

UDK 37

ISSN 2545 - 4439
ISSN 1857 - 923X

INTERNATIONAL JOURNAL

Institute of Knowledge Management

KNOWLEDGE



Scientific Papers

SOCIAL SCIENCES

Vol. 57.1

KIJ

Vol. 57

No. 1

pp. 1 - 244

Skopje 2023

KNOWLEDGE



INTERNATIONAL JOURNAL

**SCIENTIFIC PAPERS
VOL. 57.1**

March, 2023

**INSTITUTE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT
SKOPJE**



KNOWLEDGE
International Journal Scientific Papers Vol. 57.1

ADVISORY BOARD

Vlado Kambovski PhD, Robert Dimitrovski PhD, Siniša Zarić PhD, Maria Kavdanska PhD, Mirjana Borota – Popovska PhD, Veselin Videv PhD, Ivo Zupanovic, PhD, Savo Ashtalkoski PhD, Zivota Radosavljević PhD, Laste Spasovski PhD, Mersad Mujevic PhD, Milka Zdravkovska PhD, Drago Cvijanovic PhD, Predrag Trajković PhD, Lazar Stosic PhD, Krasimira Staneva PhD, Nebojsa Pavlović PhD, Daniela Todorova PhD, Baki Koleci PhD, Lisen Bashkurti PhD, Zoran Srzentić PhD, Itska Derijan PhD, Sinisa Opic PhD, Marija Kostic PhD

Print: GRAFOPROM – Bitola

Editor: IKM – Skopje

Editor in chief

Robert Dimitrovski, PhD

KNOWLEDGE - International Journal Scientific Papers Vol. 57.1

ISSN 1857-923X (for e-version)

ISSN 2545 – 4439 (for printed version)

INTERNATIONAL EDITORIAL BOARD

President: Academic Prof. Vlado Kambovski PhD, Skopje (N. Macedonia)

Vice presidents:

Prof. Robert Dimitrovski PhD, Institute of Knowledge Management, Skopje (N. Macedonia)

Prof. Sinisa Zaric, PhD, Faculty of Economics, University of Belgrade, Belgrade (Serbia)

Prof. Mersad Mujevic PhD, Public Procurement Administration of Montenegro (Montenegro)

Prof. Tihomir Domazet PhD, President of the Croatian Institute for Finance and Accounting, Zagreb (Croatia)

Members:

- Prof. Azra Adjajlic – Dedovic PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Aleksandar Korablev PhD, Faculty of economy and management, Saint Petersburg State Forest Technical University, Saint Petersburg (Russian Federation)
- Prof. Anita Trajkovska PhD, Rochester University (USA)
- Prof. Aziz Pollozhani PhD, Rector, University Mother Teresa, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Anka Trajkovska-Petkoska PhD, UKLO, Faculty of technology and technical sciences, Bitola (N. Macedonia)
- Prof. Aneta Mijoska PhD, Faculty of Dentistry, University “St. Cyril and Methodius”, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Alisabri Sabani PhD, Faculty of criminology and security, Sarajevo (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Artan Nimani PhD, Rector, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Ahmad Zakeri PhD, University of Wolverhampton, (United Kingdom)
- Prof. Ana Dzumalieva PhD, South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Ali Hajro, PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Branko Sotirov PhD, University of Rousse, Rousse (Bulgaria)
- Prof. Branko Boshkovic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Branimir Kampl PhD, Institute SANO, Zagreb (Croatia)
- Prof. Baki Koleci PhD, University Hadzi Zeka, Peja (Kosovo)
- Prof. Branislav Simonovic PhD, Faculty of Law, Kragujevac (Serbia)
- Prof. Bistra Angelovska, Faculty of Medicine, University “Goce Delcev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Cezar Birzea, PhD, National School for Political and Administrative Studies, Bucharest (Romania)
- Prof. Cvetko Andreevski, Faculty of Tourism, UKLO, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Drago Cvijanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Dusan Ristic, PhD Emeritus, College of professional studies in Management and Business Communication, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Darijo Jerkovic PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Daniela Todorova PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Dragan Kokovic PhD, University of Novi Sad, Novi Sad (Serbia)
- Prof. Dragan Marinkovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Itska Mihaylova Derijan PhD, University Neofit Rilski, Faculty of pedagogy, Blagoevgrad (Bulgaria)

- Prof. Dzulijana Tomovska, PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Evgenia Penkova-Pantaleeva PhD, UNWE -Sofia (Bulgaria)
- Prof. Fadil Millaku, PhD, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
- Prof. Fatos Ukaj, University “Hasan Prishtina”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Georgi Georgiev PhD, National Military University “Vasil Levski”, Veliko Trnovo (Bulgaria)
- Prof. Halit Shabani, PhD, University “Hadzi Zeka”, Peja (Kosovo)
- Prof. Halima Sofradzija, PhD, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Haris Halilovic, Faculty of criminology and security, University of Sarajevo, Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Helmut Shramke PhD, former Head of the University of Vienna Reform Group (Austria)
- Prof. Hristina Georgieva Yancheva, PhD, Agricultural University, Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Hristo Beloev PhD, Bulgarian Academy of Science, Rector of the University of Rousse (Bulgaria)
- Prof. Hristina Milcheva, Medical college, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Izet Zeqiri, PhD, Academic, SEEU, Tetovo (N.Macedonia)
- Prof. Ivan Marchevski, PhD, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Ibrahim Obhodjas PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Doc. Igor Stubelj, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Prof. Ivo Zupanovic, PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
- Prof. Ivan Blazhevski, PhD, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Isa Spahiu PhD, AAB University, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Ivana Jelik PhD, University of Podgorica, Faculty of Law, Podgorica (Montenegro)
- Prof. Islam Hasani PhD, Kingston University (Bahrein)
- Prof. Jamila Jaganjac PhD, Faculty of Business Economy, University “Vitez”, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Jova Ateljevic PhD, Faculty of Economy, University of Banja Luka, (Bosnia & Herzegovina)
- Prof. Jonko Kunchev PhD, University „Cernorizec Hrabar“ - Varna (Bulgaria)
- Prof Karl Schopf, PhD, Akademie fur wissenschaftliche forchung und studium, Wien (Austria)
- Prof. Katerina Belichovska, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Krasimir Petkov, PhD, National Sports Academy “Vassil Levski”, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Kamal Al-Nakib PhD, College of Business Administration Department, Kingdom University (Bahrain)
- Prof. Kiril Lisichkov, Faculty of Technology and Metallurgy, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Krasimira Staneva PhD, University of Forestry, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Lidija Tozi PhD, Faculty of Pharmacy, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Laste Spasovski PhD, Vocational and educational centre, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Larisa Velic, PhD, Faculty of Law, University of Zenica, Zenica (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Łukasz Tomczyk PhD, Pedagogical University of Cracow (Poland)
- Prof. Lujza Grueva, PhD, Faculty of Medical Sciences, UKIM, Skopje (N.Macedonia)

- Prof. Lazar Stosic, PhD, Association for development of science, engineering and education, Vranje (Serbia)
- Prof. Lulzim Zeneli PhD, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Lisen Bashkurti PhD, Global Vice President of Sun Moon University (Albania)
- Prof. Lence Mircevaska PhD, High Medicine School, Bitola, (N.Macedonia)
- Prof. Ljupce Kocovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Marusya Lyubcheva PhD, University “Prof. Asen Zlatarov”, Member of the European Parliament, Burgas (Bulgaria)
- Prof. Marija Magdinceva – Shopova PhD, Faculty of tourism and business logistics, University “Goce Delchev”, Shtip (N. Macedonia)
- Prof. Maria Kavdanska PhD, Faculty of Pedagogy, South-West University Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Vaska Stancheva-Popkostadinova, PhD, Faculty of Public Health and Sport, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Mirjana Borota-Popovska, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Mihail Garevski, PhD, Institute of Earthquake Engineering and Engineering Seismology, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Misho Hristovski PhD, Faculty of Veterinary Medicine, Ss. Cyril and Methodius University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Mitko Kotovchevski, PhD, Faculty of Philosophy, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Milan Radosavljevic PhD, Dean, Faculty of strategic and operational management, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Marija Topuzovska-Latkovikj, PhD, Centre for Management and Human Resource Development, Institute for Sociological, Political and Juridical Research, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Marija Knezevic PhD, Academic, Banja Luka, (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Margarita Bogdanova PhD, D.A.Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Mahmut Chelik PhD, Faculty of Philology, University “Goce Delchev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Mihajlo Petrovski, PhD, Faculty of Medical Sciences, University “Goce Delchev”, Shtip (N.Macedonia)
- Prof. Marija Mandaric PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Marina Simin PhD, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Miladin Kalinic, College of professional studies in Management and Business Communication, Sremski Karlovci (Serbia)
- Prof. Marijan Tanushevski PhD, Macedonian Scientific Society, Bitola (N. Macedonia)
- Prof. Mitre Stojanovski PhD, Faculty of Biotechnical sciences, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Miodrag Smelcerovic PhD, High Technological and Artistic Vocational School, Leskovac (Serbia)
- Prof. Nadka Kostadinova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Natalija Kirejenko PhD, Faculty For economic and Business, Institute of Entrepreneurial Activity, Minsk (Belarus)
- Prof. Nenad Taneski PhD, Military Academy “Mihailo Apostolski”, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Nevenka Tatkovic PhD, Juraj Dobrila University of Pula, Pula (Croatia)
- Prof. Nedžad Korajlic PhD, Faculty of criminal justice and security, University of Sarajevo (Bosnia and Herzegovina)
- Prof. Nikola Sabev, PhD, Angel Kanchev University of Ruse, Ruse (Bulgaria)

- Prof. Nonka Mateva PhD, Medical University, Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Nikolay Georgiev PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Nishad M. Navaz PhD, Kingdom University (India)
- Prof. Nano Ruzhin PhD, Faculty of Law, AUE-FON University, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Oliver Dimitrijevic PhD, High medicine school for professional studies “Hipokrat”, Bujanovac (Serbia)
- Prof. Paul Sergius Koku, PhD, Florida State University, Florida (USA)
- Prof. Primoz Dolenc, PhD, Faculty of Management, Primorska University, Koper (Slovenia)
- Prof. Petar Kolev PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Pere Tumbas PhD, Faculty of Economics, University of Novi Sad, Subotica (Serbia)
- Prof. Rade Ratkovic PhD, Faculty of Business and Tourism, Budva (Montenegro)
- Prof. Rositsa Chobanova PhD, University of Telecommunications and Posts, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Rossana Piccolo PhD, Università degli studi della Campania - Luigi Vanvitelli (Italy)
- Prof. Rumen Valcovski PhD, Imunolab Sofia (Bulgaria)
- Prof. Rumen Stefanov PhD, Faculty of public health, Medical University of Plovdiv (Bulgaria)
- Prof. Rumen Tomov PhD, University of Forestry, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Sasho Korunoski PhD, UKLO, Bitola (N.Macedonia)
- Prof. Snezhana Lazarevic, PhD, College of Sports and Health, Belgrade (Serbia)
- Prof. Vasil Markov PhD, Faculty of Arts, SWU Neofit Rilski, Blagoevgrad (Bulgaria)
- Prof. Stojna Ristevska PhD, High Medicine School, Bitola, (N. Macedonia)
- Prof. Suzana Pavlovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)
- Prof. Sandra Zivanovic, PhD, Faculty of Hotel Management and Tourism, University of Kragujevac, Vrnjacka Banja (Serbia)
- Prof. Shyqeri Kabashi, College “Biznesi”, Prishtina (Kosovo)
- Prof. Temelko Risteski PhD, Faculty of Law, AUE-FON University, Skopje (N. Macedonia)
- Prof. Todor Krystevich, D.A. Tsenov Academy of Economics, Svishtov (Bulgaria)
- Prof. Todorcka Atanasova, Faculty of Economics, Trakia University, Stara Zagora (Bulgaria)
- Prof. Tzako Pantaleev PhD, NBUniversity, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Vojislav Babic PhD, Institute of Sociology, University of Belgrade (Serbia)
- Prof. Volodymyr Denysyuk, PhD, Dobrov Center for Scientific and Technological Potential and History studies at the National Academy of Sciences of Ukraine (Ukraine)
- Prof. Valentina Staneva PhD, “Todor Kableshev” University of Transport, Sofia (Bulgaria)
- Prof. Venus Del Rosario PhD, Arab Open University (Philippines)
- Prof. Vjollca Dibra PhD, University of Gjakova “Fehmi Agani” (Kosovo)
- Prof. Yuri Doroshenko PhD, Dean, Faculty of Economics and Management, Belgorod (Russian Federation)
- Prof. Zlatko Pejkovski, PhD, Faculty of Agricultural Sciences, UKIM, Skopje (N.Macedonia)
- Prof. Zivota Radosavljevic PhD, Faculty FORCUP, Union University, Belgrade (Serbia)
- Prof. Zorka Jugovic PhD, High health – sanitary school for professional studies, Belgrade (Serbia)

REVIEW PROCEDURE AND REVIEW BOARD

Each paper is reviewed by the editor and, if it is judged suitable for this publication, it is then sent to two referees for double blind peer review.

The editorial review board is consisted of 67 members, full professors in the fields 1) Natural and mathematical sciences, 2) Technical and technological sciences, 3) Medical sciences and Health, 4) Biotechnical sciences, 5) Social sciences, and 6) Humanities from all the Balkan countries and the region.

CONTENTS

IS DRUG MARKET LIBERALIZATION A KEY FACTOR IN REDUCING CRIME? ECONOMIC APPROACH	17
Vojislav Babic	17
Siniša Zarić	17
Rossana Piccolo	17
PROJECT MANAGEMENT IN PHARMACEUTICAL INDUSTRY	23
Igor Kikerkov	23
Maja Slaninka-Miceska	23
Kristina Pavlovska	23
Aleksandra Babulovska	23
Atanas Sivevski	23
THE IMPACT OF ECONOMIC DEVELOPMENT ON PLANNING REGIONS IN MACEDONIA	29
Goran Mihajlovski	29
SUSTAINABILITY-LINKED BONDS AS A PART OF THE SUSTAINABLE DEBT MARKET – STATE, OPPORTUNITIES AND CHALLENGES	35
Vanya Dencheva Tsonkova	35
BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES: TRENDS AND PERSPECTIVES IN ACCOUNTING AND AUDITING	45
Milica Stanković	45
Vladimir Kostić	45
Tiana Anđelković	45
DIFFERENTIATION PROBLEMS IN THE FIELD OF THEORETICAL ANALYSIS AND ACCOUNTING	51
Vladimir Kostić	51
ANALYSIS OF COSTS AND BENEFITS AS A METHOD OF ECONOMIC VALUATION AND DECISION-MAKING IN PROJECT MANAGEMENT	57
Srđan Milićević	57
Vladimir Kostic	57
SOFTWARE TECHNOLOGIES IN ACCOUNTING AND ANALYSIS IN MODERN COMPANIES	63
Vladimir Kostić	63
IMPROVED METHODOLOGY FOR ANALYSIS OF FULL COST OF PRODUCTION OF BGN 100 - with classification of costs by types of activities	69
Rositsa Ivanova	69
ACCOUNTING VALUATION POLICY FOR GOODS IN ENTERPRISES WITH INTERNATIONAL TRADE BUSINESS	75
Diana Dimitrova Petrova	75
DERIVATIVE FINANCIAL INSTRUMENTS ON THE ELECTRICITY MARKET AND THEIR SIGNIFICANCE FOR INSURANCE CORPORATIONS	83
Vladimir Kostić	83
COMPARATIVE DIFFERENTIATION IN AUDIT: CASE STUDY – REPUBLIC OF SERBIA AND EUROPEAN COUNTRIES	91
Nikola Vidović	91
Hatidža Beriša	91
Milenko Dželetović	91
TRADITIONAL PR VS DIGITAL PR	97
Milena D. Ilieva	97

DIGITAL MARKETING STRATEGY FOR SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES	103
Suzana Stojković	103
Milica Stanković.....	103
Tiana Anđelković	103
GOOGLE HOTEL ADS: NEW WAYS TO DRIVE HOTEL BOOKINGS AND REACH GUESTS....	109
Cvetanka Ristova Maglovska	109
Tanja Angelkova Petkova.....	109
DIGITAL BUSINESS ECOSYSTEM AND DIGITAL MARKETING STRATEGY OF AIRBNB COMPANY.....	115
Milica Stanković.....	115
Tiana Anđelković	115
Gordana Mrdak.....	115
Branislav Dimitrijević	115
GREEN MARKETING MIX AND PROMOTION OF RESPONSIBLE CONSUMPTION	121
Lidija Risteska	121
ENERGY AND ENERGY RESOURCES IN NEOCLASSICAL AND ECOLOGICAL ECONOMIC THEORY	127
Slađana Muškić	127
Slobodan Cvetanović.....	127
Dragan Turanjanin.....	127
COVID-19 PANDEMIC AS A CHALLENGE FOR REDEFINING TOOLS IN DIPLOMACY AND INTERNATIONAL RELATIONS	133
Aneta Stojanovska-Stefanova.....	133
Marija Magdinceva-Sopova	133
POLITICAL PARTIES AS A FACTOR IN THE POSTMODERNISM.....	139
Emil Dimitriev	139
CREDIBILITY OF ONLINE MEDIA SOURCES.....	145
Aleksandra Penjišević.....	145
Branislav Sančanin	145
CULTURAL EVENTS OF THE MUNICIPALITY OF ZAJEČAR IN THE LIGHT OF SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT	151
Miodrag Velojić.....	151
Maja Simonović.....	151
INNOVATIVE TECHNOLOGY AND ITS IMPACT ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF TOURISM	157
Vladimir Kitanov	157
Agim Asani.....	157
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL MARKETING ECOSYSTEM AND BUSINESS STRATEGY.....	163
Milica Stanković.....	163
Tiana Anđelković	163
Gordana Mrdak.....	163
Suzana Stojković	163
RISK MANAGEMENT AND CONTROL	169
Plamen Iliev	169
SOCIOLOGICAL REASONS FOR DIVORCE IN THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA	175
Kaltrina Zekolli Shaqiri	175
POSTING OF WORKERS IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY: AN OVERVIEW OF ALBANIA COUNTRY PRACTICES.....	181
Ilda Rusi.....	181
Flora Krasniqi	181

BUSINESS INTELLIGENCE - A CONDITION FOR SUCCESSFUL BUSINESS	187
Stefan Budzakoski	187
Lidija Risteska	187
MILITARY POWER OF THE EUROPEAN UNION - DREAM OR REALITY	195
Hatidža Beriša.....	195
Jelena Šuleić	195
Sandra Božić.....	195
CRIMINAL LEGAL PROTECTION OF PEOPLE'S HEALTH	203
Temelko Risteski	203
Biljana Spirkoska.....	203
Emrah Mihtaroski.....	203
HELP AND LEGAL PROTECTION OF CRIME VICTIMS	209
Fatime Banja.....	209
THE PRINCIPLE OF SEPARATION OF POWERS AND ITS APPLICATION IN THE PARLIAMENTARY, PRESIDENTIAL AND AUTHORITARIAN FORMS OF GOVERNMENT	215
Mariya Doncheva	215
EAST TIMOR AND ASEAN.....	221
Iliyan Genov Mateev	221
STRATEGIC SIGNIFICANCE OF COUNTRIES PART OF THE FORMER SOVIET BLOCK	229
Maja Mishkovska	229
HOUSEHOLD PRESS AS A FACTOR FOR CULTURAL AND SOCIAL DEVELOPMENT OF BULGARIAN WOMEN AFTER LIBERATION	235
Billiana Raikova Kovachev	235
RHETORIC IN LAW, ITS IMPORTANCE AND DEVELOPMENT	241
Robert Dauti	241

INNOVATIVE TECHNOLOGY AND ITS IMPACT ON THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF TOURISM

Vladimir Kitanov

Faculty of Tourism and Business Logistics, Goce Delcev University, Stip, North Macedonia,
vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Agim Asani

S.S.O.U "Mosha Piade", Tetovo, Republic of North Macedonia, agim-asani@hotmail.com

Abstract: The Internet is revolutionizing the world of computing and communications like nothing before. The invention of the telegraph, the telephone, the radio, and the computer laid the foundations for this unprecedented integration of possibilities. We see the retrospect and perspective of the development of new communication technologies from a social and technological aspect in the context of the development of new information and communication technologies at all levels of global, regional, national and local media communication.

The Internet is simultaneously a worldwide broadcasting facility, a mechanism for disseminating information, and a medium for collaboration and interaction between individuals and their computers regardless of geographic location. Tourism can be seen as an economic activity that produces a range of positive and negative impacts. Today, when tourism is one of the world's most propulsive industries, many countries see their great chance for economic progress precisely in its development. There is no doubt that, if the planning, development and management of tourism is put on a sound basis, it can be a powerful development stimulus for any country. Such an innovation factually mostly reflects on all branches of the market, not leaving out tourism as well as its economic development.

Keywords: tourism, technology, innovation, internet influence

ИНОВАТИВНАТА ТЕХНОЛОГИЈА И НЕЈЗИНОТО ВЛИЈАНИЕ ВРЗ ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ НА ТУРИЗМОТ

Владимир Китанов

Факултет за туризам и бизнис логистика, Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, Северна
Македонија, vladimir.kitanov@ugd.edu.mk

Агим Асани

С.С.О.У “Моша Пијаде”, Тетово, Република Северна Македонија, agim-asani@hotmail.com

Апстракт: Интернетот го револуционизира светот на компјутерите и комуникациите како ништо досега. Пронајдокот на телеграфот, телефонот, радиото и компјутерот ги постави темелите за оваа невидена интеграција на можностите. Ја гледаме ретроспективата и перспективата на развојот на новите комуникациски технологии од социјален и технолошки аспект во контекст на развојот на новите информатички и комуникациски технологии на сите нивоа на глобалната, регионалната, националната и локалната медиумска комуникација.

Интернетот во исто време е можност за емитување низ целиот свет, механизам за ширење информации и медиум за соработка и интеракција помеѓу поединците и нивните компјутери без оглед на географската локација. Туризмот може да се гледа како економска активност која произведува низа позитивни и негативни влијанија. Денес, кога туризмот е една од најпропулзивните светски индустрии, многу земји својата голема шанса за економски напредок ја гледаат токму во нејзиниот развој. Несомнено е дека, доколку планирањето, развојот и управувањето со туризмот се постават на здрава основа, тој може да биде моќен развоен стимул за секоја земја. Ваквата иновација фактолошки најмногу се одразува врз сите гранки на пазарот не изоставувајќи го и туризмот како и неговиот економски развој.

Клучни зборови: туризам, технологија, иновации, интернет влијание

1. ВОВЕД

Примената на информатичката технологија и туризмот се две од најдинамичните индустрии во светот. Благодарение на нив постојат вработувања на милиони луѓе ширум светот, тие исто така обезбедуваат можности за раст во руралните или периферните области. Технолошкиот напредок и туризмот одат рака под рака со години. Од 1980-тите, информациските и комуникациските технологии (ИКТ) го трансформираат

туризмот на глобално ниво. Развојот на ИКТ несомнено ги промени бизнисот, практиките и стратегиите, како и индустриските структури.

Главните фактори кои во меѓусебна интеракција ќе овозможат раст на глобалната економија, вклучително и на туризмот, се:

а) економски трендови: глобализација и промени на пазарот, подобрување на макроекономската политика, значително влијание на туризмот, раст на трговијата и инвестициите, економија базирана на знаење и креативност, раст на важноста и развој на човечките ресурси, раст на продуктивноста и конкурентноста, дифузија на информатичката технологија и раст на динамичен приватен сектор;

б) политички трендови: кохерентност на сите нивоа на власта, меѓународни безбедносни сили и регионални и етнички конфликти;

в) промени на животната средина: климатски промени и одржливост, исцрпување на природните ресурси и намалување на биолошката разновидност;

г) технолошки двигатели: информатички и комуникациски технологии и сообраќај; демографски трендови: популација и раст на постарата популација, урбанизација, промени во социјалните структури, здравство, промена на работните обрасци, промени во родовата структура и образование;

д) социјални трендови: богатство во финансиска смисла, но без слободно време, индивидуализам, потрага по различни и нови искуства, обука, барање вредност за парите, тенденција за експериментирање, зголемување на социјалната и еколошката свест и свесност за безбедноста, валоризација на културни вредности и локални ресурси.

Тековната глобализација, интернационализација и регионализација претставуваат предизвици за денешните земји и ја истакнуваат важноста и потребата за разбирање на долгорочните трендови во туризмот и неговата ефикасност. Брзата и синергетска интеракција помеѓу технологијата и туризмот доведе до промени во индустријата и во нашата перцепција. Информациската и комуникациската индустрија станува клучен играч во конкурентноста на туристичките субјекти и дестинации, како и во односите што го дефинираат туристичкиот систем.

Атрактивните презентации на деловни производи и туристички дестинации, софистицирана визуелизација на туристичките производи, консултантската улога на туристичките агенти, социјалната интеракција и размената на информации помеѓу патниците, како и богатството на информации на Интернет се клучни карактеристики на успешен туристички е-бизнис. Технологијата ја подобрува глобализацијата на индустријата преку обезбедување на ефикасни алатки за добавувачите да ги развиваат, работат и глобално да ги дистрибуираат нивните понуди.

Типични карактеристики на новите медиуми се мултимедија, виртуелност, комуникација, глобалност, интернационализација, дистрибуција, диверзификација, мобилност и соработка. Развојот на веб-страниците, капацитетот за пренос на податоци и брзината на мрежата влијаеја на многу луѓе широм светот кои користат технологија за да ги планираат своите патувања. Реинженерингот ја менува структурата на целиот туристички систем и создава сосема нов спектар на можности и закани за сите учесници. Може да се заклучи дека има радикални промени во однос на ефективната врска меѓу субјектите во туризмот на два начина. Првата се однесува на начинот на работење на компаниите и клиентите, а втората се однесува на регулирањето на односите меѓу субјектите, што го одредува деловното работење на туристичкиот пазар.

Најочигледен технолошки предизвик во туризмот е брзото ширење на информациите и комуникацијата воопшто преку Интернет. Светскиот и европскиот туризам доживеа значајни промени во последните години и е под се поголемо влијание на глобалните мегатрендови, а Интернетот е еден од нив. Во секторот на туристичката индустрија, како и во сите други видови на бизнис, Интернетот ги промени класичните методи и концепти на бизнисот и се користи како канал за комуникација, трансакција и дистрибуција.

Интернетот драстично го промени однесувањето на потрошувачите во туризмот. Интернетот е една од највлијателните технологии што го промени однесувањето на патниците. Претходните истражувања покажаа дека туристите кои пребаруваат на Интернет имаат тенденција да трошат повеќе на дестинацијата во споредба со оние кои консултираат други извори на информации. Мултимедијата, исто така, станува една од клучните области на развој што влијае на туризмот. Информациите за туризмот бараат обемна застапеност на фотографии и графики. Можеби една од најинтересните области се мобилните и безжичните технологии. Безжичен е термин широко користен за опишување на телекомуникациите во кои електромагнетните бранови (за разлика од жица) го носат сигналот.

Новите медиуми преку нов кориснички интерфејс го олеснуваат управувањето со мобилните апликации благодарение на сензорите за движење и геолокација и овозможуваат визуелизација на податоците во зависност од околината на корисникот. Под мултифункционални мобилни уреди подразбираме мобилни компјутери, паметни телефони и таблети. Во образованието за историја на туризмот, употребата на

проширена реалност е наменета за надворешна употреба со висок степен на мобилност на корисниците. Интернет преносот на податоци е овозможен со безжична врска, по можност достапна насекаде преку мобилните мрежи за податоци.

Растот на употребата на паметни телефони го прави пазарот на мобилни апликации еден од најбрзо растечките медиуми во историјата на потрошувачката технологија. Во рамките на бизнисот со мобилни апликации, апликациите за патување се седмата најпопуларна категорија на преземени апликации.

Со оглед на тоа што апликациите за патувања се толку популарни, важно е за туристичката индустрија, како и за развивачите на мобилна технологија да имаат јасно разбирање за пејзажот на мобилните апликации на пазарот и да видат што може да недостасува. Анализирајќи ги апликациите поврзани со патувања од перспектива на синџирот на вредност, се појавија 6 категории:

а) Навигација; Апликациите во категоријата за навигација им помагаат на посетителите да се движат во околината. Подкатегиите под навигација вклучуваат Систем за глобално позиционирање (GPS) и зголемена реалност

б) Социјален систем; Социјалната категорија вклучува апликации со споделување, соработка, комуникација или социјална компонента. Веројатно најочигледните од нив би биле сајтовите на социјалните мрежи каде луѓето ги споделуваат своите фотографии, размислувања и препораки. Социјалната категорија, исто така, вклучува методи на комуникација како што се СМС пораки и Skype

в) Мобилен маркетинг; Мобилните маркетинг апликации се користат за примање маркетинг пораки, како што се СМС пораки за купони, натпревари итн.

г) Безбедност/итна помош; Апликациите за безбедност и итни случаи вклучуваат услуги за локација за итни случаи, следење на здравјето, предупредувања за времето итн. Подкатегиите во овој дел вклучуваат медицински извештаи, служби за итни случаи и информации за итни случаи.

д) Трансакциски; Трансакциските апликации вклучуваат некаква трансакција, иако не мора да има размена на пари. Различни видови на апликации за трансакции се аукции, финансиски/банкарски услуги, билети/резервации и шопинг.

ѓ) Забава и информации; Апликациите за забава обезбедуваат опции за забава како што се игри, филмови, е-читачи, итн.

Помалите оператори и туристички агенти мора да го искористат експоненцијалниот раст на корисниците на Интернет во нивниот бизнис преку посилни партнерства и врски и зголемена ефикасност на нивните функции и квалитетни услуги засновани на работа и знаење на специјализиран и обучен кадар, што ќе се манифестира во зголемена продуктивност.

За туристичките компании, Интернетот нуди потенцијал за собирање информации и резервирање содржини кои се достапни за голем број туристи по релативно ниски трошоци. Тој нуди и алатка за комуникација помеѓу добавувачите на туризмот, посредниците, како и крајните потрошувачи. Појавата на онлајн електронската трговија обезбедува значителни можности за компаниите да ја прошират својата база на клиенти, да влезат на пазари на нови производи и да ги насочат операциите.

2. ЕКОНОМСКИОТ РАСТ ПРЕКУ ИНОВАЦИИТЕ ВО ТУРИЗМОТ

Туризмот, како и светската економија, доживеа значителни промени во последните неколку децении. Преференциите, интересите, вредностите и искуствата на туристите се променија во постмодерното време. Туристите денес се карактеризираат со нивните исклучително разновидни форми на интереси и активности. Луѓето очекуваат повеќе од одмор и патувањето стана дел од животниот стил и дел од човечката култура. Постојаните иновации во примената на хардверот, софтверот и развојот на мрежата значи дека само динамични организации, кои можат да ги проценат потребите на нивните засегнати страни и ефективно да одговорат на тие потреби, ќе можат да ги надминат нивните конкуренти и да го одржат својот долгорочен просперитет.

Вредноста на клиентите се дефинира како „што добиваат клиентите - (придобивки, квалитет, вредност, корисност) од купувањето и користењето на производот наспроти она што го плаќаат (цена, трошоци, жртви), што резултира со став кон производот или емотивна врска со производот“. Туристичката понуда се повеќе се индивидуализира, ориентирана кон поединецот и како резултат на тоа се појавуваат нови форми на туризам, прилагодени на секој поединечен патник. Може да се каже дека ваквата понуда е иновативна понуда која нуди необични искуства, изненадувања и стимулации, со што на туристот му обезбедува дополнителни емотивни придобивки во форма на амбиент, искуство, забава, авантура, контакт со други и слично.

Зборувајќи за поимот иновација, тоа се смета за воведување нови производи, нови методи на производство, нови пазари, нови добавувачи и слично, но исто така иновацијата не мора да подразбира концепт на

имплементација на нова идеја, изум на нов уред или развој на нов пазар, но може да значи и подобрување на постоечкиот, односно некаква форма на промена. Од друга страна, иновациите не мора да бидат ниту производ ниту производствен процес, туку можат да произлезат од различното разбирање на околината или животот. Утврдено е мислењето дека иновациите во услугите не се појавуваат често или дека воопшто не постојат, но иновациите во туристичкиот сектор се всушност многубројни и чести и посложени од иновациите во некои други сектори.

Имајќи предвид дека новите потрошувачки трендови, новата технологија, фрагментацијата на пазарот, глобализацијата, грижата за животната средина, економската интеграција и други појави во голема мера влијаат и на туристичкиот сектор, во 21 век ќе има големи промени на туристичкиот пазар. Појавата на нови пазари е под влијание на променливите економски услови, променетото однесување на потрошувачите и новите технологии, па затоа се менува и составот на туристичката популација.

Иновациите ефективно се случуваат на ниво на поединечни субјекти, што го остава отворено прашањето дали туристичката дестинација може да се смета за иновативна сама по себе. Исто така, се поставува прашањето што претставува иновација наспроти имитацијата. Ретко вклучува целосно нови производи и/или нови пазари, туку диференцијација, проширување на линијата на производи преку политики за брендирање или промени во односот на цената и квалитетот на производот. Процесите на иновациите за дестинациите се сè поинтерактивни, опфаќајќи го целиот пејзаж на дестинации организации и засновани на знаење собрани и внатре и надвор од дестинацијата.

Иновациите во услугите се карактеризираат со:

- а) Потребата да се разберат и да се вградат предусловите за давање на услугата, како и да се разбере самата услуга;
- б) Разбирање на фактот дека развојот на нова услуга и постоечките активности во дестинацијата ќе бидат тесно поврзани;
- в) Инкорпорирање на постојното знаење на давателите на услуги, при што овие засегнати страни можат да ги поместат границите и да се отворат кон знаењето што доаѓа однадвор.

Иновациите во туризмот тешко се одредуваат, но во исто време се сметаат за релативно лесни за имитирање, особено кога процесите се многу видливи, а технологијата е релативно недефинирана. Сепак, постојат ограничувања за учење и имитирање преку набљудување, а многу аспекти на иновациите во квалитетот на услугата, на пример, зависат од премолченото знаење.

Она што се промени во еволуцијата на туризмот е фактот што искуството стана срж на туристичкото патување. Како да поминете незаборавен одмор им стана поважно на туристите отколку каде да го поминат. Туристите бараат значителен и квалитетен производ, без оглед на локацијата на туристичката дестинација. Токму ова е причината зошто туристите се еден од главните двигатели на иновациите во туризмот бидејќи тие ја поттикнуваат иновативноста во целиот негов синџир на вредност. Технологијата е исто така важен двигател на иновациите во туризмот, бидејќи појавата и развојот на Интернетот во голема мера влијаеше на промените за разлика од класичните канали на дистрибуција.

За да го подобрат својот бизнис и да ја задржат својата позиција на туристичкиот пазар и да ги задоволат потребите на туристичката побарувачка, давателите на туристички услуги мора да се прилагодат со постојано следење на промените и воведување нови технологии. Појавата и развојот на Интернетот како дистрибутивен канал значително влијаеше на традиционалните дистрибутивни канали во туризмот.

Тур-операторите и туристичките агенции се принудени постојано да се менуваат и да воведуваат нови технологии со цел да го подобрат својот бизнис, да ја задржат својата позиција на пазарот и да ја задоволат туристичката побарувачка.

Значајно место има и промоцијата како еден од елементите на маркетинг миксот. Поради нематеријалноста и одвоеноста на местото на купување и потрошувачка, неопходно е да се претстави комплексен туристички производ до крајниот потрошувач. Промотивните активности се користат за комуникација со потенцијалните клиенти, обидувајќи се да ги убедат да користат одреден туристички производ користејќи различни средства и медиуми. Промоцијата создава побарувачка за производот, но може да биде регулирана или насочена, во зависност од поставените маркетинг цели.

Од друга страна, игнорирањето на ИКТ и избегнувањето на неговата имплементација во сите аспекти на бизнисот ќе резултира со негативни ефекти и ќе ја зголеми компаративната предност на конкурентите.

Постојат неколку олеснувачки фактори кои го зголемуваат задоволството на корисниците, имено:

- а) корисниците имаат повеќе информации на располагање и уживаат во поголем избор;
- б) намалувањето на бирократијата и документацијата ефективно ослободува време за услуги на клиентите;
- в) прилагодување на производите и имплементација на маркетинг „еден-на-еден“ со користење на информации собрани преку програми за лојалност;

- г) обезбедување на нови услуги, забава, канцелариска поддршка и информации;
- д) олеснување на оперативните задачи;
- ѓ) персонализација на услугата;
- е) подобра интеграција на одделенијата и функционирање на организациите со цел да се обезбеди подобра услуга.

3. ЗАКЛУЧОК

Технологијата е форма на кодифицирано знаење кое има долгорочни влијанија врз структурата и бизнисот на туризмот, како што е прикажано со концептуализирање на долгорочната технолошка промена во глобалната економија. Стапката на технолошки промени се забрза во последните децении. Компјутерските технологии, а особено интернетот, ги трансформираа условите за производство и потрошувачка на туризмот. Интернет платформите, социјалните медиуми и паметните телефони радикално го променија односот помеѓу производителите и потрошувачите. Ова не само што создаде огромни можности за иновации, туку и го промени балансот на моќ помеѓу потрошувачите и производителите, овозможувајќи и на најмалите компании да се рекламираат на глобално ниво преку нивните веб-страници. Понатаму, технолошките иновации се исто толку ефективни како и маркетиншките, организациски, процесни и производни иновации што ги придружуваат. Дури и најрадикалните технолошки иновации на крајот се обликувани од повеќекратни и променливи процеси на имплементација, т.е. поврзани, главно инкрементални, иновации.

Една од главните карактеристики на современиот туризам е жестоката конкуренција помеѓу туристичките дестинации, не само во специфичен туристички регион на кој припаѓа одредена дестинација, туку се повеќе на глобално ниво. Горенаведените промени им овозможува на новите дестинации да станат немилосрдни ценовни конкуренти на традиционалните дестинации.

ЛИТЕРАТУРА

- Gržinić, J. (2019). *Uvod u turizam–povijest, razvoj, perspektive*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma „Dr. Mijo Mirković.
- Hall, M. C., & Williams, A. (2019). *Tourism and innovation*, Routledge
- Prester, J. (2010.). *Menadžment inovacija*, Sinergija.
- Bilas, V., & Franc, S. (2018). *Inovacije i razvoj*, Notitia, Zagreb,
- Horner, S., & Swarbrook, J., (2020). *International cases in tourism management*, Elsevier, London
- Encyclopedia of Tourism (2019). Editor: Jafar Jafari, Routledge, London – New York.
- Kala, D., & Bagri, S. (2020). *Global Opportunities and Challenges for Rural and Mountain Tourism*, IGI Global
- Trumbulović-Bujić Lj. (2014). „Ekologija i turizam“, Visokotehničko-poslovna škola strukovnih studija, Užice
<chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgiclfefindmkaj/https://www.oecd.org/cfe/tourism/34267921.pdf>; 2023
<https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/312>; 2023
<https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/9252>; 2023

