно ригидни карантински ограничувања кои во голем број држави и сè уште се на сила. Владините мерки за заштита од пандемскиот вирус беа директен удар во дејствувањето на овие три форми на дипломатска акција, подеднакво на сите три: јавната дипломатија, културната и секако на гастродипломатијата. Од поновите форми на мека политичка дипломатска акција, само дигиталната дипломатија успеа веднаш да се прилагоди на новите пандемски услови, бидејќи нејзиното дејствување се одвива не толку во непосредниот реален простор, колку што во најголем дел во виртуелниот простор. Дигиталната дипломатија во време на пандемски ограничувања стана пример за добра дипломатска практика, но стана и платформа преку која после неколкумесечниот потполн застој, профункционираа останатите три важни дипломатски гранки во современите меѓународни односи.

Гастродипломатијата скоро истовремено со културната дипломатија, своето поле на дејствување го префрли во виртуелниот простор. И двете дипломатски практики во заеднички или одвоени дипломатски акции пред странски аудиторiums продолжија со промоција на културното наследство и културните вредности на своите држави и региони, на своите нации и помали заедници, повторно преку организирана акција од јавни, приватни и актери од граѓанскиот сектор, во обид да го задржат дотогашниот интерес и наклонетост на јавноста во странство, но и да понудат други атрактивни содржини кои би анимирале потенцијално нови интересенти за времиња во кои пандемијата би била совладана а рестрикциите од сферата на социјалните интеракции и патувањата во домашниот и меѓународниот транспорт повлечени.

Не е воопшто изненадување, што првите чекори во виртуелната промоција од доменот на културната дипломатија и гастродипломатијата ги направија држави кои веќе неколку децении се пример за добри дипломатски практики. САД, Франција, Италија, Шпанија, Кина, Германија, Полска и Чешка од сферата на културната дипломатија со видлив акцент и на гастродипломатската практика и државите кои и погоре во студијата се нотирани како најдобро позиционирани во промоцијата на нивните национални кујни, Тајланд, Јужна Кореја, Тајван, Јапонија, Кина, Малезија и Индонезија, Перу и Аргентина од јужноамериканскиот континент а од европскиот културен простор скандинавските држави, Данска, Шведска, Норвешка и Финска. Општиот впечаток што се наметнува од истражувањата за дејствувањето на гастродипломатијата за време на пандемските ограничувања е дека со посебно закупени интернет страници и канали, преку директни виртуелни контакти помеѓу подготвувачите и промоторите на национални кујни и традиционални специјалитети од една страна и бројните виртуелни следбеници на истите, во голем дел е запазено нивото на посакуван интерес за гастрономските атракции на одредени држави. Тоа може да се следи преку неколку популарни гастродипломатски акции, посебно меѓу публиката во САД. Многу американски организации меѓу првите се вклучија во проекти за виртуелна гастродипломатска акција и поставија стандарди кои подоцна во текот на пандемијата ги следеа сите подоцнежни акции со слични содржини и цели. Дизајнирани како за време на карантински ограничувања, првите пилот програми за себе врзаа изненадувачки голем интерес кај публиката, што на некој начин ги подигна стандардите за стекнување исто такво внимание за оние гастродипломатски акции кои подоцна ги следеа овие практики. Во овој контекст, може да се нотираат првите поважни гастродипломатски програми во американските градови Сан Диего, Бостон и Канзас Сити во 2020 година.

„Советот за дипломатија“ во Сан Диего беше иницијатор и домаќин на првите виртуелни пилот-програми уште со првите месеци на поголеми карантински затворања, кога познати мајстори на кујната ги воведуваа претставниците на локалната заедница во тајните на здравата исхрана од израелската кујна. Овие пилот-проекти побудија исклучителен интерес како за животот во далечниот Израел, неговата култура, гастрономска традиција, а истовремено неколку практични рецепти за подготвување брза но здрава храна станаа исклучително популарни помеѓу граѓаните на Сан Диего. (SanDiegoDiplomacy, 2020)

Друг позначаен пример за добра гастродипломатска практика се врзува за „Меѓународната програма за посетители-лидери“ која е водечка програма во моментот за професионална размена на Стејт депарментот на САД. Преку краткорочни посети на Соединетите држави, сегашни и идни лидери од многу области ја доживуваат земјата непосредно, од прва рака и негуваат трајни односи со нивните американски колеги. Една од програмите наречена „WorldBoston“ во 2018 година беше домаќин на преку 800 посетители од 50 земји во светот, чиј предмет на интерес бил прилично широк, од сајбер безбедност до културното наследство. (WorldBoston, 2020) Оваа програма скоро меѓу првите ја прилагоди својата активност во времето на ограничени меѓународни патувања и поголем дел од своите активности ги пренасочи во виртуелниот простор. Неколку циклуси од меѓународната соработка се одвиваа виртуелно и беа посветени на националните кујни на учесниците во програмите. Целта и на оваа програма беше да покаже дека и во услови на карантин, меѓународната културна размена и взаемно комуницирање и запознавање на култури може да се одвива непречено, овојпат преку размена на гастродипломатски искуства, меѓу кои за посебно впечатливи се сметале часовите за шпанската национална кујна.

Трет интересен пример се врзува за активностите на непрофитната граѓанска организација „Global Ties KC“, која постои повеќе од 65 години и која работи на подигање на свеста за граѓанска дипломатија меѓу населението во Канзас и Мисури, преку негување на интерперсонални живи контакти и соочувања на луѓе од различни култури. (GlobalTies, 2020) Свкупната активност оваа организација за време на пандемијата ја пренасочи во виртуелниот простор а за најлесен и наједноставен јазик на разбирање помеѓу потенцијалните посетители на

Канзас од странство и домашното население ја одбра храната и нејзиното приготвување, кое се одвиваше онлајн на бројни отворени канали и во една постојана динамика на размена на рецепти и искуства од разни национални кујни во светот.

За исклучително успешна гастродипломатска акција се смета иницијативата „Проектот Пуратиера“ на Амбасадата на Аргентина во САД; која за време на пандемијата успеа да осмисли начини на видео-презентација за аргентинската кујна пред американската публика. За таа цел во серијал од неколку епизоди беа подготвувани и емитирани прилози од кулинарските мајстории на еден од најдобрите аргентински шефови на кујна, како и на проминентни произведувачи на вермут. Американската публика имаше можност и во такви околности да научи многу за аргентинската култура и традиција, преку рецептите за автентична подготовка на аргентинско месо и производство и конзумирање различни типови пијалоци, меѓу кои и на познатиот аргентински вермут „Ла Фуерза“. (УРА-ASCOA, 2020)

Бројни се и други добри гастродипломатски практики од држави, посебно од групата држави чии гастродипломатски иницијативи и акции последнава деценија беа во постојан подем. Придобивките од добро осмислените кампањи за промоција на нивните национални кујни беа многукратни, а интересот за државите, традициите и културите беа во експоненцијален раст кај бројни туристи од цел свет. И затоа набргу по донесувањето на првите рестриктивни мерки предизвикани од коронавирусот државите со најдобри гастродипломатски практики донесоа и најбрзи можни трансфери на активностите од сферата на реалните, непосредни и живи контакти во сферата на виртуелните комуникации, продолжувајќи ги со несмалено темпо активностите за промоција на својата традиционална кујна, автентични производи и национални гастро-специјалитети. Државите кои не направија поголем прекин во проектираните активности веднаш продолжија и на овој начин континуирано да го држат нивото на интерес за својата држава и култура, а во првите месеци на олабавување на рестриктивните мерки подобро се позиционираа во трката за освојување на туристичкиот пазар.

Заклучок

Гастродипломатијата како понова форма на мека моќ во меѓународните односи е дипломатска пракса усвоена од бројни држави во светот, кои од предностите, посебностите и атрактивноста на нивните традиционални јадења и специјалитети од храната создадоа алатка за што подобра промоција на своите држави, традиција и култура, што повпечатлив бренд а со тоа и што поатраaktivна дестинација за привлекување туристи. Заедничкото кршење леб и седнувањето на иста трпеза отсекогаш било користено и во дипломатски цели, за создавање на поблиски и понаклонети односи, како помеѓу поединци од различни култури, така и помеѓу пошироки заедници од блиски или подалечни културни традиции. Пандемијата со коронавирусот директно ги нападна токму овие принципи и методи на дејствување на социјалната гастрономија на домашен план, како и гастродипломатијата како организирана државна активност на меѓународен план. Префрлувањето на активностите од реалниот во виртуелниот простор беше еден од начините да се одржи нивото на интерес кај веќе освоената наклонетост кај странската публика, а со оглед на непрегледноста на просторот и лесната достапност за размена на пораките емитирани на овој начин, за бројни моќни дипломатии беше предизвик да се освојат нови форми, методи и содржини кои уште подобро би ги позиционирале државите на меѓународната политичка мапа и светскиот трговски пазар. Добро осмислените гастродипломатски акции презентирани преку новите технологии и новите дигитални платформи беа гаранција за одржувањето на атрактивноста за сопствената држава кај веќе стекнатата публика, како и освојување на нови интересенти кои во периодот по завршувањето на пандемиските рестрикции би биле потенцијални посетители, туристи или просто публики со изразена симпатија и наклонетост кон државите кои умешно ги користеа предностите на храната за сопствена промоција и во вакви ограничувачки услови.

Референци

1. Nye, J. (2004) *Soft Power: The means to success in the world politics*, Public Affairs, New York,
2. Pham. A.M.J. (2013) *Food as Communication: A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy*, Journal of International Service
3. Rockower.P. (2012) *Recipes for Gastrodiplomacy*, Journal of Public Diplomacy and Place Branding
4. Ruddy. B (2014) *Hearts, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Reception of National Image*, Public Diplomacy Magazine
5. Spence.C. (2017) *Gastrophysics: The New Science of Eating*, Viking
6. Достапно на: *Diplomacy on the menu: How food can shape politics* - BBC News (прегледано 10.09.2021)
7. Достапно на: *Global Thai | Culinary Diplomacy* (прегледано 10.09.2021)
8. Достапно на : *Home | Food and Agriculture Organization of the United Nations (fao.org)* (прегледано 10.09.2021)
9. Достапно на: *Quinoa fusion – Zürich Suiza – Péruviens en Suisse (peruanosensuiza.ch)* (прегледано на 05.09.2021)
10. Достапно на: *Enemy Kitchen — MICHAEL RAKOWITZ* (прегледано 07.09.2021)
11. Достапно на: *MoMA R&D | Salon 27: Gastrodiplomacy* (прегледано 01.09.2021)
12. Достапно на: *Conflict Kitchen* (прегледано 03.09.2021)
13. Достапно на: *San Diego Diplomacy Council* (прегледано на 05.09.2021)
14. Достапно на: *WorldBoston* (прегледано 10.09.2021)
15. Достапно на: *Global Ties KC* (прегледано 11.09.2021)
16. Достапно на: *Embassy in United States | GASTRODIPLOMACY: COMMERCIAL PROMOTION IN TIMES OF PANDEMIC (cancilleria.gob.ar)* (прегледано 01.09.2021)