



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

СОЦИО-ЕКОНОМСКОТО ВЛИЈАНИЕ НА КОВИД-19: МАКЕДОНСКИОТ СЛУЧАЈ СО РАЗВОЈ НА Е-ТРГОВИЈАТА

Анета Стојановска-Стефанова¹, Марија Магдинчева-Шопова², Христина Рунчева
Тасев³

¹Доцент, Универзитет “Гоце Делчев“-Штип, Е-mail адреса: aneta.stojanovska@ugd.edu.mk

²Вонреден професор, Универзитет “Гоце Делчев“-Штип, Е-mail адреса:
marija.magdinceva@ugd.edu.mk

³Вонреден професор, Универзитет “Св.Кирил и Методиј“-Скопје, Е-mail адреса:
h.runchevatasev@pf.ukim.edu.mk

Апстракт

Коронавирусот го промени досегашниот начин на функционирање на поединците, компаниите и државите воопшто. Пандемијата остави последици во речиси сите сегменти на општественото живеење, а намалениот промет кај компаниите беше мотив за дигитализација на услугите. Многу компании и институции кои во минатото не овозможуваа услуги по електронски пат почнаа да користат алтернативните начини за пласирање на нивните производи и услуги на онлајн начин. Трудот ќе го презентира истражувањето на авторите за онлајн купувањето направено за време на пандемијата во 2020та година, а ќе даде и осврт на предизвиците со кои се соочува развојот на е-трговијата и ќе понуди адекватни заклучоци кои би можеле да бидат применливи во иднина.

Македонците, според официјалните податоци достапни од Народната Банка, во првите шест месеци од 2020 година направиле промет од 4,3 милијарди денари со платежни картички кај домашните интернет продавници што е раст од 113% споредбено со првите шест месеци од 2019 година. Според официјалните податоци, во јуни 2020 година имало 1.223 виртуелни места на продажба, односно е-продавници, што преставува раст од 20% во однос на декември 2019 година. Овие податоци како и сознанијата до кои дојдоа авторите во своето истражување ја потврдуваат основната хипотеза дека кризата предизвикана од Ковид-19 позитивно влијаеше на развојот на е-трговијата во нашата држава.

Клучни зборови: криза, трговија, онлајн купување, дигитализација, интернет услуги

Вовед

На 11 март 2020 година, Светската здравствена организација (СЗО) прогласи пандемија на болеста Ковид-19 предизвикана од новиот коронавирус SARS-CoV-2¹.

Владата на Република Северна Македонија, на седницата, одржана на 18 март 2020 година, врз основа на член 125 став 1 од Уставот на Република Северна Македонија предложи до Собранието на Република Северна Македонија да утврди постоење на вонредна состојба на територијата на

¹ World Health Organization, *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*, link: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>, last accessed August 5, 2021

земјата заради спречување на внесување, ширење и справување со вирусот Ковид-19². Прогласената пандемија од Светската здравствена организација со новиот вид на вирус кој е проширен на сите континенти, ја зафати и територијата на Република Северна Македонија и беше неопходна соодветна реакција.

Одлуката на СЗО и Владата на РСМ, упатија силна и јасна порака до сите дека состојбата со коронавирсот е крајно сериозна и дека секоја држава, согласно својата поставеност и здравствен систем, мора да почне да се подготвува за справување со оваа криза.

Врз основа на новонастанатата состојба, Владата на РСМ донесе сет на мерки кои требаше да ја подготват земјата и населението за “новата реалност“. На 22 седница на Владата, помеѓу останатото беше разгледана и усвоена информацијата за користење на средства од Развојна банка на Република Северна Македонија за поддршка на претпријатијата погодени од состојбата со коронавирусот. Исто така, беше наложена потреба од преземање на мерки за поддршка на бизнисот со цел олеснување, односно намалување на последиците што стопанството во Република Северна Македонија ги трпи како последица на коронавирусот. Една од мерките беше и воведување на нова кредитна линија од 5 милиони евра, преку која директно ќе се кредитираат компании чија што економска активност е погодена од коронавирусот. Кредитирањето беше предвидено да се врши со поповолни услови – подолг грејс периоди, подолг рок за отплата и пониски каматни стапки од стандардните кредити. Кредитите беа предвидени во висина од 5.000 евра до 20.000 евра, а висината се одредува во зависност од бројот на вработени во компанијата: за микро претпријатија со 1-10 вработени од 3 - 5 илјади евра, за мали претпријатија со 10-50 вработени од 5-15 илјади евра, за средни претпријатија со 50-250 вработени од 15-30 илјади евра³. Овој прв пакет на мерки понатаму беше менуван и дополнуван со серија на нови пакети на мерки кои Владата ги усвојуваше согласно развојот на состојбата со пандемијата на територијата на државата, како и погоденоста на економскиот сектор од здравствената криза.

На 26-тата седница на Владата на Република Северна Македонија беше донесена одлука за измени и дополнувања на одлуката за ограничување на движењето на граѓаните на целата територија во земјата.

Забраната за движење за сите граѓани од 21:00 до 06:00 часот, беше заменета со ограничување на движењето **од 21:00 до 05:00 часот** заради гужвите што се создаваа во јавниот превоз и заради потребата на граѓаните да стигнат на работните места во утринските часови. Дополнително, Владата донесе одлука да се забрани движењето на **граѓаните над 67 години од 11:00 часот до 05:00 часот следниот ден**. Владата исто така, донесе уште една одлука за ограничување на движењето на младите **до 18 години** и за нив забраната за движење ќе започнуваше **во 21:00 часот и траеше до 12:00 часот наредниот ден**⁴. На 18 март 2020 претседателот Пендаровски прогласи вонредна состојба во времетраење од 30 дена, а истата беше продолжена потоа на 16 април 2020 за уште 30 дена, и во средината на мај 2020 за уште 14 дена. Продолжувањето беше образложено, дека има за цел да им се овозможи на Владата и на останатите надлежни институции поефикасно да се борат со здравствените и социо-економските ефекти на пандемијата⁵.

² Влада на Република Северна Македонија, *Одлуки од 22 седница на Владата*, линк: <https://vlada.mk/node/20588>, последно пристапено 1 август 2021

³ Ibid.

⁴ Академик, *Дополнителни ограничувања на движењето на граѓаните*, линк: <https://akademik.mk/dopolnitelni-ogranichuvana-na-dvizheneto-na-graganite/>, 3 август 2021

⁵ Дојче Веле, *Ковид-19: Трето продолжување на вонредната состојба*, линк: <https://www.dw.com/mk/%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B4-19-%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%B6%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%9A-%D0%B5-%D0%BD%D0%B0->

Вонредната состојба која практично почна со прогласувањето на пандемијата, како и мерките за ограничување на движењето за заштита од ширење на пандемијата, значајна и ограничена можност за граѓаните за пазарење, кое во тој период го остваруваа во дозволените временски интервали, а притоа придржувајќи се до мерките за одржување на социјална дистанца, носење на заштитни маски и дезинфекција. Пандемијата, како и мерките во вонредната состојба влијаа на потрошувачите, но и на компаниите кои со новите мерки имаа драстичен пад на потрошувачката и профитот и многу од нив започнаа процес на дигитализација и нудење на услугите и производите онлајн.

Материјал и методи на работа

Во литературата електронска трговија (или е-трговија) е дефинирана како купување или продажба на стоки или услуги преку компјутерска мрежа⁶.

Постојат три главни типа на е-трговија: бизнис-бизнис (веб-страници како што се Shopify), бизнис-потрошувач (веб-страници како Амазон) и потрошувач-потрошувач (веб-страници како што е eBay)⁷. Според Molla, A & Heeks, R (2007), “е-трговијата може да донесе значителни придобивки за фирмите во земјите во развој”⁸. Според Abdul Gaffar Khan (2016), “удобноста е една од придобивките што клиентот ја добива од е-трговија и на тој начин се зголемува задоволството кај клиентите”⁹. „Дигитализација“ е една од најголемите трансформации на современото општество. Тековните промени поради дигитализацијата не се најмалку важни во секторот за малопродажба, што влијае и влијаеше врз развојот воопшто (Hagberg John et al, 2016)¹⁰. Според Almeida, G. A. A. et al (2007), “технологиите дизајнирани да ги подобрат комерцијалните трансакции користејќи Интернет, еволуираа брзо. Сепак, сеуште не сме постигнале идеален свет на безбедни трансакции со користење на Интернет, бидејќи нерешените прашања за приватност на купувачот го попречуваат понатамошниот развој на технологиите”¹¹.

Светското ширење на пандемијата од Ковид-19 предизвика дискусии за тоа дали може да се преориентираат купувачите и набавката на стоки и услуги да се одвива со помош на е-трговија. Така, потрошувачите ги заменија продавниците, супермаркетите и трговските центри со онлајн портали и други шопинг апликации, за купување најразлични производи почнувајќи од основни производи до познати брендови (Gokila, Dr. V. Gokila, 2021)¹².

<https://doi.org/10.1080/01972240701224028>, 3 август, 2021

⁶ Sarah Cleeland Knight and Catherine L. Mann, (2017), *Electronic commerce*, link: <https://oxfordre.com/internationalstudies/view/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-85>, last accessed August 2, 2021

⁷ ICAAL, *what is E-commerce?* link: <https://www.internetconsultancy.pro/blog/what-is-ecommerce/>, last accessed August 1, 2021

⁸ Molla, A & Heeks, R 2007, 'Exploring e-commerce benefits for businesses in a developing country', *Information Society*, vol. 23, no. 2, pp. 95-108. <https://doi.org/10.1080/01972240701224028>, last accessed August 3, 2021

⁹ Abdul Gaffar Khan (2016), *Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy*, link: https://globaljournals.org/GJMBR_Volume16/3-Electronic-Commerce-A-Study.pdf, last accessed August 7, 2021

¹⁰ Hagberg J. et al.(2016), *Digitalization of retailing: Beyond e-commerce*. link: https://www.researchgate.net/publication/274376739_Digitalization_of_retailing_Beyond_e-commerce, Last accessed August 07, 2021

¹¹ Almeida, G. A. A. et al (2007). *Promoting ECommerce in Developing Countries*, link: https://www.diplomacy.edu/sites/default/files/IG2007_E_Commerce.pdf, last accessed August 5, 2021

¹² Gokila, Dr. V. Gokila, (2021), *A Study on the Growth of E-Commerce during COVID-19*, link:<https://ssrn.com/abstract=3828398> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3828398>, last accessed August 8, 2021

Целта на овој труд е да ја истражи основната хипотеза дека кризата предизвикана од Ковид-19 позитивно влијаеше на развојот на е-трговијата во нашата држава.

Посебните хипотези се дека:

- забраните за движење на граѓаните во пандемијата, позитивно влијаеа на порастот на онлајн купувањето во Република Северна Македонија и
- рекламирањето на интернет позитивно влијае на онлајн потрошувачката.

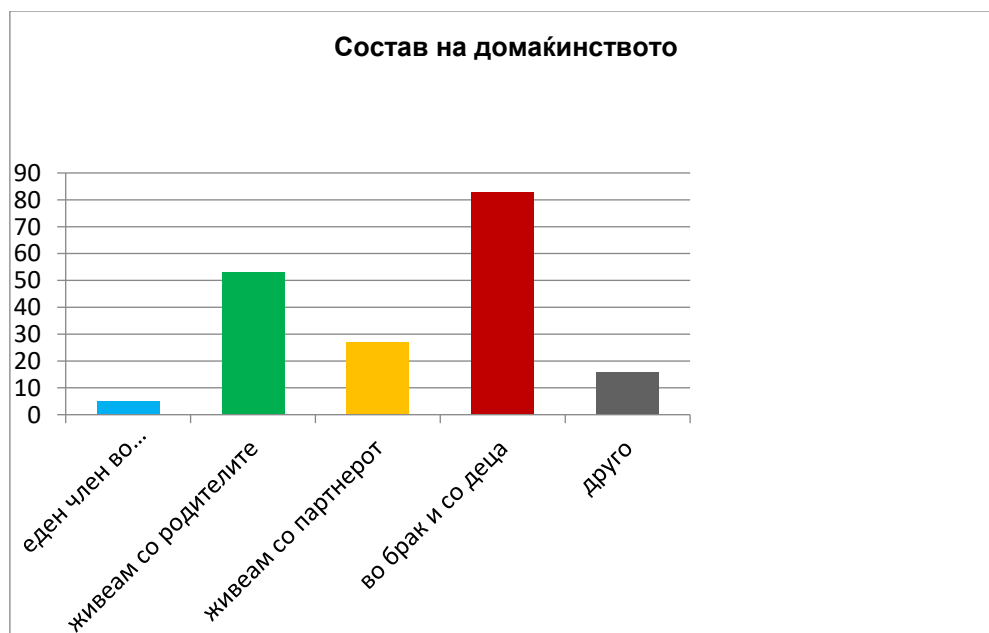
Хипотезите авторите ги тестираа преку методите на анализа на достапната литература, анализа на официјално достапните статистички податоци од институциите и спроведената анкета на платформата Microsoft Teams во периодот од 8 до 15 јуни 2020 година. Испитаниците кои одговараа на анкетата беа групирани во пет групи и тоа од 18 до 24 години, од 25 до 34 години, од 35 до 44 години, од 45-54 години и 55 години и повеќе. Од испитаниците вработени биле 72%, а невработени 10%, 15% биле студенти, а 3% биле пензионери. Според полот 72% од испитаниците биле од женски пол, а 28% од машки пол.

Во однос на местото на живеење, испитаниците биле од град Скопје и повеќе општини во Републиката, кои одговараа анонимно преку анкетен прашалник кој содржеше вкупно дваесет прашања.

Резултати од истражувањето и дискусија за предизвиците и можности за раст на е-трговијата во иднина

Врз основа на спроведеното истражување авторите дојдоа до сознанија кои укажуваат на предизвиците и можностите за раст на е-трговијата во иднина.

Помеѓу испитаниците 45% се изјасниле дека се во брак и со деца, 29 % дека живеат со родителите, 15% дека живеат со партнерот, 3% дека се единствени членови на домаќинството и 8% дале податок за друг статус.



Слика 1. Состав на домаќинствата на испитаниците

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

На прашањето каде најчесто пазаревте пред пандемијата од корона вирусот, 71% одговориле дека пазареле во хипермаркети/супермаркети, 11% одговориле дека пазареле во мини маркети, 6% во

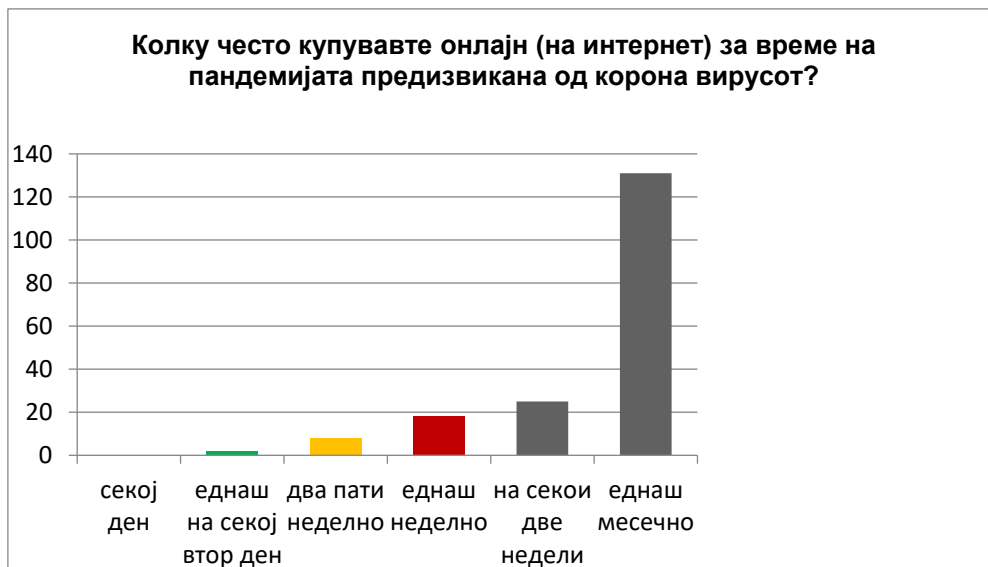
големи молови, ист процент од 6% испитаниците пазареле во мала маалска продавница, 3 % одговориле дека пазареле од интернет, 1% се изјасиле дека пазареле директно од производители, а 2 % избрале “друго“.



Слика.2 Преглед на местата за купување

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

На прашањето колку често купувавте онлајн (на интернет) за време на пандемијата предизвикана од корона вирусот, најголем процент 71% се изјасиле дека пазареле на интернет еднаш месечно, 15 % купувале на секои две недели, 10 % пазареле на интернет еднаш неделно, 4% купувале два пати неделно, а најмал процент 1% пазареле секој втор ден, додека меѓу испитаниците нема потрошувачи кои купувале онлајн секој ден.

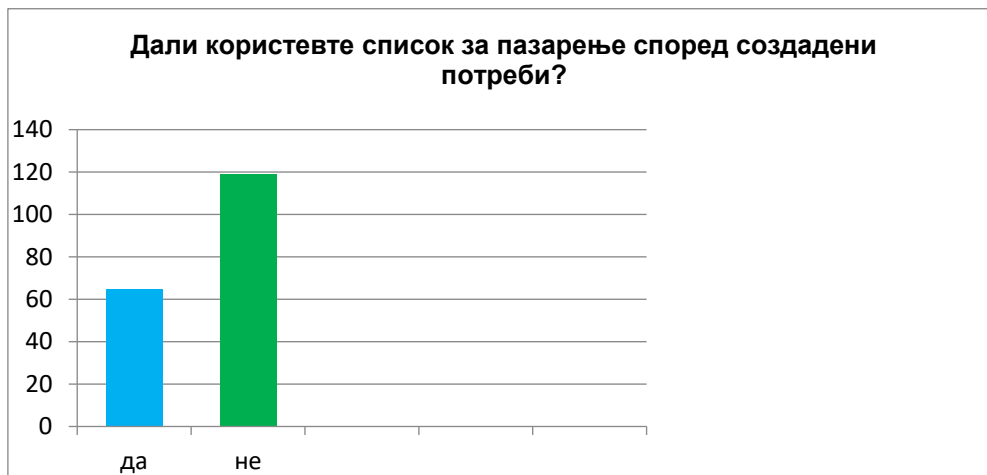


Слика 3. Преглед на потрошувачката на интернет за време на пандемијата предизвикана од корона вирусот

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

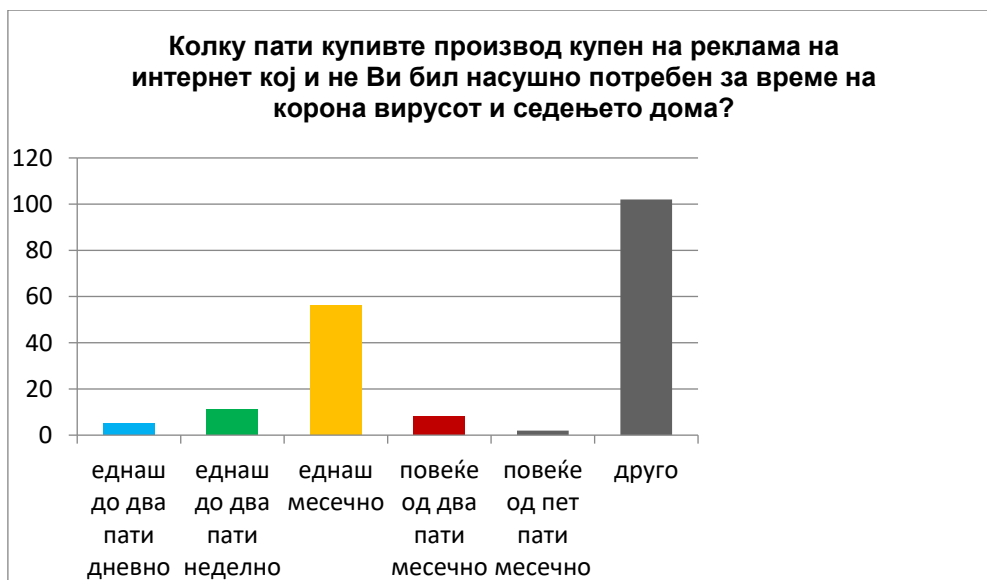
Во насока да се утврди начинот на кој потрошувачите купувале на интернет и како рекламните влијаеле на потрошувачката на интернет, беше поставено прашањето “Дали користевте список за пазарење на интернет според создадените потреби?”. На ова прашање 65 % одговориле дека не

користеле список за потребите, додека драстично помал процент 35% се изјасниле дека купувале врз основа на утврден список. Овој сооднос укажува на фактот дека понекогаш граѓаните се определувале да купат нешто од интернет и врз основа на атрактивноста на понудата или пак врз основа на реклама.



Слика 4. Преглед на начинот на пазарење на интернет според потребите
 Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

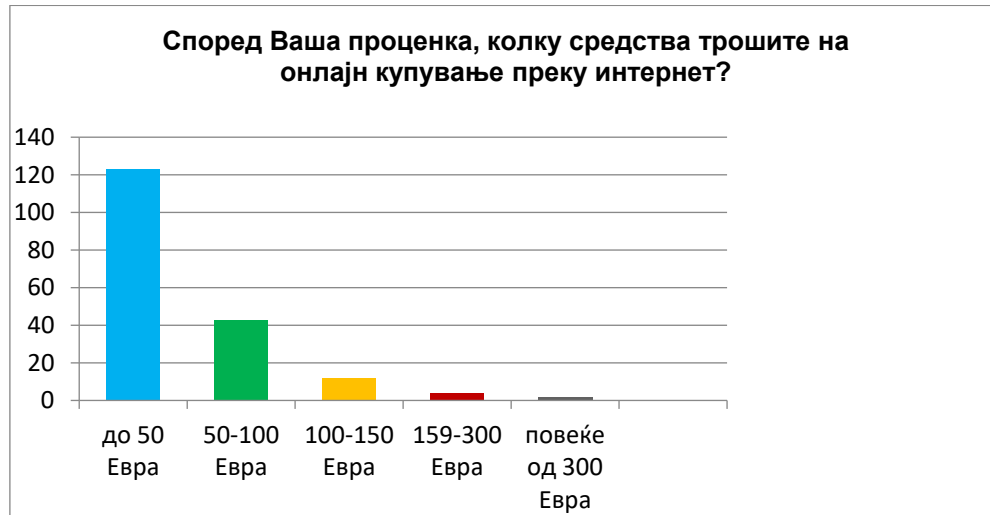
На прашањето “Колку пати купивте производ виден на реклама на интернет, кој и не Ви бил насушно потребен за време на корона вирусот и седењето дома?“. Од испитаниците, 31% одговориле дека еднаш месечно биле таргетираны со рекламната понуда на интернет и го купувале тој производ, 6% се изјасниле дека таков производ купувале еднаш до два пати неделно, а 4% повеќе од два пати месечно. Од испитаниците 3% еднаш до два пати дневно купувале производ виден на реклама на интернет, 1% купувале повеќе од пет пати месечно, а највисок процент од испитаниците 55%, немале јасен став по ова прашање и избрале “друго“.



Слика 5. Преглед за купување на производи од интернет врз основа на реклама, кои не им биле насушно потребни на купувачите
 Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

На прашањето “Колку средства трошите на онлајн купување преку интернет?“, најголем број од испитаниците 67% се изјасниле дека на интернет потрошиле до 50 евра во денарска

противвредност, повеќе од двојно помал процент или 23% дека потрошиле помеѓу 50 и 100 евра во денарска противвредност, 7% потрошиле помеѓу 100 и 150 евра, а само 2% потрошиле од 150 до 300 евра и најмал процент 1% потрошиле повеќе од 300 евра.



Слика 6. Преглед на висината на средствата кои потрошувалите ги трошеле за време на онлајн купување

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

Овие податоци за ниската сума која ја потрошиле најголем дел испитаниците, може да укажуваат на три аспекти поврзани со купувањето:

1. Платежната моќ на купувачите;
2. Недовербата кон безбедноста на електронските трансакции;
3. Недовербата кон онлајн продавниците за замена на производот или рефундирање на средствата во случај да не ги задоволува очекувањата и да сакаат да го вратат.

На прашањето “Што најчесто купувавте онлајн за време на седењето дома во деновите на карантин или полициски час предизвикани од корона вирусот?“, 36% се изјасниле дека купувале облека, значителен процент 28% купувале храна, 15% купувале апарати за домаќинство, 11% се изјасниле дека купувале козметика и средства за дезинфекција, 8% нарачувале друштвени игри и играчки за деца, а 2% лекови.



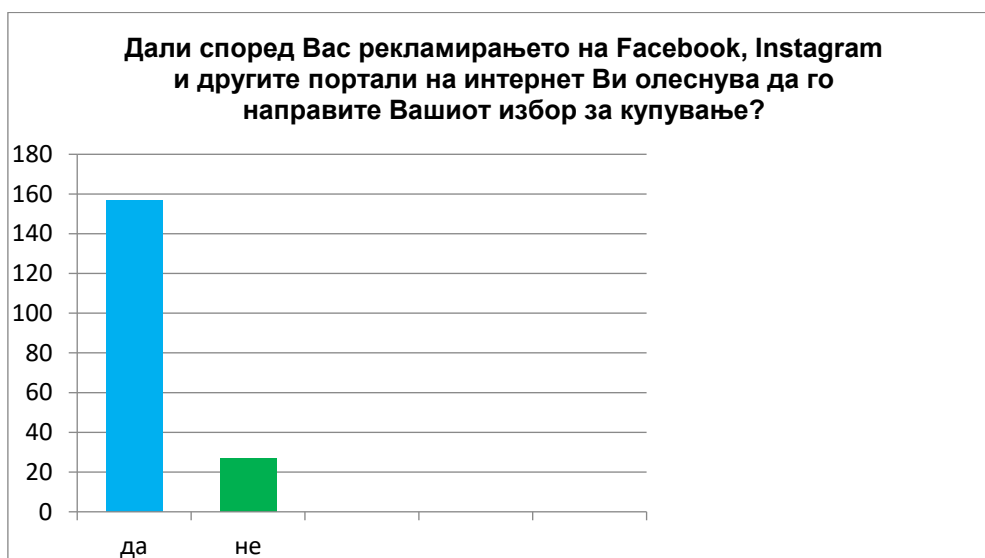
Слика 7. Преглед на купувањата на интернет според видот на производот
 Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

На прашањето “Дали според Вашето искуство пазарењето на интернет или онлајн продажбата е корисна за Вас и Ви заштедува време?“, најголем процент од испитаниците 84% се изјасниле позитивно, а само 16% негативно.



Слика 8. Табеларен приказ за проценка за заштеда на време при онлајн пазарење
 Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

Во насока да се утврди како влијае рекламирањето на социјалните мрежи на купувањето беше поставено и прашањето “Дали според Вас рекламирањето на Facebook, Instagram и другите портали на интернет Ви олеснува да го направите Вашиот избор за купување?“, најголем процент 85% се изјасниле позитивно, а 15% негативно.

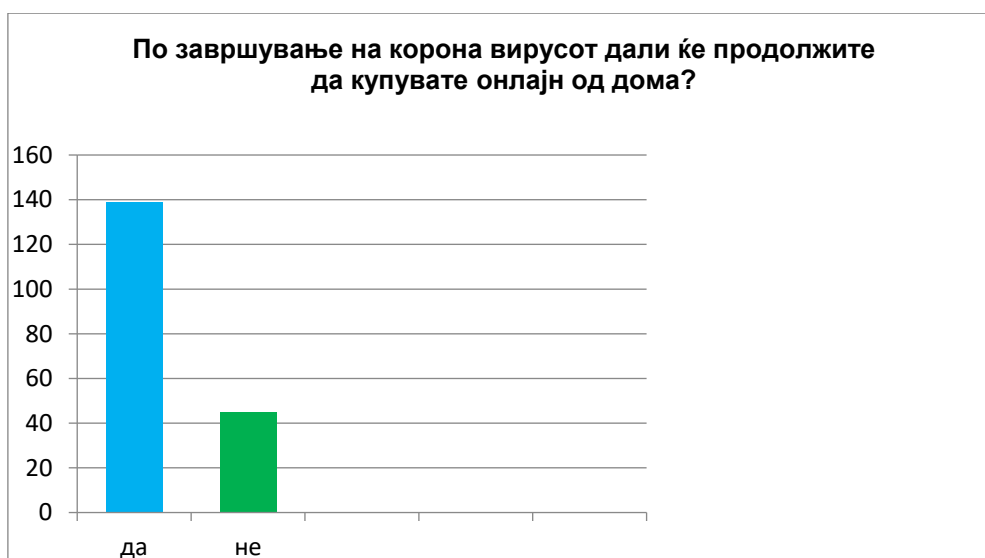


Слика 9. Табеларен приказ за влијанието на рекламирањето на интернет во олеснување на изборот на купување

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

Истражувањето покажа дека позитивните искуства кои потрошувачите ги стекнале купувајќи онлајн за време на пандемијата, планираат да ги продолжат и во иднина. Овој сооднос на добиените резултати од испитаниците ја потврдува и втората помошна хипотеза дека рекламирањето на интернет позитивно влијае на онлајн потрошувачката.

Па така, на прашањето “По завршување на корона вирусот дали ќе продолжите да купувате онлајн од дома?”, “да“ одговориле 76%, а само 24% одговориле “не“.



Слика 10. Преглед на испитаници кои и по завршување на пандемијата би пазареле онлајн

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

Овој позитивен тренд ја потврдува основната хипотеза на авторите дека кризата предизвикана од Ковид-19 позитивно влијаеше на развојот на е-трговијата во нашата држава и укажува на фактот дека е-трговијата има потенцијал да се развива и во иднина.

Податоците дека 76% би продолжиле да купуваат онлајн и по завршување на пандемијата предизвикана од Ковид-19 помеѓу останатото може да се должат и на задоволството на

потрошувачите од квалитетот на досега купените производи, удобната атмосфера во која купувале и заштедата на време.

Имено, на прашањето “Дали сте задоволни од квалитетот на производите кои сте ги избрале и купиле онлајн?”, 80% се изјасниле потврдно, а 20% одговориле “не”.



Слика 11. Преглед на задоволството на потрошувачите од квалитетот на производите купени онлајн

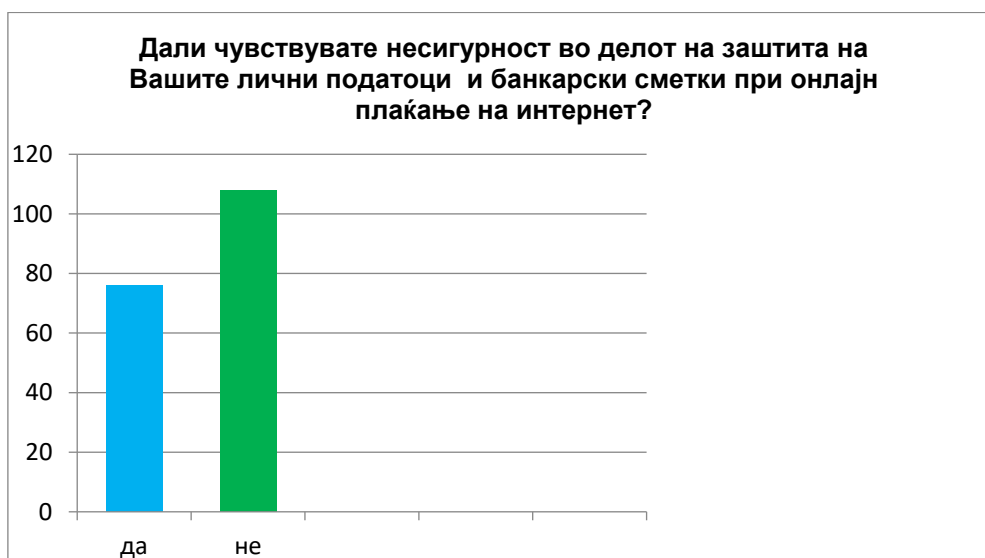
Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување
Во однос на користењето на онлајн услугите испитаниците беа прашани и “Дали плаќате сметки за месечни режиски трошоци и телефон преку интернет?”, од нив 70% одговориле „да“, а 30% одговориле негативно.



Слика 12. Преглед на плаќање на сметки за режиски трошоци онлајн

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

На прашањето “Дали чувствувате несигурност во делот на заштита на Вашите лични податоци и банкарски сметки при онлајн плаќањето на интернет?”, 59% одговориле негативно, а 41% позитивно.



Слика 13. Табеларен приказ на сигурноста на личните податоци и банкарските сметки при електронско плаќање

Извор: Сопствена аналитика на авторите врз основа на спроведено истражување

Високиот процент на испитаници кои одговориле дека чувствуваат несигурност во делот на заштита на личните податоци и банкарските сметки укажува на потребата во иднина институциите, компаниите и банките да развијат алатки преку кои ќе ја зголемат довербата кај потрошувачите.

Трендот на развој и раст на е-трговијата по почнувањето на корона кризата кај физичките лица е нотирана и во официјалната статистика објавена од страна на Народната Банка на Република Македонија. Македонците, според официјалните податоци достапни од Народната Банка, во првите шест месеци од 2020 година направиле промет од 4,3 милијарди денари со платежни картички кај домашните интернет продавници што е раст од 113% споредбено со првите шест месеци од 2019 година. Според официјалните податоци, во јуни 2020 година имало 1.223 виртуелни места на продажба, односно е-продавници, што преставува раст од 20% во однос на декември 2019 година¹³.

Статистиката укажува дека граѓаните се почесто ги користеле придобивките на електронското банкарство. Бројот на електронски кредитни трансфери иницирани од страна на граѓаните во март се зголемил за значителни 30,3% на годишна основа, односно за 21,4% на месечна основа. За извршување на плаќањата, граѓаните особено ги користеле компјутерите. Поконкретно, кај плаќањата извршени преку компјутер, во март се забележува висок годишен раст од 26,4% односно месечен раст од 27,2%, којшто е двојно повисок од годишниот раст во првиот квартал од оваа година, којшто изнесуваше 13,8%. Исто така, граѓаните ги користеле мобилните телефони за извршување плаќања значително повеќе во споредба со претходно. Бројот на плаќања извршени со мобилен телефон во март пораснал за 45,5% на годишна основа, при поумерен

¹³ Слободна Европа, *Пандемијата го забрза дигитализирањето на бизнисите*, достапно на: <https://www.slobodnaevropa.mk/a/%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%98%D0%B0-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%98%D0%B0-%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%81/30978291.html>, последно пристапено на 7 август, 2021

месечен раст од 7,4%. Остварениот раст кај плаќањата извршени на ваков начин е релативно блиску до годишниот раст остварен во првиот квартал од минатата година, од 45,9%¹⁴.

Народната банка на Република Македонија објави дека плаќањата со платежни картички на физички места на продажба во првиот квартал од 2020 година оствариле висок годишен раст од 22,3%, којшто произлегува пред сè од физичките лица. Притоа, во март бил забележан годишен раст на бројот на трансакциите на физичките лица од 11,4%, при висок годишен пад на трансакциите кај правните лица од 17,8%.

Во однос на користењето на платежните картички на местата на продажба на интернет, во првиот квартал од оваа година исто така е забележан висок годишен раст кај бројот на трансакциите со 62,3%, којшто произлегува пред сè од физичките лица.

Ова укажува дека граѓаните засилено ги користеле платежните картички за купување преку интернет во март, достигнувајќи многу висок годишен раст од 99%, при забележан годишен пад кај бројот на трансакциите на правните лица за 2,5%¹⁵.

И во заклучоците од третата годишна конференција за е-трговија одржана во 2020 година, во првата половина на 2020 е забележан раст во бројот на интернет продажни места, односно тој изнесувал 1223 во јуни 2020, наспроти 823 во 2017 година, односно 1020 во декември 2019 година. Во 2019 година, 36% од населението со интернет-пристап направило онлајн нарачка наспроти 20% во 2017 година. Вредноста на онлајн-трансакциите што Македонците ги направиле кон домашни е-трговци во вториот квартал од 2020 бележи раст од 177%. Позитивно е што структурата се менува и повеќе купувања/плаќања се прават кон дома, односно процентуалната вредност кон странски е-трговци изнесува 59%, наспроти 70% во 2017 година¹⁶. Според податоците објавени од страна на Асоцијацијата за електронска трговија на Македонија (АЕТМ) во текот на 2020 година реализирани се вкупно 10 милиони онлајн трансакции во земјата и во странство, наспроти 6,7 милиони во текот на 2019 година што претставува пораст од 50,1%. Доколку се погледне вкупната вредност на трансакциите, во 2020 година, Македонците потрошиле 229,5 милиони евра онлајн кон домашни и странски онлајн трговци. Се менува структурата на реализираните трансакции и сè повеќе се купува од домашни е-трговци. Споредено со 2019 година кога вкупната вредност на реализирани онлајн трансакции од Македонците изнесуваше 169 милиони, растот во 2020 не е значително поголем споредено со растот од претходните години, односно изнесува 35.6%¹⁷. Во податоците презентирани од страна на АЕТМ, се согледува и значајна промена во структурата на реализирани трансакции во 2020 година, односно ако во 2019 од вкупно потрошената вредност само 41% отпаѓаше на домашните е-трговци, во 2020 година, 73% од вредноста на онлајн трансакциите е реализирана кон домашни е-трговци.

Заклучок

¹⁴ Народна банка на Република Македонија, (2020), Граѓаните сè повеќе ги користат платежните картички и електронското банкарство, линк: <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstenie-08062020.nspх>, последно пристапено на 8 август, 2021

¹⁵ Ibid.

¹⁶ E-commerce Macedonian Association, (2020) link: <https://ecommerce.mk/5-zakluchoczi-od-tretata-godishna-konferenczija-za-e-trgovija/>, last accessed August 7, 2021

¹⁷ Асоцијацијата за е-трговија на Македонија, (2020), Прометот кај домашните е-трговци во 2020 пораснал за 135% споредено со 2019 година, линк: <https://ecommerce.mk/prometot-kaj-domashnite-e-trgovczi-vo-2020-porasnal-za-135-sporredeno-so-2019-godina/>, последно пристапено на 8 август, 2021

Врз основа на погоре изнесеното можеме да заклучиме дека пандемијата предизвикана од коронавирусот која донесе карантини и забрани за движење на населението позитивно влијаеше на развојот на е-трговијата и дека истата бележи континуиран раст во нашата држава.

Врз основа на направеното истражување може да се заклучи дека компаниите треба да се адаптираат на новата реалност и да развијат комуникациски стратегии со кои ќе ги дигитализираат услугите кон потрошувачите, притоа и да им помогнат на едноставен начин да пристапуваат кон понудите, кои треба да бидат јасни и креативни. Истражувањето покажа дека купувачите често се определуваат да купат производ кој го виделе на реклама на социјалните мрежи или на интернет порталите, со што се потврди една од помошните хипотези дека рекламирањето на интернет позитивно влијае на онлајн потрошувачката.

Истражувањето потврди и дека голем број потрошувачи се подготвени да продолжат да пазарат онлајн и по завршување на ковид панемиијата, а ова се поврзува со задоволството од купениот производ од интернет и удобната атмосфера за купување во која се зштедува време.

Можеме да заклучиме дека во иднина за да се задржи позитивниот тренд за интерес кон онлајн услугите потребно е компаниите да размислуваат за онлајн реклама како би ја направиле својата понуда достапна на побарувачката, но и да се работи на потткнување на довербата кај корисниците преку потврда на безбедноста на направените трансакции. Компаниите несомнено треба да работат на дигитализација и зајакнување на довербата кај потрошувачите преку примена на безбедносни протоколи, јасно дефинирани политики за приватност, едукација во соработка со банките за влевање на сигурност кај корисниците, како и гаранции за повраток на средства или можност за замена на производите/услугите.

Референци

1. Abdul Gaffar Khan (2016), *Electronic Commerce: A Study on Benefits and Challenges in an Emerging Economy*, link: https://globaljournals.org/GJMBR_Volume16/3-Electronic-Commerce-A-Study.pdf, last accessed August 7, 2021
2. Almeida, G. A. A. et al (2007). *Promoting ECommerce in Developing Countries*, link: https://www.diplomacy.edu/sites/default/files/IG2007_E_Commerce.pdf, last accessed August 5, 2021
3. Gokila, Dr. V. Gokila, (2021), *A Study on the Growth of E-Commerce during COVID-19*, link: <https://ssrn.com/abstract=3828398> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3828398>, last accessed August 8, 2021
4. Hagberg J. et all.(2016), *Digitalization of retailing: Beyond e-commerce*. link: https://www.researchgate.net/publication/274376739_Digitalization_of_retailing_Beyond_e-commerce, Last accessed August 07, 2021
5. ICAAL, *what is E-commerce?* link: <https://www.internetconsultancy.pro/blog/what-is-ecommerce/>, last accessed August 1, 2021
6. Molla, A & Heeks, R 2007, 'Exploring e-commerce benefits for businesses in a developing country', *Information Society*, vol. 23, no. 2, pp. 95-108. <https://doi.org/10.1080/01972240701224028>, last accessed August 3, 2021
7. Sarah Cleeland Knight and Catherine L. Mann, (2017), *Electronic commerce*, link: <https://oxfordre.com/internationalstudies/view/10.1093/acrefore/9780190846626.001.0001/acrefore-9780190846626-e-85>, last accessed August 2, 2021
8. World Health Organization, *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020*, link: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>, last accessed August 5, 2021
9. Академик, *Дополнителни ограничувања на движењето на граѓаните*, линк: <https://akademik.mk/dopolnitelni-ogranichuvana-na-dvizheneto-na-graganite/>, 3 август 2021
10. Асоцијацијата за е-трговија на Македонија, (2020), Прометот кај домашните е-трговци во 2020 пораснал за 135% споредено со 2019 година, линк:

- <https://ecommerce.mk/prometot-kaj-domashnite-e-trgovczy-vo-2020-porasnal-za-135-sporedeno-so-2019-godina/>, последно пристапено на 8 август, 2021
11. Влада на Република Северна Македонија, *Одлуки од 22 седница на Владата*, линк: <https://vlada.mk/node/20588>, последно пристапено 1 август 2021
 12. Дојче Веле, *Ковид-19: Трето продолжување на вонредната состојба*, линк: <https://www.dw.com/mk/%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B4-19-%D1%82%D1%80%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BB%D0%B6%D1%83%D0%B2%D0%B0%D1%9A%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B2%D0%BE%D0%BD%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D1%81%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%98%D0%B1%D0%B0/a-53631060>, 3 август, 2021
 13. E-commerce Macedonian Association, (2020) link: <https://ecommerce.mk/5-zakluchoczi-od-tretata-godishna-konferenczija-za-e-trgovija/>, last accessed August 7, 2021
 14. Народна банка на Република Македонија, (2020), Граѓаните сè повеќе ги користат платежните картички и електронското банкарство, линк: <https://www.nbrm.mk/ns-newsarticle-soopstanie-08062020.nspx>, последно пристапено на 8 август, 2021
 15. Слободна Европа, *Пандемијата го забрза дигитализирањето на бизнисите*, достапно на: <https://www.slobodnaevropa.mk/a/%D0%BF%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D1%98%D0%B0-%D0%B4%D0%B8%D0%B3%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%98%D0%B0-%D0%B1%D0%B8%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D1%81/30978291.html>, последно пристапено на 7 август, 2021