



Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ – Скопје



ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ – Скопје

ДОКТОРСКА ДИСЕРТАЦИЈА НА ТЕМА:

**УЛОГАТА НА ВЛАДИНИТЕ ПОЛИТИКИ ВО ПРОМОЦИЈА И
ПОТТИКНУВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИИТЕ ВО ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА**

Кандидат:
м-р Јовица Палашевски

Ментор:
проф. д-р Наталија Николовска

Јануари, 2016

АПСТРАКТ

Докторската дисертација е структурирана во четири дела кои меѓусебно се надополнуваат креирајќи слика за аспектите на глобализацијата, за странските директни инвестиции иза нивното влијание врз економскиот развој, анализирајќи ги состојбите, карактеристиките и трендовите на глобално ниво и во Република Македонија.

Основната хипотеза во трудот е да се согледа улогата на владините политики во привлекување на странски директни инвестиции во глобалната економија, со посебен осврт на Република Македонија.

Фокусот на истражувањето е да се согледаат аспектите на глобализацијата во делот на инвестициите, односно како се организирани и реорганизирани економските активности низ динамични мрежи на односи меѓу транснационалните компании, државата, странските инвестиции и меѓународните договори.

Во трудот, особено внимание им се посветува на процесите поврзани со привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија. Ги анализираме и параметрите и факторите што ја утврдуваат привлечноста на Република Македонија за странските инвеститори според студијата на Светска банка, *Дуинг бизнис (Doing Business)*, како и во однос на земјите од регионот на ЈИЕ.

Даден е приказ на инструментите и институциите, како и на нивната поставеност во делот на привлекување на СДИ во Република Македонија. Анализирани се дел од инструментите со кои може да се служи државата за промоција на своите бизнис интереси, како што се економската дипломатија, дијаспората и територијалниот маркетинг.

На крај, спроведено е емпириско истражување преку прашалник во кој се истражуваат состојбите поврзани со владините политики во процесот на привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија.

Клучни зборови: глобализација, странски директни инвестиции, владини политики, економска дипломатија.

ABSTRACT

The doctoral dissertation is structured in four parts that complement each other creating a picture of the aspects of globalization and foreign direct investment and their impact on economic development, analyzing the conditions, characteristics and trends globally and in the country.

The main hypothesis of the paper is to see the role of government policies in attracting foreign direct investment in the global economy, with special reference to Macedonia.

The focus of the research e consideration aspects of globalization in terms of investment, that is organized and reorganized economic activities across dynamic networks of relationships between TNCs country, FDI and international agreements.

In the paper, particular attention is paid to the processes related to attracting foreign direct investment in the country. Despite macroeconomic policy and foreign investment we have analyzed the parameters and factors that determine the attractiveness of the Republic of Macedonia for foreign investors according to the study by the World Bank - Doing Business, as compared to the countries of the SEE region.

Presents the instruments and institutions, as well as their placement in terms of attracting FDI in the country. Analyzed are part of the tools that can serve the country to promote their business interests, such as economic diplomacy, Diaspora and territorial marketing.

At the end is provided empirical research conducted through a questionnaire which explores the situations related government policies in the process of attracting foreign direct investments in the country.

Keywords: globalization, foreign direct investment, government policies, economic diplomacy

УЛОГАТА НА ВЛАДИНИТЕ ПОЛИТИКИ ВО ПРОМОЦИЈА И ПОТТИКНУВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИИТЕ ВО ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

I ДЕЛ – ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И ПРОЦЕСОТ НА ИНВЕСТИРАЊЕ

1. Глобализацијата како комплексна вмрежена економија.....	22
1.1 Конфликтни перспективи на глобализацијата.....	25
1.2 Производни циклуси и производните мрежи.....	35
1.3 Географска локализација на глобалните процеси.....	42
2. Процесите што ги поттикнуваат глобалните промени.....	44
2.1 Технолошки промени и трансформација на економијата.....	44
2.2 ТНК – примарна движечка сила во глобалната економија.....	53
2.3 Регионализација на транснационалните мрежи.....	67
3. Улогата на државата во глобалната економија.....	70
3.1 Видови капитализам.....	71
3.2 Државата како регулатор на трговијата, странските инвестиции и на индустријата.....	74
3.3 Државата како конкурент.....	81
3.4 Видови регионални економски интеграции.....	85
4. Странските директни инвестиции како извор на развоен капитал.....	99
4.1 Теориски пристап во проучувањето на СДИ.....	102
4.1.1 Дефинирање на СДИ.....	102
4.1.2 Теории што претставуваат совршено конкурентски пазари.....	104
4.1.3 Теории што претставуваат имперфектни (монополистички или олигополски) пазари.....	105
4.2 СДИ и економскиот развој.....	110
4.3 Емпириски истражувања за влијанието на СДИ врз економскиот развој.....	111
4.4 Движењето на СДИ – прилив и одлив.....	113
4.5 Модули за влез на СДИ.....	119
4.6 Компоненти на движење на СДИ.....	123
4.7 СДИ по компоненти	126
4.8 СДИ од специјални фондови.....	128
4.9 Суверени инвестициски фондови (СИФ).....	130
5. Врската на Владата со ТНК.....	134
5.1 Процеси на преговори помеѓу државата и ТНК.....	138
5.1.1 Релативна преговарачка сила на ТНК и државите.....	139
6. Меѓународни договори и меѓународни правила на игра.....	146
6.1 Меѓународни договори за инвестиции.....	147
6.1.1 Билатерални договори за инвестиции.....	148
6.1.2 Преференцијални трговски и инвестициски договори.....	149
6.1.3 Меѓународни договори.....	149
6.2 Развојна димензија.....	150

УЛОГАТА НА ВЛАДИНИТЕ ПОЛИТИКИ ВО ПРОМОЦИЈА И ПОТТИКНУВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИИТЕ ВО ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

II ДЕЛ – ГЛОБАЛИЗАЦИЈА НА МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА

1. Економските движења во Република Македонија.....	153
2. Макроекономски профил на Република Македонија.....	158
2.1 Фискална политика.....	158
2.2 Монетарна политика.....	161
2.3 Надворешно трговска политика.....	163
3. Странските директни инвестиции и економскиот развој во Република Македонија...167	
3.1 Структурата на приливот на СДИ во Република Македонија.....	167
3.1.1 Прилив на СДИ по сектори.....	173
4. Компаративна анализа на резултатите од владините политики за привлекување на СДИ – случајот на Македонија според <i>Дуинг бизнис 2011</i>.....179	
4.1 Започнување на бизнис.....	183
4.2 Дозволи за градење.....	185
4.3 Регистрирање на сопственост.....	186
4.4 Достапност до кредити.....	188
4.5 Заштита на инвеститорите.....	190
4.6 Плаќање даноци.....	192
4.7 Прекугранична соработка.....	194
4.8 Правосилност на договор.....	197
4.9 Рангирање на деловно опкружување.....	199
5. Компаративна анализа на параметрите за привлекување на СДИ – Македонија во однос на регионот на ЈИЕ.....201	
5.1 Стандардни ризици на работењето.....	201
5.1.1 Индекс на економски слободи	202
5.1.2 Финансиски ризик на земјите според <i>Стандард и Пурс (Standard & Poors)</i>	203
5.1.3 Индекс на транспарентност.....	203
5.1.4 Индекс на правата на интелектуална сопственост	205
5.2 Ниво на достигнати законски реформи за создавање на општи услови за работење.....	206
5.3 Ниво на оперативни трошоци за инвестирање на странските инвеститори.....	208
5.4 Целна група на инвеститори и целни сектори за промоција.....	210

УЛОГАТА НА ВЛАДИНИТЕ ПОЛИТИКИ ВО ПРОМОЦИЈА И ПОТТИКНУВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИИТЕ ВО ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

III ДЕЛ – СТРАТЕГИЈАТА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО ПРОМОЦИЈА И ПОТТИКНУВАЊЕ НА СДИ

1.Значењето и улогата на инвестициската политика и националната економија.....	214
1.1 Поим и видови инвестиции.....	218
1.1.1 Дефиниции за инвестирање.....	218
1.2 Основна поделба на инвестициите	220
1.3 Инвестициски фондови.....	221
1.4 Развојна политика и јавните инвестиции на Владата на Република Македонија како предуслов за создавање на атрактивни услови за СДИ.....	223
2. Институционална рамка за привлекување на инвестиции.....	226
3. Економската дипломатија и нејзината улога при привлекување на СДИ.....	232
3.1 Организација на економската работа.....	235
3.2 Методологија.....	236
3.3 Промоција на државата.....	239
3.4 Економска дипломатија на Република Македонија.....	242
4. Улогата на дијаспората на Република Македонија во процесот на инвестирање.....	246
4.1 Миграцијата во процесот на формирање на дијаспората.....	247
4.2 Видови пристап и ангажирање на дијаспората	252
4.2.1 Општи карактеристики за релацијата дијаспора – земја на потекло.....	252
4.2.2 Карактеристики за привлекување на иселеници – олеснувачки чекори во земјата на потекло.....	255
4.3 Согледување на можностите за активирање на потенцијалот на дијаспората во процесот на инвестирање.....	257
5. Можности за користење на територијален маркетинг во процесот на привлекување на инвестиции.....	260
5.1 Дефинирање на територијален маркетинг.....	260
5.2 Инструменти на територијалниот маркетинг.....	264
5.3 Територијалниот маркетинг како алатка за привлекување на СДИ – случај на Република Македонија.....	267

УЛОГАТА НА ВЛАДИНИТЕ ПОЛИТИКИ ВО ПРОМОЦИЈА И ПОТТИКНУВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИИТЕ ВО ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

IV ДЕЛ – Анкетен прашалник за утврдување на влијанието на владините политики во привлекување на странски директни инвестиции во република македонија

1. Резултати од емпириското истражување.....	269
ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА.....	294

ЛИСТА НА КРАТЕНКИ

FDI	Странски директни инвестиции (СДИ)
UN	Обединети нации (ОН)
MAI	Мултилатерален договор за инвестиции (МАИ)
ITO	Меѓународна трговска организација (ИТО)
R&D	Истражување и развој
M&A	Спојувања и аквизиции
БДП	Бруто домашен производ
WTO	Светска трговска организација (СТО)
IMF	Меѓународен монетарен фонд (ММФ)
EU	Европска унија (ЕУ)
USA	Соединети американски држави (САД)
ТНК	Транснационална компанија
GATT	Генерален договор за тарифи и трговија (ГАТТ)
UNCTAD	Конференција на Обединетите нации за трговија и развој (УНКТАД)
ЕЕС	Европска економска заедница (ЕЕЗ)
EFTA	Европска асоцијација за слободна трговија (ЕФТА)
СМЕА	Совет за меѓусебна економска помош
AFTA	Договор за слободна трговија на Југоисточна Азија (АФТА)
EMU	Економска монетарна унија (ЕМУ)
CUSFTA	Договор за слободна трговија помеѓу Канада и САД
CAFTA	Централно американски договор за слободна трговија (ЦАФТА)
LAFTA	Јужно американски договор за слободна трговија (ЈАФТА)

LAIA	Јужно американска асоцијација за интеграција
ICC	Меѓународен кривичен суд (ИКК)
UNCITRAL	Комисија на ОН за меѓународно трговско право (УНКИТРАЛ)
IPA	Инструмент за претпристапна помош (ИПА)
ЗНД	Заедница на независни држави
СИФ	Суверени инвестициски фондови
АПЕС	Азиско-пацифичка економска соработка (АПЕК)
CEFTA	Централно европски договор за слободна трговија (ЦЕФТА)
EFTA	Европска асоцијација за слободна трговија (ЕФТА)
TRIPS	Договор за заштита на интелектуалната сопственост (ТРИПС)
GATS	Договор за трговија на услуги (ГАТС)
NATO	Северноатлантска организација за безбедност (НАТО)
ТИРЗ	Технолошко индустриски развојни зони
АСИПИ	Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот
ЛЕР	Локален економски развој
НТЕС	Номенклатура на територијални единици за статистика
МИГА	Мултилатерална агенција за гаранција на инвестиции
МАСИТ	Стопанска комора за компании од информатичка технологија
МНР	Министерство за надворешни работи
USAID	Агенција за меѓународна помош на САД (УСАИД)
ГС	Генерално собрание на ОН
ДКП	Дипломатско-конзуларни претставништва
МНМ	Македонско национално малцинство
МРТВ	Македонска радио-телевизија
ASEAN	Асоцијација на југо-источни азиски нации (АСЕАН)

ИТ	Информатичка технологија
ЈТ	Јапонски систем (точно навреме)
НАФТА	Северно американски договор за слободна трговија (НАФТА)
ОЕСД	Организација за економска соработка и развој (ОЕЦД)
ЕАК	Источно африкански заедници
ЦИЕ	Централна и Источна Европа
ЈИЕ	Југоисточна Европа
НБРМ	Народна банка на Република Македонија

ПРЕГЛЕД НА ТАБЕЛИ И ГРАФИКОНИ

Табела бр. 1: Корисници на Интернет низ светот по региони

Табела бр. 2: Кондратиев бран

Табела бр.3: Карактеристики на двата система

Табела бр.4: Карактеристики на трите видови капитализам

Табела бр.5: Видови национална политика за СДИ

Табела бр.6: Најпознати видови индустриска политика

Табела бр.7: Секторска дистрибуција на проекти на СДИ 2005–2011

Табела бр.8: Регистрирани гринфилд проекти на светско ниво 2003–2010 година

Табела бр.9: Спојување или купување на компании од страна на приватни капитални фондови 1996–2011

Табела бр. 10: Селектирани поголеми зделки на СДИ од СФИ во 2010 година

Табела бр.11: Некои спротивни цели на ТНК и државите

Табела бр.12: Основни економски показатели за Република Македонија во периодот 1999–2014 година

Табла бр.13: Странски директни инвестиции во РМ 2007–2013 година

Табела бр.14: Учество на СДИ во РМ како процент од БДП 1994–2011 година

Табела бр.15: Најголеми странски инвестиции во Република Македонија во периодот на транзиција и потоа

Табела бр.16: Генерално рангирање на земјите според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2013, според условите за водење бизнис

Табела бр.17: Кои реформи ги направи Република Македонија за полесно отпочнувањето на бизнис според извештајот на *Дуинг бизнис* за периодот 2008–2013 година

Табела бр.18: Кои реформи ги спроведе Република Македонија за полесна регистрација на имот според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2008–2013 година

Табела бр.19: Кои реформи ги направи Република Македонија за полесен достап до кредит според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2008–2013 година

Табела бр.20: Кои реформи ги направи Република Македонија за поголема заштита на инвеститорите според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2008–2013 година

Табела бр.21: Кои реформи ги направи Република Македонија за олеснување во плаќањето даноци според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2008–2013 година

Табела бр.22: Кои реформи ги направи Република Македонија за олеснување на постапките во делот на прекуграничната соработка според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2008–2013 година

Табела бр.23: Процедури и потребни документи за увоз и извоз од Република Македонија

Табела бр.24: Кои реформи ги направи Македонија за олеснување во спроведувањето на комерцијални договори според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2008–2013 година

Табела бр.25: Кои реформи ги направи Република Македонија во делот на разрешување на стечајната постапка според извештајот на *Дуинг бизнис* за 2008–2013 година

Табела бр.26: Индекс на економски слободи- 2013 година

Табела бр.27: Кредитен рејтинг според *Стандардс и Пурс* во 2010–2012 година

Табела бр.28: Индекс на перцепција на корупцијата во 2012 година

Табела бр.29: Индекс на заштита на интелектуалната сопственост во 2012 година

Табела бр.30: Компаративен приказ на одредени параметри кои се од интерес на странските инвеститори

Табела бр.31: Оперативни трошоци за инвестирање

Табела бр.32: СВОТ анализа на Република Македонија во однос на привлекување на СДИ

Табела бр.33: Бројност на македонската дијаспора–прекуокеански и европски земји

Табела бр.34: Бројност на македонската дијаспора–Македонско национално/јазично малцинство

Табела бр.35: Структура на испитаниците во анкетниот прашалник

Графикон бр. 1: Прилив и одлив на капитал 1970–2010 година

Графикон бр.2: Глобален прилив на СДИ во топ 20-те економии 2009–2010 година

Графикон бр.3: Прилив на СДИ во милијарди долари

Графикон бр.4: Влез на СДИ во земјите во развој и економиите во транзиција, по региони во периодот 2005–2007 и во периодот 2008–2010 година

Графикон бр.5: Број и вредност на спојувања на глобално ниво 1990–2008 година

Графикон бр.6: Вредност и број на спојување или купување на компании и гринфилд инвестиции 2007–2011 година

Графикон бр.7:Заработка од СДИ 2005–2010 година

Графикон бр.8 Купување или спојување на компании од приватни капитални фондови во земјите во развој и економиите во транзиција 2005–2010 година

Графикон бр. 9: Спојување или купување на компании од страна на СФИ, 2001–2010 година

Графикон бр.10: Рангирање на Република Македонија според постапката за започнување на бизнис

Графикон бр.11: Како Република Македонија и други земји се рангираат според добивањето на дозволи за градење

Графикон бр.12: Како Република Македонија и другите земји се рангираат според регистрирање на сопственост

Графикон бр.13: Рангирање на Република Македонија според достапност до кредит

Графикон бр.14: Рангирање на Република Македонија според заштитата на инвеститори

Графикон бр.15: Рангирање на Република Македонија според плаќање на даноци

Графикон бр.16: Рангирање на Република Македонија според трговската соработка

Графикон бр.17: Рангирање на Република Македонија според извршување на правото

Графикон бр.18: Рангирање на Република Македонија според разрешување на стечајна постапка

Графикон бр.19: Оценка за фискалната политика

Графикон бр.20: Оценка за монетарната политика

Графикон бр.21: Оценка за социјалната политика

Графикон бр.22: Оценка за надворешно трговската политика

Графикон бр.23: Оценка за политиката за привлекување на СДИ

Графикон бр.24: Оценка за безбедносната состојба во Р. Македонија

Графикон бр.25: Оценка за работата на АСИПИ

Графикон бр.26: Оценка за работата на ДТИРЗ

Графикон бр.27: Оценка за работата на економската дипломатија

Графикон бр.28: Оценка за работата на економските промотори

Графикон бр.29: Оценка за работата на министрите за привлекување на СДИ

Графикон бр.30: Оценка за стимулации што ги нуди Владата за странските инвеститори

Графикон бр.31: Дали е потребно зголемување на активностите за привлекување СДИ

Графикон бр.32: Оценка за маркетиншките кампањи *Invest in Macedonia*

Графикон бр.33: Оценка за промотивните материјали

Графикон бр.34: Дали претставува пречка слабата инфраструктура во Р. Македонија

Графикон бр.35: Приоритетни инфраструктурни проекти

Графикон бр.36: Дали има доволно квалификувана работна сила во Р. Македонија

Графикон бр.37: Оценка за условите за започнување на бизнис во Р. Македонија

Графикон бр.38: Оценка на процесот за добивање на градежна дозвола во Р. Македонија

Графикон бр.39: Оценка на можностите за користење на кредит во Р. Македонија

Графикон бр.40: Оценка за функционирање на законодавството во случај на стопански спор во Р. Македонија

Графикон бр.41: Како се заштитени странските инвеститори во Р. Македонија

Графикон бр.42: Оценка за деловното опкружување во Р. Македонија

Графикон бр.43: Оценка на нивото на оперативни трошоци за инвестирање на странските инвеститори во Р. Македонија

Графикон бр.44: Оценка за законските реформи во насока на креирање на поволна инвестициска клима во Р. Македонија

Графикон бр.45: Оценка за тоа колку се користи дијаспората во привлекувањето на СДИ

Графикон бр.46: Оценка на даночниот амбиент во Р. Македонија

Графикон бр.47: Оценка за меѓуинституционалната координација во процесот на привлекување на СДИ

Графикон бр.48: Оценка на владините политики за привлекување на СДИ

Графикон бр.49: Оценка на функционалноста на законот за интелектуална сопственост

Графикон бр.50: Дали Владата одвојува доволен буџет за активностите насочени во привлекување на СДИ

Приказ бр.1: Институционална рамка за инвестиции

1. АКТУЕЛНОСТ НА ПРОБЛЕМОТ НА ИСТРАЖУВАЊЕ

Глобализацијата и континуираниот технолошки напредок создаваат огромни можности за социјален и економски развој. Од друга страна, ова претставува сериозен предизвик, вклучувајќи го ширењето на финансиската криза, несигурноста, сиромаштијата, ексклузивитетот и нееднаквоста меѓу нациите.

Меѓународно, владите промовираат слободно движење на стоките, услугите, парите и работата со помош на договори и спогодби за трговија, либерализација на инвестициите и глобално или регионално економско интегрирање. Најчести вакви договори се: преферирани тарифи, асоцијации за слободна трговија, царински унии, заеднички пазари и економски унии кои сè повеќе се зголемуваат последниве неколку години.

Оттаму, глобализацијата, како и условите за креирање на подобра и поатрактивна бизнис клима се предизвик на секоја земја, а особено на земјите во развој како што е Република Македонија. Владата на Република Македонија е особено посветена на овој феномен и преку добар институционален пристап и стратегија може да ги оствари своите цели во однос на привлекување на свеж капитал во земјата, *ноу-хау* (knowhow), нова технологија, намалување на невработеноста, а оттаму и забрзан економски развој.

Во овој контекст се поставуваат прашањата: Како се движат странските директни инвестиции на глобално ниво? Што треба да се направи за да се подобри амбиентот за привлекување на странски инвестиции? Дали владините политики во промоција и поттикнување на инвестициите во Република Македонија се доволно ефективни? Кои инструменти може да се користат за понатамошно подобрување на стратегијата за привлекување на инвестиции?

Економскиот развој претставува комплексен и повеќедимензионален феномен, производ на заемното дејствување на повеќе фактори од различна природа. Развојот на Република Македонија во досегашниот период на транзиција помина низ повеќе неизвесности, искушенија, промени и трансформации. Долги години наназад, Република Македонија се соочува со слаб прилив на СДИ.

Оттаму се поставува и прашањето: Што ѝ недостига на стратегијата на Владата на Република Македонија за зголемување на приливот на странски директни инвестиции во земјата?

Според гореизнесеното, произлегува мотивот за истражување на оваа тема.

2. ПРЕДМЕТ И ЦЕЛ НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Предмет на истражувањето е улогата на владините политики во промоција и привлекување на странски директни инвестиции во глобалната економија со посебен осврт на Република Македонија.

Цели на истражувањето се:

- да се сублимираат и образложат глобалните процеси што ги предизвикуваат глобалните промени во економијата;
- да се образложи улогата на државата во глобалната економија и процесот на инвестирање;
- да се анализираат резултатите од владините политики за привлекување на СДИ на светско ниво;
- да се анализираат институционалните аранжмани на Република Македонија во процесите на глобализација;
- да се анализираат параметрите за привлекување на СДИ и атрактивноста на Република Македонија во однос на регионот на ЈИЕ;
- да се идентификуваат факторите за зголемување на атрактивноста на Република Македонија за прилив на странски капитал;
- да се анализира стратегијата на Република Македонија за промоција и привлекување на СДИ и да произлезат одредени препораки за зголемување на приливот на СДИ;
- да се истражи институционалната поставеност за привлекување на СДИ во Република Македонија, да се истражат административните капацитети, сè со цел да произлезат конкретни препораки за подобрување на тековната состојба;
- да се согледаат можностите за користење на различни инструменти за привлекување на СДИ.

3. ПЛАН И ПРЕЗЕНТИРАЊЕ НА МАТЕРИЈАЛОТ

Докторската дисертација е структурирана во четири дела кои меѓусебно се надополнуваат креирајќи слика за аспектите на глобализацијата и странските директни инвестиции и за нивното влијание врз економскиот развој, анализирајќи ги состојбите, карактеристиките и трендовите на глобално ниво и во Република Македонија.

Во првиот дел на ова истражување се обработени неколку аспекти на глобализацијата поврзани со процесите на инвестирање. Дадена е слика за тоа како се организирани и реорганизираните економските активности низ динамични мрежи на односи меѓу ТНК, државата, СДИ и меѓународните договори. Претставени се разликите на процесите и исходите на организациската и географската поставеност. Исто така, идентификувавме некои од технолошките промени што се најважни за активностите во глобалната економија. Потоа го опфативме значењето на државата во глобалната економија која со своите активности продолжува да придонесува значително кон обликување на глобалната економска мапа. СДИ се еден од клучните фактори за развој на економијата на една држава, па затоа направивме анализа за движењето на СДИ во глобалната економија. Особено важни за глобализацијата се односите на ТНК и владите, кои можат да бидат конфликтни или кооперативни. Но во реалноста, државата има потреба фирмите да помогнат во процесот на креирање на материјалното добро, додека фирмите имаат потреба државата да обезбеди и да помогне со инфраструктурата, физички и институционално, сè со цел да можат да ги остварат своите бизнис цели. Како инструменти на глобализацијата опфативме и дел од меѓународните договори кои придонесуваат за движење на инвестициите во глобалната економија.

Во вториот дел ги анализиравме економските движења во Република Македонија, а воедно фискалната и надворешната трговска политика, како составен дел од процесите на глобализацијата. Исто така, ги анализиравме и странските директни инвестиции и нивното влијание врз економскиот развој во Република Македонија, прикажувајќи ја нивната структурата и прилив, како и обемот на вложувања во одделни индустриски гранки. Потоа ги анализиравме параметрите и факторите што ја утврдуваат привлечноста на Република Македонија за странските инвеститори според студијата на Светска банка - Дуинг бизнис, како и во однос на земјите од регионот на ЈИЕ.

Во третиот дел ја разгледавме програмата на Владата на Република Македонија за поттикнување и привлекување на инвестиции како битен предуслов за развој на националната економија. Исто така, дадовме приказ на институциите, како и нивната поставеност во делот на привлекување на СДИ. Потоа анализиравме дел од инструментите со кои може да се служи државата за промоција на своите бизнис интереси, како што се економската дипломатија, дијаспората и територијалниот маркетинг.

Во четвртиот дел е спроведен анкетен прашалник за утврдување на влијанието на владините политики во привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија, според кој ги анализиравме резултатите од анкетното истражување и утврдивме дел од потребите, проблемите и можностите за привлекување на странски инвестиции.

На крајот, во заклучните согледувања на докторската дисертација се елаборирани констатациите и сознанијата од истражувањето, но дадени се и лични размислувања и препораки за подобрување на политиките и стратегијата за привлекување на странските директни инвестиции во Република Македонија.

4. МЕТОДОЛОШКА РАМКА НА ИСТРАЖУВАЊЕТО

Во подготовката на докторската дисертација се користени теоретски и емпириско-аналитички методи поткрепени со база на податоци. Ставен е акцент на анализирање на глобализацијата и процесите на инвестирање. Исто така, направена е компаративна компаративна анализа на владините политики за привлекување на СДИ според извештајот на Светска банка, Дуинг бизнис, а и во однос на земјите од регионот на ЈИЕ. Ова истражување е особено важно за да се согледаат следните чекори што треба да ги преземе Република Македонија во делот на привлекување на инвестиции.

Во трудот се применува квалитативна анализа за јакнење на капацитетите на институционалните структури одговорни за привлекување на СДИ во Република Македонија.

5. КОРИСТЕНИ ИЗВОРИ НА ПОДАТОЦИ

Повеќе научни трудови се користат како извор на информации. Користена е солидна база на стручна литература што ги обработува процесите на глобализација и улогата на државата во глобалната економија. Понатаму, се користат публикации на меѓународни организации, како што се Светска банка, ММФ, СТО, ОН и други, кои ја анализираат глобализацијата и промените во глобалната економија.

Како основен извор на податоци се користени домашни и меѓународни статистички бази. Главни извори на податоци се УНКТАД, ММФ, Светска банка, ЕБРД и ОЕЦД.

УНКТАД преку своите годишни извештаи (World Investment Report) ги објавува податоците за приливот на СДИ изразен во американски долари, учество на СДИ во БДП, како и СДИ по глава на жител. Исто така, објавува податоци за секторска и географска распределба на СДИ, како и структура на СДИ според формата на вложување на капиталот, на глобално ниво, по региони, развиени земји, земји во развој, земји во транзиција, како и поединечно.

Податоците од ММФ за приливот на СДИ се базирани врз билансите на плаќање по земјите. Што се однесува до ОЕЦД се објавуваат податоци за СДИ на земјите-членки во (International Direct Investment Statistics Yearbook).

Светска банка ги објавува податоците за СДИ во неколку изданија (World Development Indicators, Doing Business).

Што се однесува до анализата за Република Македонија, податоците што се користат се главно од Народна банка на Република Македонија, Заводот за статистика, Министерството за финансии, АСИПИ, ТИРЗ, Министерството за надворешни работи.

6. ОЧЕКУВАН НАУЧЕН ПРИДОНЕС

Генерален впечаток е дека долги години наназад, Република Македонија се соочува со слаб или недоволен прилив на странски директни инвестиции. Сепак, оваа ситуација до некаде е разбирлива ако се има предвид дека периодот на транзиција помина низ повеќе неизвесности и искушенија, промени и трансформации без цврста владина политика за привлекување на инвестиции. Цел на оваа дисертација е владината политика во поттикнување и привлекување на СДИ во Република Македонија, а научниот придонес ќе биде во насока на подобрување на владината стратегија во искористување институционалниот капацитет и користење на дополнителни методи за зголемување на обемот на прилив на странски капитал во земјата, а со тоа и забрзан економски развој. Со помош на релевантна стручна литература, компаративни анализи и истражување, во оваа дисертација се сублимираат потребните чекори за зголемување на приливот на СДИ.

ВОВЕД

Глобализацијата и континуираниот технолошки напредок создаваат огромни можности за социјален и економски развој. Од друга страна, ова претставува сериозен предизвик, вклучувајќи го ширењето на финансиската криза, несигурноста, сиромаштијата, ексклузивитетот и нееднаквоста помеѓу нациите. Значителни пречки за понатамошно интегрирање и целосно партиципирање во глобалната економија постојат за развиените земји, особено за земјите во развој и земјите во транзиција. Доколку бенефициите од социјалниот и економскиот развој не се прошират на сите земји, луѓето во одредени земји и региони ќе останат маргинализирани во глобалната економија.

На меѓународната сцена, владите промовираат слободно движење на стоките, услугите, парите и работата со помош на договори и спогодби за трговија, либерализација на инвестициите и глобално или регионално економско интегрирање. Најчести вакви договори се: преферирани тарифи, асоцијации за слободна трговија, царински униии, заеднички пазари и економски униии кои сè повеќе се зголемуваат последниве неколку години. Географски, најраспространети се договорите од СТО, како и договорот за мултилатерални инвестиции (МАИ), кој се одвива под закрилата на ОЕЦД.

Глобализацијата, како и условите за креирање на подобра и поатрактивна бизнис клима, се предизвик на секоја земја, а особено на земјите во развој како што е Република Македонија. Владата на Република Македонија е особено посветена на овој феномен и преку добар институционален пристап и стратегија може да ги оствари своите цели во однос на привлекување на свеж капитал во земјата, *ноу-хау* (know how), нова технологија, намалување на невработеноста, а оттаму и забрзан економски развој.

Економскиот развој сам по себе претставува комплексен и повеќе димензионален феномен, производ на заемното дејствување на повеќе фактори од различна природа. Развојот на Република Македонија во досегашниот период на транзиција помина низ повеќе неизвесности, искушенија, промени и трансформации. Долги години наназад, Република Македонија се соочува со слаб прилив на СДИ.

Владините политики во промоција и поттикнување на инвестициите се клучен дел од оваа докторска дисертација, која, со конкретни препораки, ќе придонесе за понатамошно подобрување на стратегијата за привлекување на инвестиции. Поради сложеноста и актуелноста, ова истражување го поделивме на четири дела со цел да ги согледаме аспектите на глобализацијата, странските директни инвестиции и нивното влијание врз економскиот развој, анализирајќи ги состојбите, карактеристиките и трендовите на глобално ниво и во Република Македонија.

Во првиот дел на ова истражување насловен *Глобализацијата и процесот на инвестирање*, обработени се неколку аспекти на глобализацијата поврзани со процесите на инвестирање. Дадена е слика за тоа како се организирани и реорганизирани економските активности низ динамични мрежи на односи меѓу транснационалните компании, државата, странски инвестиции и меѓународните договори. Претставени се разликите на процесите и исходите на организациската и географската поставеност. Исто така, идентификувавме некои од технолошките промени што се најважни за активностите во глобалната економија; потоа го опфативме значењето на државата како најважен елемент во глобалната економија која со своите активности продолжува да придонесува значително кон обликување на глобалната економска мапа. СДИ се едни од клучните фактори за развој на економијата на една држава, па затоа направивме анализа за движењето на СДИ во глобалната економија. Особено важни за глобализацијата се односите на транснационалните компании и владите, кои можат да бидат конфликтни или кооперативни. Но, во реалноста, државата има потреба фирмите да помогнат во процесот на креирање на материјалното добро, додека фирмите имаат потреба државата да обезбеди и да помогне со инфраструктурата, физички и институционално, сè со цел да можат да ги остварат своите бизнис цели. Како инструменти на глобализацијата опфативме и дел од меѓународните договори што придонесуваат за движење на инвестициите во глобалната економија.

Во вториот дел насловен *Глобализација на македонската економија* ги анализиравме економските движења во Република Македонија, а воедно фискалната и надворешната трговска политика како составен дел од политиките во процесите на глобализација. Исто така, ги анализиравме и странските директни инвестиции и нивното влијание врз економскиот развој во Република Македонија, прикажувајќи ја нивната структура и

прилив, како и обемот на вложувања во одделни индустриски гранки. Преку квантитативна анализа на параметрите и факторите ја евалуиравме привлечноста на Република Македонија за странските инвеститори.

Во третиот дел насловен *Стратегијата на Република Македонија во промоција и поттикнување на СДИ* се разгледуваше програмата на Владата на Република Македонија за поттикнување и привлекување на инвестиции како битен предуслов за развој на националната економија. Исто така, се доби приказ на инструментите и институциите, како и нивната поставеност во делот на привлекување на СДИ. Потоа анализиравме дел од инструментите со кои може да се служи државата за промоција на своите бизнис интереси, како што се економската дипломатија, дијаспората и територијалниот маркетинг.

Во четвртиот дел спроведен е *Анкетен прашалник за утврдување на влијанието на владините политики во привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија* според кој се анализираа резултатите од анкетното истражување и утврдивме дел од потребите, проблемите и можностите за привлекување на странски инвестиции. Целта на прашалникот е да даде одговор на перцепцијата на заинтересираните субјекти кои имаат допирни точки со целокупниот процес на СДИ.

Во подготовката на дисертацијата се користени повеќе методи и компаративни анализи за процесите на инвестирање, а воедно се користени и светски искуства, сè со цел да се подобри тековната инвестициска клима на Република Македонија.

На крајот, во заклучните согледувања на докторската дисертација се сумирани констатациите и сознанијата од истражувањето, но дадени се и препораки за унапредување на политиките и стратегијата за привлекување на странските директни инвестиции во Република Македонија.

I ДЕЛ – ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА И ПРОЦЕСОТ НА ИНВЕСТИРАЊЕ

1. ГЛОБАЛИЗАЦИЈАТА КАКО КОМПЛЕКСНА ВМРЕЖЕНА ЕКОНОМИЈА

Постојат бројни дефиниции за глобализација. Тие повеќе или помалку се однесуваат на интегрираноста на земјата во меѓународната поделба на трудот, како и интегрираноста во факторите на производство во меѓународни размери.

Глобализацијата е процес на зголемување на економската меѓузависност на националните економии низ светот преку брзиот пораст на прекуграничните движења на стоки, услуги, технологија и капитал¹. Со оглед на тоа дека процесот глобализација наметнува намалување на тарифите, даноците и другите пречки што ја поттиснуваат глобалната трговија, таквиот процес доведува до зголемување на економската интеграција меѓу земјите, а со тоа придонесува за креирање на глобалниот или светскиот пазар². Глобализацијата претставува глобална конвергенција на цените на добра³. Светската банка ја дефинира како слобода и можност поединецот и компанијата своеволно да иницираат размена со други поединци и компании во други земји.

Процесот на економска глобализација е процес на глобалната индустријализација, реструктурирање и преадаптирање. За овој глобален економски „бум“ во голема мера придонесоа развиените економии, со помош на странските директни инвестиции, намалување на трговските бариери и во многу случаи со прекугранична миграција. Само за илустрација, во 1995 година, СДИ од страна на десетте најразвиени земји (Г7 плус Швајцарија, Норвешка и Шведска) изнесуваа 85,1% од вкупните СДИ во светот. Доминантната позиција на развиените земји во процесот на економска глобализација се рефлектира преку фактот дека тие ги определуваат правилата на меѓународната економска размена⁴.

¹Joshi, Rakesh Mohan, (2009) *International Business*, Oxford University Press, New Delhi and New York

² Riley, T. (2005) *Year 12 Economics*,. Tim Riley Publications p.9

³Taylor, A. (2002) “*Globalization, Trade and Development: Some Lessons from History*”, NBER Working Paper Series, p. 252.

⁴Shangquan, G.(2000) “*Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention*” Background Paper No.1, UN Development Policy and Analysis Division

До почетокот на 1900 година претставувало реткост да се посети град каде што не се чувствувало влијание на странските пазари, без оглед дали станува збор за труд, цени или која било друга политика на бизнисот⁵. Со напредокот на технологијата и науката, односно со усовршување на бродоградбата, новите пронајдоци како телефонот, струја итн. се овозможи рапидно зголемување на комуникацијата меѓу различни делови на светот. Сепак, овој голем напредок на економската глобализација бил нарушен со Првата светска војна. Поголемите држави, кои имаа глобална економска моќ, воведоа протекционистички економски политики (трговски бариери) што го забавија економскиот раст. Тоа придонесе и до фазата на стагнација која може да се карактеризира како претходник на големата криза во доцните дваесетти години на минатиот век⁶.

Историски гледано, глобализацијата во периодот од 1870 година до 1914 година завршува со Првата светска војна, кога бројни држави се изолираат и воведуваат протекционистички договори, како на пример: Договорот Брест-Литовск (1918 година), Договорот од Версај (1918 година), Договорот од Сен Жермен (1919 година) и Договорот од Трианон (1920 година). Тука се и трговските политики на САД кои се однесуваат на тарифите од 1921, 1922, 1924 и 1926 година и таканаречените тарифина Смут Хаули (Smooth Hawley) во 1930 година кои ги поставија трговските бариери⁷. Овие случувања придонесоа до „згаснување“ на глобализацијата за повеќе од четириесет години.

По завршувањето на Втората светска војна, четириесет и четири земји направија напори за повторно воспоставување на меѓународната трговија со постигнување на Договорот Бретон Вудс (кој го добива името по местото каде што се одржа состанокот – Mount Washington Hotel, Bretton Woods, NH, USA). Резултатите од Бретон Вудс го вклучуваат креирањето на Меѓународниот монетарен фонд, Светската банка, а последователно и Генералниот договор за тарифи и трговија (ГАТТ).

⁵O'Rourke, K. (2001) *Globalization and history: the evolution of a nineteenth – century Atlantic Economy* MIT Press.

⁶White, R. (2010) *Migration and International Trade*.: Edwards Elgar Publishing p.5

⁷Archibald, Robert B.; Feldman, David H. (1998), “Investment During the Great Depression: Uncertainty and the Role of the Smoot-Hawley Tariff”, *Southern Economic Journal* 64, p.857-879

Во 1948 година беше формирана Меѓународната трговска организација (ИТО) како агенција на ОН, со педесет земји-членки и Хаванскиот чартер со цел да ја опслужува меѓународната трговија, но таа не профункционира. Како резултат на тоа, се издигна ГАТТ како канал преку кој се одвиваа преговорите за мултилатерална трговија. ГАТТ беше инволвиран во бројни мултилатерални рунди на трговски преговори, сè со цел да ги редуцира трговските бариери и да ја зголеми меѓународната трговија. Во првата рунда на преговори, дваесет и трите земји-основачи се договорија да отстранат 45.000 тарифи што се однесуваа на 20% од меѓународната трговија со вредност од 10 милијарди долари⁸. Потоа трговските рунди инволвираа и други членови и дополнителни предмети, но во основа ГАТТ остана непроменет.

Во втората рунда, позната како *Кенеди рунда* во средината на шеесеттите години од минатиот век, фокусот продолжи на намалување на тарифите.

Во третата рунда, позната како *Токио рунда* (1973-1979 год.), 102 земји учествуваа во реформите на трговскиот систем што резултираше соповторно намалување на тарифите на индустриските производи. Важни поместувања имаше околу мерките за антидампинг и стимулации. Намалувањето на трговските бариери придонесе за раст од 8% годишно на трговската размена на светско ниво во педесеттите и шеесеттите години⁹.

Четвртата рунда, позната како *Уругвај рунда* траеше седум и пол години (1986-1993 год.), двапати повеќе од предвидениот распоред. На крајот учествуваа 123 земји кои ја разгледаа целокупната трговија (од четки за заби до глисери, од банкарски сектор до телекомуникации, од земјоделски производи до третирање на заболените од сида итн.). Историски гледано, овие преговори се најголемите мултилатерални преговори¹⁰.

На 15-ти април 1994 година во Маракеш, Мароко, беше потпишан договорот за креирање на Светската трговска организација (СТО), која го замени ГАТТ со постојана институција која бара неопходен и постојан ангажман. СТО вклучува трговија со добра, услуги и интелектуална сопственост која се однесува на многу попречен и поефикасен систем на договор. СТО започна со свое функционирање во јануари 1995

⁸Ibid.

⁹Ibid.

¹⁰www.wto.org (последно пристапено 03.05.2014 г.)

година со седиште во Женева. Денес во СТО членуваат 160 земји од кои 117 земји се во развој и располага со буџет од 200 милиони швајцарски франци¹¹.

1.1 Конфликтни перспективи на глобализацијата

Глобализацијата исфрли на површина многу комплексни и контроверзни случувања од причина што економиите и општествата стануваат сè повеќе зависни едни од други со зголемена фреквенција на меѓусебно дејствување. Тоа се должи во голема мера на големиот напредок во технологијата или технолошкото знаење, особено во транспортот, во комуникацијата и во сродните технологии. Широко распространетите примени на овие технологии веќе направија голема разлика во начинот на работа и соработка на едни со други. Во делот на трговијата тоа е изразено преку вклучување во глобалните пазари, продажба и дистрибуција на добра и услуги, додека во делот на финансиите се создадени можности за инстантно префрлање на големи суми пари секаде низ светот. Во науката пак, компјутерите се користат за анализи на податоци и за размена на информации на глобално ниво преку Интернет и другите медиуми. Напредокот на технологијата, особено во последните години на минатиот век, го направи светот далеку помал и најверојатно ќе продолжи да го смалува и во 21 век¹².

Бројните трендови придонесоа за развојот на глобализацијата. Како едни од поважните се: локализација на активностите за интеграција, движење на капиталот, миграција на работната сила и работните места, распространетост на напредната технологија, одржливост на природното опкружување, обликување на културата и развој на организациските стратегии за глобална конкурентност.

Целта на согледување на различните трендови е да се подвлечат некои од комплексности кои се составен дел од глобализацијата.

Димензијата на глобализацијата е дотолку нееднаква што некогаш се поставува прашањето дали меѓународната трговија е повеќе фокусирана на регионална отколку на глобална интеграција. Трговските блокови како што се Северноамериканскиот договор за слободна трговија (НАФТА), Европска унија (ЕУ), Азиско-пацифичката

¹¹Ibid.

¹²Viotti P., Kauppi M. (2009), *International Relations and World Politics*, Prentice Hall, Boston

економска соработка (АПЕК), Асоцијацијата на југоисточни азиски нации (АСЕАН), Источно африкански заедници (ЕАК), ја поддржуваат регионалната соработка помеѓу географските соседи.

Досегашните истражувања во повеќето ситуации покажуваат дека меѓународната трговија се зголемила повеќе на регионално ниво во споредба со глобалното ниво. Исто така, и покрај позитивната меѓународна бизнис клима која резултира со значително намалени транспортни трошоци, развој на модерна технологија и трговска либерализација на пазарите, во континуитет трговијата се фиксира во голем дел на регионално и национално ниво¹³.

Во рамките на НАФТА, меѓу регионалната размена порасна за 34% во 1980 година, додека во 2000 година се искачи на 56%. Размената во рамките на азиските земји се одвива со 48% во 2000 година, додека размената во земјите на ЕУ се одржува на околу 62%¹⁴.

Пример за лимитирање на еднаков влез на пазарот за земјите во развој е тоа што развиените земји ги стимулираат земјоделските производители со повеќе од 330 милијарди долари на годишно ниво, што креира значителна нееднаквост во однос на сиромашните економии кои немаат вакви стимулации. Влијанието е уште поголемо поради тоа што 70 проценти од светската сиромашна популација живее во руралните средини и зависи од земјоделство.

Предизвикот на глобализацијата е нееднаквоста која доаѓа од неизбалансираната трговска либерализација, каде што богатите добиваат непропорционално повеќе од сиромашните. Според истражувањето на Ajit K. Ghose, спроведено во над 96 светски економии, покажува дека влијанието на меѓународната трговија на нееднаквост на приходите и нееднаквост меѓу земјите се зголемува во годините помеѓу 1981 година до 1997 година. Веќе во 2004 година, една милијарда луѓе поседуваат 80% од целокупниот светски БДП, додека една милијарда луѓе преживуваат со 1 долар

¹³ Chortareas, G. E., and Theodore P. (2004) Trade Flows: A Facet of Regionalism or Globalisation? *Cambridge Journal of Economics* 28, no. 2: 353–271.

¹⁴ Ibid.

дневно¹⁵. Во некои од извештаите објавени од ОН во 1999 година, се истакнува дека бројот на земјите во развој кои ја чувствуваат користа од глобалната економија е нешто помал од 20 земји. Разликата во просекот на примања по глава на жител помеѓу најбогатите држави и најсиромашните се зголемува од 30 пати во 1960 година на 74 пати до крајот на деведесеттите. Во 1960 година, вредноста на вкупната надворешна трговија на 46 најсиромашни држави изнесуваше само скромни 1,4% од вкупната светска трговија. Околу 80% од целокупниот капитал се движи во САД, Западна Европа и Источна Азија¹⁶. Повеќе специфични истражувања се потребни за да се согледаат други фактори што придонесуваат за зголемување на нееднаквоста помеѓу богатите и сиромашните земји, како што е регионалната трговија меѓу богатите земји кои дополнително ги остава сиромашните земји на маргините. За илустрација, според статистичките податоци на Светската трговска организација, трговијата на стоки меѓу десетте најголеми земји изнесува 52% од вкупната светска трговија, додека трговијата кај земјите во развој е 43% од вкупната светска трговија во 2013 година.

Движењето на капиталот се однесува и на регионализмот и нееднаквоста. Постојат две форми на движење на капиталот од кои едната се странските директни инвестиции (СДИ) што доаѓаат од бизнис компании и инвестициски портфолија, додека другата е од девизни дознаки што доаѓаат од дијаспората. Според статистиката на Светската банка, може да се забележи дека СДИ во осумдесеттите години на минатиот век во просек изнесуваа 100 милијарди на годишно ниво, додека во 1997 година се забележува пораст на 370 милијарди долари, за во 2010 година да изнесуваат 1.122 милијарди долари, додека во 2013 година достигнаа 1,4 трилиони долари¹⁷.

Што се однесува на девизните дознаки што доаѓаат од дијаспората, според статистиката на ОЕЦД и Светска банка, може да се забележи раст од 2003 година кога изнесувале 100 милијарди, во 2004 година 126 милијарди за во 2009 година да

¹⁵ Ghose, A. K.(2004) "Global Inequality and International Trade." *Cambridge Journal of Economics* 28, no. 2: 229-252

¹⁶Shangquan, G.(2000) "Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention" *Background Paper No.1, UN Development Policy and Analysis Division p.4-9*

¹⁷http://www.unctad.org/en/docs/webdiaeia20111_en.pdf (последно пристапено 05.08.2013 г.)

достигнат до 420 милијади долари¹⁸. Трите земји што се наоѓаат на врвот на листата на примачи на девизни дознаки во 2009 година се: Индија (49,3 милијарди долари), Кина (47,6 милијади долари) и Мексико (22,2 милијади долари)¹⁹.

Друга важна димензија на глобализацијата е мигрирањето на луѓето. Додека пропорцијата на миграцијата беше поголема за време на меркантилистичкиот период, апсолутната контрола на границите доведе во голема мера до филтрирање на процесот на миграција. Во 2000 година, околу 175 милиони луѓе живеат во различни земји од нивната земјата на раѓање. Тие можат да се поделат на три категории: 158 милиони меѓународни емигранти, 16 милиони бегалци и 900 илјади кои бараат азил²⁰.

Важен глобален тренд во иднина ќе биде движењето на работоспособното население од земјите во развој кон развиените земји, поради тоа што дел од развиените земји се соочуваат со стареење на населението. Миграцијата која е спонзирана од страна на фамилиите процентуално опфаќа од 45 до 75% од вкупната меѓународна миграција, а се одвива меѓу земјите во развој од една страна и Европа и Северна Америка од друга страна²¹.

Дури и пред 11 септември 2001 година (терористичкиот напад на САД), легалната миграција требаше да помине низ бирокуратските процедури на граничната контрола. Бројот на лица што аплицираа за влез во развиените земји најчесто ја надминуваше дозволената бројка за имигранти. Поради бројните правни процедури, некои мигранти влегуваа илегално, додека други, овој статус на илегалци го заработија по истекувањето на легалниот статус.

Со стареењето на таканаречената *бејби бум генерација*, во повеќето развиени земји, политиката во делот на миграција на работна сила во иднина ќе обрнува повеќе внимание на образованието, здравствениот систем, пензиските фондови, домувањето, како и исполнување на потребите на работната сила за одржување на конкурентноста во бизнисот.

¹⁸ OECD (2011), " *International Migration Outlook 2010*", Paris.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Doyle, M. W. (2004) The Challenge of Worldwide Migration. *Journal of International Affairs* 57, no. 2 p.53-56

²¹ Ibid.

Намалувањето на временските дистанци со помош на технологијата на Интернет, овозможи дистрибуција на работата секаде низ светот, создавајќи глобални виртуелни тимови. Феноменот на аутсорсинг е во постојан подем. За време на шеесеттите и седумдесеттите, мултинационалните компании мигрираа со своите индустриски производства во земјите со евтина работна сила, каде што значително ги намалија трошоците за работна сила²².

Проширувањето на мултинационалните компании во деведесеттите години на минатиот век се карактеризираше со ангажман на високо обучени работници, услужна работа и глобални виртуелни тимови. Фирмите започнаа со аутсорсинг на информатичка технологија уште на почетокот на седумдесеттите, но поголемиот бран на аутсорсинг започна во 1989 година кога се појави недостиг на квалификуван кадар во развиените земји. Во исто време, започна трендот во финансиската индустрија со можноста да ја движи трговијата насекаде низ светот, односно на различни берзи во Њујорк, Хонг Конг и Лондон во различни временски зони.

Технолошките иновации што се случија во делот на компјутерите и Интернет, имаа свое влијание и врз други индустрии, како што е случајот со софтверските компании при преносот на податоци, потрошувачките услужни центри на кои им се овозможи да ја пренесуваат својата работа секаде низ светот. Високото образование и потребата од стручен кадар во областа на здравството, исто така отвори потреба од аутсорсинг.

Во 2001 година, трошоците за аутсорсинг изнесуваа 3,7 трилиони долари, додека во 2003 година, 5,1 трилиони. Влијанието на глобалниот аутсорсинг, не е само пренасочување на работни места туку и намалување на компензациските нивоа на вработените во развиените економии. На пример, во 2000 година платата за софтвер инженер изнесуваше 130 илјади долари, додека во 2002 година 100 илјади долари. За софтвер инженер во Индија истата плата е многу помала од платата што ја добиваат

²²Clott, C. B. (2004) Perspectives on Global Outsourcing and the Changing Nature of Work. *Business and Society Review* 109, no. 2: 153-170.

нивните колеги во САД. Свкупно гледано, миграцијата на работна сила и работни места креира комплексна глобална динамика²³.

Иновациите во телекомуникациите, информатичката технологија и компјутерските предности се главни причинители на забрзаниот раст на глобализацијата. Во 1995 година, употребата на веб-страниците имаше 20 милиони корисници, во 2000 година околу 400 милиони, за во 2005 да има над 1 милијарда корисници, а во 2011 преку 2,1 милијарда од кои половина се од азиските земји. Брзиот раст на информатичката технологија не е рамномерно распространет во сите региони низ светот (табела бр. 1).

Табела бр.1: Корисници на Интернет низ светот по региони²⁴

Светски региони	Населени	Корисници на Интернет во 2000	Корисници на Интернет последни податоци	Процент од население	Раст 2000-2011	Корисници %
Африка	1,037,524,058	4,514,400	118,609,620	11.4 %	2,527.4 %	5.7 %
Азија	3,879,740,877	114,304,000	922,329,554	23.8 %	706.9 %	44.0 %
Европа	816,426,346	105,096,093	476,213,935	58.3 %	353.1 %	22.7 %
Блиски Исток	216,258,843	3,284,800	68,553,666	31.7 %	1,987 %	3.3 %
Северна Америка	347,394,870	108,096,800	272,066,000	78.3 %	151.7 %	13.0 %
Латинска Америка	597,283,165	18,068,919	215,939,400	36.2 %	1,037.4 %	10.3 %
Австралија	35,426,995	7,620,480	21,293,830	60.1 %	179.4 %	1.0 %
Свет Вкупно	6,930,055,154	360,985,492	2,095,006,005	30.2 %	480.4 %	100.0%

Извор: Internet world statistics

Дигиталната ера рефлектира и други диспаратети на глобализацијата. Глобализацијата на компјутерската технологија е есенцијална за растечкиот тренд на компјутерскиот

²³ Palvia, S. (2003) Global Outsourcing of IT and IT Enabled Services: Impact on U.S. and Global Economy. *Journal of Information Technology Cases and Applications* 5, no. 3: 1-11.

²⁴ www.internetworldstats.com (последно пристапено 02.05.2013г.)

криминал во меѓународни рамки, кој бара меѓу гранична соработка, сè со цел да се доведе до негово намалување. Други глобални трендови што се однесуваат на компјутерската технологија се развојот на вештачка интелигенција, брза конекција како што се безжичните апликации и интеграцијата со биотехнологија.

Влијанието на глобализацијата на одржливоста на животната средина е доста коментирана тема која предизвика бројни протести на меѓународните економски состаноци, како и на мултилатералните трговски форуми. Извештајот на ОН во 1987 година познат како *Извештајот на Брундтланд* (Brundtland Report - именуван по Gro Brundtland, поранешен премиер на Норвешка), го привлече меѓународното внимание за одржлив развој. Некои од поддржувачите на глобализацијата сметаат дека слободната трговија би била решение за намалување на сиромаштијата, како и за намалување на загадувањето. Но, аргументите зависат од корпоративната свест, односно од корпоративната моќ наспроти економската немоќност на државите.

Критичарите забележуваат дека одредени мултинационални компании располагаат со повеќе финансиски средства отколку некои земји во развој, па оттаму можат да влијаат на регулативите за заштита на животната средина. На пример, некои од мултинационалните компании нема да ги произведуваат своите производи што ја уништуваат животната средина во земји каде што има цврста регулатива за заштита на животната средина, туку ќе го преселат своето производство во други земји каде што таквата регулатива не е пречка. Оваа логичка линија доведува глобализацијата да претставува „трка без пардон“ од причина што земјите се натпреваруваат во привлекување на странски капитал за економски развој.

Регулирањето на глобалното загадување на животната средина е постигнато преку Кјото протоколот, кој е меѓународен договор за намалување на емисијата на штетни гасови и предвидува размена на лимитирачките кредити на загадување помеѓу државите. По комплексните мултилатерални преговори, *Кјото протоколот* беше изготвен во декември 1997 година, спремен за ратификација на националните влади. На 16 февруари 2005 година, стапи на сила и беше ратификуван од вкупно 141 држава. Иако, САД е најголем загадувач во светот, одби да го ратификува договорот²⁵.

²⁵ www.kyotoprotocol.com (поседно пристапено 18.9.2014г.)

Културата е уште еден дел на комплексните контроверзии поврзани со глобализацијата. Натпреварувачките перспективи околу тоа колку глобализацијата влијае на културата, се раѓаат на дебатите за културна хомогенизација спрема културна диверзификација. Оптимистичките погледи на ова говорат дека глобализацијата на културата е сето она што претставува разлика во културните погледи со можност за поголем избор и збогатено со можност за учење од различни традиции. Луѓето имаат поголеми можности со глобално произведените производи во споредба со локалната понуда, без да бидат ограничени од нивната географска локација. Критиките на влијанието на глобализацијата над културата одат до тој степен што културните разлики поминуваат низ таканаречениот процес „дизнификација“ или „мекдонализација“.²⁶

Критиките одат и до таа мера што говорат дека денешниот свет е американизиран, а не глобализиран – обид од страна на Вашингтон да ја наметне не само својата волја туку и своите вредности на другите делови од светот. Таквите критичари се склони кон тоа да ги гледаат САД како единствена суперсила (или хиперсила), како империјална сила која воспоставува „глобална империја“²⁷. Процесот се однесува на чувствата на високи достигнувања, односно анонимен културен империјализам. Дебатите од која било перспектива се интензивни со многу докази што се однесуваат на комплексните врски на општествените и политичките динамики во и помеѓу националните граници.

Глобализацијата на културата продолжува со многу контроверзна динамика која се однесува на три важни елементи:

- влијанието на индустријата врз социо-економското опкружување, културната дислокација на луѓето и нивната традиција;
- меѓународната трговија на културни добра и знаење;
- влијанието на култура на емигрантите врз националната култура, што креира опасност за националната култура и барањата на емигрантите да се почитува нивната традиција во мултикултурално општество.

²⁶Ritzer, G. (2010), *MacDonalization: the reader/ 3rd ed.*, Sage Publication Thousand Oak, CA

²⁷Viotti P., Kauppi M. (2009), *International Relations and World Politics*, Prentice Hall, Boston

Повеќекратната динамика на глобализацијата – регионализмот, нееднаквоста, финансиските движења, миграцијата на работна сила и работни места, технолошките иновации, одржливоста на животната средина и динамиката во културата формираат турбулентно и комплексно опкружување за менаџирање на бизнис операциите. Овие трендови, даваат една генерална слика на комплексноста и контроверзноста на глобализацијата, но мора да споменеме дека на површина излегуваат уште неколку важни елементи.

Загрижувачки елементи кои се сложено вградени во процесите на глобализација се: тероризмот, пандемиите на вируси и заразни болести, порастот на економиите на Кина, Индија, Јужна Кореја и Бразил, стареењето на популацијата во северната хемисфера на богатите нации во однос на растот на младата популација во јужната хемисфера, како и предностите на биотехнологија.

Глобализацијата нуди можности и опасности во креирањето на одржлива и конкурентска стратегија. Економиите во раст нудат ресурси во делот на работна сила и пазарни можности. Но геополитичките односи и перцепцијата на културниот империјализам како што ги паметиме тензии помеѓу САД и ЕУ за време на војната во Ирак, создаде доста предизвици за бизнис операциите. Исто така, денес сме сведоци и на заладувањето на односите помеѓу Русија, САД и ЕУ како последица на украинската криза која придонесе со воведување на ембарга и нарушување на бизнис односите меѓу бројни држави.

Но сепак, глобалните менаџери имаат голем број опции за да се справат со глобалните текови. Организационските стратегии за меѓународни операции инволвираат две меѓусебно поврзани барања: потребата од локална насоченост и потребата од интеграција. Компаниите што немаат потреба од локална насоченост, но имаат висока потреба од интеграција, изискуваат глобална стратегија која ќе ги централизира операциите со мала модификација за локална адаптација. Меѓутоа, компаниите што имаат потреба од локална насоченост, но немаат потреба од интеграција, изискуваат мултинационална стратегија која ќе ги децентрализира значително операциите за да одговори на условите на локалниот пазар. Компаниите што имаат потреба од локална

насоченост и од интеграција би требало да се стремат кон транснационална стратегија²⁸.

Понатаму, во процесот на селектирање на стратегија за глобална конкуренција, менаџерите треба да донесат одлуки за процесот на интернационализација. Два процеса се доста важни²⁹:

- Првиот е развојот на иновации на домашниот пазар, па како што се развива производот низ животните циклуси, фирмите можат да го внесат производот на други меѓународни пазари кога тој ќе ја достигне фазата на зрелост. Најчесто движењето се случува од развиените во земјите во развој.
- Вториот процес на интернационализација е со вклучување на странски капитал што доведува до зголемување на ресурсите. Оваа фаза на интернационализација има потреба од одредена временска инстанца, што претставува одреден предизвик во глобалната средина од причина што информациите во денешниот свет се движат со брзина од нано-секунди.

Алтернативно, според Кеничи Омае (Kenichi Ohmae) кој спори дека брзината и комплексноста на глобализацијата бара фирмите повторно да размислат за своите процеси на интернационализација затоа што моделите на растечки фази се доста спори. Земајќи ја предвид брзината и квантитетот на знаење што се движат во светот на глобалната конкуренција, многу возможно е компаниите да се соочат со конкуренција на домашниот пазар од конкурентни иновации пред да успеат да се етаблираат на меѓународните пазари.

Моделот на растечките фази е доста спор за да се конкурира во брзорастечката и добро интегрирана глобална економија. Омае сугерира дека е подобро фирмите да формираат стратешко партнерство со фирми кои се етаблирани на трите главни пазари како што се: Северна Америка, Европа и Азија особено Јапонија. Развојот на глобална конкурентска иновативност помеѓу партнерите овозможува брз развој на пазарот и етаблирање на стратешки позиции на различни локации.

²⁸ Porter, M.E. (1980): "*Competitive Strategy*", Free Press, New York

²⁹ Ibid.

Глобализацијата во дваесет и првиот век креира фундаментални разлики во конкурентската средина која преминува од растечки процес на интернационализација до скоро симултано распоредување на иновации. Овој процес на интернационализација, исто така, ја поместува работата на глобалните менаџери, односно ги поттикнува на соработка со стратешките партнери надвор од националните граници и менаџирање на глобалните надворешни (off-shore) добавувачи на различни географски локации.

1.2. Производните мрежи

Глобалните економии се карактеризираат со етаблирање на мрежи. Во овој дел ќе се концентрираме на: специјализирани производни мрежи, производни мрежи базирани на релации, модулирани производни мрежи, бенефиции и трошоци од аутсорсингот и транснационалните стратешки алијанси.

1.2.1. Специјализирани производни мрежи

Овие мрежи ја поставуваат компанијата во доминантна и ефективна контрола, иако не ги поседува сите поголеми компоненти во мрежата. Водечката компанија бара добавувачи што ќе ги „заклучи“ во мрежата, со цел да се исклучат други што ќе влијаат на добивката и вложените напори. Оттаму, добавувачите се соочуваат со фиксни трошоци. Специјализираните добавувачи најчесто се активирани во деловите на склопување на одредени производи. Исто така, зависат од водечката компанија во делот на дизајн, логистика, технологија, набавка на сировини³⁰. Во овие мрежи, инструкциите до добавувачите се строго прецизирани и моќта е асиметрична, односно концентрирана е кај водечката фирма. Најчесто овие производствени мрежи се користат од страна на јапонските и корејските компании, но можеме да забележиме ваков модел и кај дел од американските компании, како што е *Најки* (NIKE). Оваа компанија за прв пат во 2005 година го објави списокот на добавувачи низ целиот свет. Од географската поставеност може да се забележи дека се работи за глобална операција. Најголем дел од добавувачите се лоцирани во Кина (31%), Тајланд (20%), па

³⁰Gereffi, G., Humphrey, J. and Sturgeon, T. (2005); "The Governance of Global Value Chains", *Review of International Political Economy*

следуваат Индонезија, Виетнам и Малезија, кои севкупно за овој дел од Источна Азија претставуваат 60%. Околу 8% од добавувачите се во јужниот дел на Азија, односно во Шри Ланка и Индија, додека 10% во Централна и Јужна Америка, односно во Мексико и Бразил и 12% во Европа, односно Турција и Португалија³¹.

1.2.2. Производни мрежи базирани на релации

Производните мрежи базирани на релации се водени од фирми не врз база на авторитет туку врз база на релација меѓу актери во мрежата, особено тие што се базираат на доверба и изградена репутација. Производните мрежи базирани на релации можат да бидат вградени во поголеми системи, односно може да го манипулираат пазарот доста добро поради изградената доверба, персоналните и фамилијарни односи на заедницата и нејзините членови – индивидуите и малите компании што може да одговорат доста брзо на променетите услови³².

Оттаму овие мрежи имаат рамномерна моќ во односите за разлика од специјализираните производни мрежи. Вакви мрежи постојат меѓу прекуокеанскиот кинески бизнис и меѓу некои етнички групи. Транснационалните заедници, кои во САД развија електронски индустрии во близина на тајванските, кинеските и индиските емигранти, остварија рапиден и екстензивен раст на глобалните производни мрежи кои се базираат на процесот на релации.

Заедниците составени од технички обучени емигранти со бизнис искуство и врски во САД, се идеално позиционирани за да ја надградат мрежата на добавувачи на технологија во земјите од каде што потекнуваат. Обучените кадри во САД, кои се враќаат во земјите од каде што потекнуваат (најчесто земјите во развој), може директно да влијаат преку пренесување на своето знаење и вештини и драматично да го забрзаат индустрискиот развој.

Транснационалните заедници имаат механизам за оформување на нови центри во помалку развиените региони заради намалување на трошоците на набавки. Тајванските

³¹Извор: статистички извештај на NikeInc., 2005

³²Saxenian, A.(2002): „*Local and Global Networks of Immigrant Professionals in Silicon Valley*” San Francisco, CA: Public Policy Institute of California

водечки снабдувачки компании за персонални компјутери, вклучувајќи ги *Acer*, *Mitac* и *Compaq*, кои своите првични договори со ИБМ во почетокот на осумдесеттите ги обезбедија преку кинеските претприемачи во Силиконската долина. Исто така, инженерите во големите американски корпорации беа меѓу првите што ги користеа софтверските услуги преку аутсорсинг од Индија³³.

Во Европа, вакви примери на мрежи базирани на релации може да се забележат во Германија и Италија. Во двата случаи, како и во други делови на светот, дискутирано е дека близината меѓу компаниите и општествените институции овозможуваат, односно ги „цементираат“ релациите па затоа и постојат овие мрежи³⁴. За време на осумдесеттите, стана екстремно популарно да се поздравуваат ваквите индустриски области како чекор напред од системите за масовно производство.

Организациската поставеност на целата мрежа е рамна, односно без хиерархија. Всушност, учесниците се посебни фирми без заеднички сопственик. Тие соработуваат меѓу структурите базирани на релации со висок степен на доверба која се гради со текот на времето. Но, ова не значи дека не постојат разлики во моќта внатре во мрежата. Овие мрежи најчесто се формираат во научни видови бизнис како што се: напредна електроника, компјутерски софтвер дизајн, биотехнологија, инженеринг и здравство.

³³Miles, R., Snow, C.C., Mathews, J.A. and Miles, G. (1999), *Cellular - network organizations*. In W.E Halal and K.B. Taylor (eds), *Twenty – First Century Economics: Perspectives of Socioeconomics for a Changing World*. New York: St Martin's. Chapter 7.

³⁴Amin, A. and Robins, K. (1990), "The re-emergence of regional economies? The mythical geography of flexible accumulation" *Environment and Planning D: Society and Space*, 8:p. 7-34.

Amin, A. and Thrift, N.J.(1992)"Neo – Marshallian nodes in global networks", *International Journal of Urban and Regional Research*, 16: 571-587.

Lovering, J. (1990) "Fordism's unknown successor: a comment on Scott's theory of flexible accumulation and the re-emergence of regional economies" *International Journal of Urban and Regional Research*, 14 p.159-174

Scott, A.J. (1988) "Flexible production systems and regional development" *International Journal of Urban and Regional Research*, 12: 171-185.

Storper, M (1997) *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*, Guilford New York.

1.2.3. Модулирани производни мрежи

За многу индустрии промените во последните дваесет години во делот на организирање на производството изгледа како креирање на различни модели, притоа користејќи ги истите делови. Новите делови може да се додадат на старите платформи, односно елементите од старите структури ќе можат повторно да се користат во нови конфигурации. Деловите може да се разменуваат помеѓу различни играчи со различни планови. Моќностите за организирање на компаниите се зголемија со помош на новите дигитални технологии кои креираат огромни можности за користење на различни извори, организации и потрошувачи насекаде низ светот, па оттаму се изградија видови бизнис кои не постоеја пред десет години³⁵.

Развојот на модулирани производни мрежи најмногу зависи од фактот што некои производни циклуси имаат своја точка на кршење, односно транзиција од зависноста од тактично знаење до кодирање на информации низ одредени стандарди и договорени протоколи³⁶. Ова доведе до тоа голем број индустрии да се насочат кон ситуација кога фирмите ќе се концентрираат примарно на развој на производите, маркетингот и дистрибуцијата, додека таканаречените снабдувачи *клуч на рака* се концентрираат на производство на тие функции што се аутсорсинг на водечката компанија и ги продаваат како услуги за широк спектар на потрошувачи. За да се постигне ова, снабдувачите *клуч на рака* се развиваат во три вида специјалност: основен процес, основни делови и основни услуги.

Развојот на договорно производство во делот на електронската индустрија дава чиста слика за развојот на модулираните производни мрежи. Зголемување на обемот и сложеноста на аутсорсингот од страна на американските електронски компании во периодот од 1980 до 1990 година, кај снабдувачите создаде потреба да креираат мрежи на глобално ниво кои ќе можат да ги опслужат барањата што доаѓаат од транснационалните компании, лидери во електрониката³⁷.

³⁵Berger, S. (2005), *How We Compete: What Companies Around the World Are Doing To Make It In Today's Global Economy*, Doubleday, New York

³⁶Sturgeon, T.J. (2003), "What really goes on in Silicon Valley? Spatial clustering and dispersal in modular production networks". *Journal of Economic Geography*, 3 p.199-225

³⁷Luthje, B.A. (2002) "Electronics contract manufacturing" *global production and the international division of labor in the age of the Internet, Industry and Innovation*, 9 p.227-247

Овие различни видови производни мрежи – хиерархиски, специјализирани, базирани на релации и модулирани, коегзистираат во различни комбинации во различни индустрии и во различни делови на светот. Постои евиденција која сугерира дека фирмите со различно национално потекло се стремат да постават одреден вид производна мрежа. Оттаму, може да се забележи дека модулираните производни мрежи се развиени во САД и рефлектираат на релативна отвореност на процедурите и желба за намалување на степенот на зависност. Клучот на овој систем е екстензивното и интензивното користење од страна на снабдувачите во секторот ИТ кој овозможува широка апликација на основни процеси и широко прифатени стандарди кои овозможуваат трансфер на спецификации во внатрешните компаниски линкови³⁸.

1.2.4. Бенефиции и трошоци од аутсорсингот

Основите на различните производни мрежи е зголемениот тренд на фирмите да остваруваат дел од своите функции преку аутсорсинг, воедно давајќи им можност на компаниите-снабдувачи да ја пополнат празнината. За фирмите, аутсорсингот е широко гледан како пат за фокусирање на најважните сегменти, притоа ослободувајќи се од активностите што не се вклопуваат. Логиката е дека трошоците ќе се намалат, а профитот ќе се зголеми преку концентрација на најважните активности. Меѓутоа, постојат и ризици од аутсорсингот, како што беше случајот во 2005 година со *Бритиш Еарвејс* (British Airways) и компанијата *Гејт Гурмет* (Gate Gourmet), која ја подготвуваше храната што се служеше во британската авиокомпанија, а притоа ја доведе во доста непријатна ситуација.

Потенцијалните бенефиции, како и трошоци од аутсорсингот се уште поголеми кога станува збор за користење на овие активности преку националните граници. Всушност, трендот на аутсорсинг во моментот е доста засилен, но незначително дека е неизбежен или незапирлив. Постојат многу примери на активности што биле реализирани преку аутсорсинг, но во подоцна фаза повторно вратени како активности и приоритети на фирмата. Со други зборови, границата помеѓу надворешните и внатрешните активности постојано се менува и не се движи секогаш во насока што може да се предвиди.

³⁸Strugeon, T.J (2002) “Modular production networks: a new American model of industrial organization. *Industrial and Corporate Change*”, *Oxford Journals 11 edition p.451-496*

Аутсорсингот кој се базира само на споредување на трошоците може да ги заслепи компаниите и тие да ги пропуштат можностите за здобивање на дополнително знаење кое ќе доведе до создавање на нови производи и технологии³⁹.

1.2.5. Транснационални стратешки алијанси

Развојот на производни мрежи базирани на релации и модулирани производни мрежи е едно од најзначајните развојни достигнувања во глобалната економија во последните години, а оттаму и растот и ширењето на транснационалните стратешки алијанси меѓу фирмите⁴⁰. Всушност, соработката преку здружување меѓу фирмите надвор од националните граници не е ништо ново. Повеќето од стратешките алијанси се формираат помеѓу конкурентите. Со други зборови, тие рефлектираат кон нови форми на бизнис релации, нови ривалства во насока на соработка и натпревар⁴¹. Многу компании не формираат само една алијанса, туку мрежа на алијанси во кои односите се зголемуваат повеќе на мултилатерален отколку на билатерален план. Во ваква структура тие креираат нова констелација на економска моќ.

Стратешките алијанси се формални договори помеѓу компании со цел да остварат стратешка цел, односно некоја фирма сака да ја постигне својата зацртана цел но притоа верува дека неможе да го направи тоа самостојно. Донесувањето одлука за приклучување кон одредено здружување вклучува ризик, како и награда, во зависност од финалниот исход. Во стратешките алијанси здружувањето помеѓу компаниите е во однос на одредени активности, во секој друг поглед компаниите се независни една од друга, а најчесто се и конкуренти. Три поголеми модели на соработка се присутни во стратешките алијанси: истражување, технологија и пазарно насочување. Исто така, алијансите ги нудат следниве предности: надминување на проблемите за влез на

³⁹King, W.R.(1994)Strategic Outsourcing Decisions.*Information Systems Management*.

⁴⁰Anderson, M.(1995) "The role of collaborative integration in industrial organization: observations from the Canadian aerospace industry", *Economic Geography*, 71: 55-78

Gomes – Casseres, B. (1996) "The Alliance Revolution: The New Shape of Business Rivalry" *Cambridge, MA: Harvard University Press*.

Kang, N.H.and Sakai, K. (2000) "International strategic alliances: their role in industrial globalization" *OECD STI Working Paper 2000/5*.

Mockler, R.J. (1999), *Multinational Strategic Alliances*, Wiley, IN, USA

⁴¹Gomes – Casseres, B. (1996) "The Alliance Revolution: The New Shape of Business Rivalry", *Cambridge, MA: Harvard University Press*.

одредени пазари, олеснување за влез на нов пазар, поделба на зголемените трошоци, неизвесност и ризик од истражување и развој (R&D), достапност до технологија и рационализирање на производството⁴².

Многу често мотивацијата за стратешки алијанси е доста прецизна. Кога се работи за здружување во истражување и развој (R&D), соработката се одвива во делот на истражување на нов производ или технологија, додека маркетингот е засебна одговорност за партнерите. Договорите за дистрибуција ѝ нудат на фирмата начин да го прошири својот производен спектар со помош на маркетинг на производи на друга фирма во одредена пазарна област. Договорите за лиценца се слични, но даваат можност за етаблирање на глобален стандард за одредена технологија, како што беше на пример случајот со компакт-диските. Договорите пак за заедничко производство се корисни за постигнување на економија на обем или за зголемување на производствен капацитет. Формирањето на конзорциум е особено важно за реализација на големи проекти во индустрии како што се вселенски истражувања, телекомуникации, каде што постојат специфични регулации од страна на националните влади и ги ставаат проектите надвор од достапноста на индивидуалните компании.

Големиот дел од овие стратешки алијанси се формираат во секторите каде што има големи трошоци и потребна е економија на обем, брзи технолошки промени и оперативни ризици. Поддржувачите на стратешките алијанси тврдат дека соработката на компаниите се комбинира со начинот да се стигне до бенефициите на секој од партнерите. Сепак, постои размислување дека влегувањето во вакви алијанси ќе резултира со губење на клучните технологии и експертизи на еден или друг од партнерите. Пошироко гледано, стратешките алијанси се многу потешки за менаџирање отколку поединечното здружување, поради фактот што често може да дојде до недоразбирање или несогласување, особено помеѓу партнерите од различни култури. Овие алијанси имаат краток век на траење. Сепак, транснационалните стратешки алијанси претставуваат гаранција за постојан развој во денешната непредвидлива и глобално конкурентна економија.

⁴²Hudson R. (2001), *Producing Places*, Guilford, New York p.206

1.3. Географска локализација на глобалните промени

Дали корпоративната реорганизација е резултат на веќе испланирана стратегија за рационална промена или едноставно реакција на криза (внатрешна или надворешна), географските промени може да заземат неколку различни форми:

- Приспособувањето на постоечката мрежа на производните делови е најопшта форма на приспособување. Капацитетот на постоечките производни погони може да се зголеми за да се постигне економска исплатливост или да се намали со парцијално намалено инвестирање за да се отфрли вишокот на капацитет. Постоечката капитална вредност може да се замени со нова технологија. Во овој правец, важноста, дури и актуелната функционалност на производните делови, може да се крои како што транснационалната компанија ги преместува задачите во рамките на своите постоечки географски дисперзирани операции. Промената на постоечките производни погони може да биде постепен процес на приспособување или повеќе неочекувани промени во нивниот капацитет или функционалност.
- Локациските промени експлицитно инволвираат брзи промени поради тоа што се составени од зголемување или намалување на бројот на производни погони во одредени локации, односно физичко преместување на цели производни погони.

Како резултат на тоа, реорганизацијата, реструктурирањето и резултатите од географските промени се неизбежен и постојан аспект на еволуирање на транснационалните корпорации. Промените зависат од влијанието на надворешните и внатрешните сили над компанијата. Големите глобални корпорации претставуваат „глобални скенери“. Со помош на ресурсите со кои располагаат имаат можност максимално да го проценат потенцијалот за етаблирање на нов производствен капацитет на одредена локација. Перформансите на постоечките корпоративни делови се под мониторинг и проценка во однос на конкуренцијата, како и на целата корпоративна мрежа и потенцијалот на одредени локации. Постоечките

производствени погони, чии перформанси се под очекувањата, може да бидат отстранети⁴³. Како што производните погони на одредена локација застаруваат така и се затвораат. Дали ќе се инвестира во истата локација зависи од одржливоста на транснационалната корпорација и нејзината стратегија. Во повеќето случаи, новата инвестиција се реализира на различна локација од претходната, а во некои случаи и во друга земја.

Меѓутоа, треба да имаме предвид дека транснационалните компании можат и прават радикални промени во своите операции. Постојат и таканаречени „бариири за излез“. Производните капацитети претставуваат огромни капитални инвестиции кои не можат да бидат лесно отпишани. Меѓутоа, постојат и други трошоци кои поставуваат дополнителни бариери за излез. Тоа се трошоци што неможат да се обноват со продавање на вишокот на имот или да се затворат по кратка постапка, како што е случај со пензиските обврски, дури и кога операцијата е тотално затворена⁴⁴. Политичките притисоци можат да ги одвратат компаниите од затворање на одредени производствени погони особено во локации со поголеми економски и социјални проблеми. Од друга страна, транснационалните компании имаа голема моќ да ги премостат операциите во рамките на постоечката корпоративна мрежа. Тие поседуваат средства што им овозможуваат да ја обликуваат нивната географска мрежа преку локални промени.

⁴³Sklair, L. (2001), *The transnational Capitalist Class Chapter 5*, Blackwell, Oxford

⁴⁴Schoenberger, E. (1997), *The Cultural Crisis of the Firm*, Blackwell, Oxford

2. ПРОЦЕСИТЕ ШТО ГИ ПОТТИКНУВААТ ГЛОБАЛНИТЕ ПРОМЕНИ

Во оваа точка целта ќе биде да се идентификуваат некои од технолошките промени кои се доста важни за глобалните економски активности. Технолошките промени се динамичкото срце на економскиот раст и развој, како и фундаментална еволуција на глобалниот економски систем. Исто така, ќе посветиме внимание на транснационалните компании кои претставуваат движечка сила во глобалната економија. Во овој контекст ќе ја опфатиме и регионализацијата на транснационалните мрежи.

2.1. Технолошки промени и трансформација на економијата

Основниот импулс што го поставува и одржува капиталистичкиот мотор во движење, доаѓа од новите потрошувачи на добра, новите методи на производство или транспорт, новите пазари, новите сили на индустриска организираност што ги креира капиталистичката корпорација⁴⁵.

Технолошките промени претставуваат фундаментална сила во обликувањето на моделите на промени во економијата. Начините на кои се користат технологиите, дури и на самиот почеток на нивното креирање, се условени од нивниот социјален и економски контекст. Во денешниот модерен свет, ова се однесува примарно на вредноста и мотивацијата на капиталистичките бизнис компании кои работат во интензивно конкурентен систем. Изборот на користење на технологии е мотивирано пред сè од профитот, респективно акумулацијата на капиталот и инвестициите, зголемениот пазарен дел итн.

Второ, технологијата треба да се гледа главно како алатка која овозможува создавање на нови структури, нови организациски и географски аранжмани на економски активности, нови производи и нови процеси. Од друга страна, во високо конкурентна

⁴⁵Schumpeter A. J.(1943), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Allen & Unwin, London

средина, кога еднаш се користи одредена технологија од страна на една компанија, тогаш нејзината адаптација од страна на други фирми е неминовна за нивен опстанок.

Во оваа точка ќе се фокусираме на аспектите од технолошките промени кои особено влијаат на глобализацијата на економските активности. Најпрво ќе се насочиме кон широк поглед на технолошките промени, идентификувајќи ги клучните технологии и нивната еволуција низ времето. Потоа ќе се фокусираме на технологиите што придонеле за намалување на времето и просторот на транспорт и комуникации, а воедно ќе го анализираме развојот на производи и технолошки процеси.

Технолошките промени се форма на учење по пат на опсервирање, правење, користење, односно како да се реши одреден проблем во доста различна и променлива средина. Меѓутоа, ова претставува многу повеќе од основен технички процес. Покрај тоа што вклучува откривање на нови работи или нови начини за правење на одредени работи, уште позначајно е тоа што зависи од трансформација на откритието во корисна иновација и нејзино адаптирање и проширување. Во економската средина ова е главно процес на претприемаштво⁴⁶.

2.1.1. Видови технолошки промени

Постојат четири видови технолошки промени, секој од нив е прогресивно позначаен и далеку повлијателен⁴⁷:

- Растечки иновации – мали и прогресивни модификации на постоечките производи и процеси, креирани преку процесите на „учење преку работење“ и „учење преку користење“. Иако индивидуално мали, а оттаму и незабележливи тие се акумулираат најчесто преку долг временски период на креации на значителни промени.

⁴⁶Porter M.E.(1990), *Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, London

⁴⁷Freeman C. and Perez C. (1988) *Structural crises of adjustment, business cycles and Investment behaviour*. In G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds), *Technical Change and Economic Theory*, Printer. Chapter 3, London

- Радикални иновации – дисконтинуирани настани кои драстично ги променуваат постоечките производи или процеси. Поединечната радикална иновација не ќе може да креира ефекти од широки размери во економскиот систем, но потребни се за кластер иновациите.
- Промени во технолошкиот систем – екстензивни промени во технологијата кои влијаат на неколку постоечки делови во економијата, како и креирање на потполно нови сектори. Овие се базираат на комбинација од радикални и растечки технолошки иновации заедно со соодветни организациски иновации. Промените на технолошките системи се стремат да бидат поврзани со клучните генерички технологии (информатичка технологија, биотехнологија, енергетска технологија, вселенска технологија).
- Промени во технолошко-економската парадигма – чисто револуционерни промени придружувани од нови технолошки системи. Ваквите промени имаат силни ефекти врз економијата како целина и тие влијаат на промените на стилот на производство и менаџмент преку системот. Воведувањето на електричната енергија или водената пара или компјутерите се примери на длабока трансформација⁴⁸.

2.1.2. Влијанието на технологијата низ различни временски периоди

Помислата дека економскиот раст се случува во серија на циклуси или „бранови“, датира од пред 100 години. Еден од брановите познат како Кондратиев бран или (К – бран) е бран кој е во траење од околу 50 години⁴⁹. Во табелата број 2 ги имаме опфатено четирите бранови, а моментално се наоѓаме во фаза на петтиот бран (бранот на дигиталниот свет). Секој бран може да биде поделен на четири фази: просперитет,

⁴⁸Freeman C.(1987),The challenge of new technologies”, In *OECD (ed.), Interdependence and Cooperation in Tomorrow’s World. Paris: OECD. p.123-156.*

⁴⁹Freeman, C. (1982) *The Economics of Industrial Innovation*,Printer, London

Freeman C. and Perez C. (1988) Structural crises of adjustment, business cycles and Investment behaviour. In G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds), *Technical Change and Economic Theory*, Chapter 3,Printer,London.

Hall, P and Preston, P. (1988) *The Carrier Wave: New Information Technology and the Geography of Innovations*, Unwin Hyman, London

Rennstich, J. (2002) “The new economy, the leadership long cycle and the nineteenth K-wave”, *Review of International Political Economy*, 9 p. 150-182.

рецесија, депресија и заздравување. Секој од брановите карактеризира временски период на значајни технолошки промени преку кои се случени одредени иновации во делот на производството, дистрибуцијата и организацијата.

Распространувањето на технологијата го стимулира економскиот раст и вработувањето, но технологијата сама по себе не е доволна да предизвика економски раст. Исто така, треба да бидат исполнети соодветни услови како што се: демографија, општество, економија, финансии и побарувачка. Во некој период растот забавува, односно побарувачката е целосно намалена или профитот на компанијата е незабележителен поради интензивната конкуренција. Како резултат на намалување на нивото на инвестиции, фирмите ги реструктурираат своите операции, а со тоа се предизвикува раст на невработеноста. Новата секвенца ќе биде иницирана врз основите на клучната технологија, некои се базираат на иновации кои се во подем за време на рецесијата и кои создаваат нови можности за инвестиции⁵⁰.

Покрај тоа, постои несогласување околу прецизен механизам и инволвираност на временска рамка, секој бран генерално се однесува на промените во технолошко-економската парадигма, како сет на технолошко-економски практики заменети од нов сет практики. Ова не е ненадеен процес туку процес што се случува постепено и инволвира конечна кристализација на новата парадигма.⁵¹

⁵⁰Ibid.

⁵¹Ibid.

Табела бр. 2: Кондратиев бран

1770–1780	1830–1840	1880–1890	1940 -тите	доцните 1990-ти
Главна индустрија	Текстилна Текстилни хемикалии текстилна машинерија	Мотори на пареа, бродови на пареа, машински алати, железо и челик, опрема за пруги	Електрични машини, кабли и жици, челични бродови, тешки хемикалии и синтетика	Компјутери, дигитална технологија, Интернет, софтвер, телекомуникации, оптички врски, роботика, керамика, биотехнологија
Инфраструктура	Патишта со наплата, канали	Пруги Бродски транспорт	Снабдување со електрична енергија	Дигитална мрежа и сателити
Лимитации од претходните технолошко- економски парадигми и решенија од страна на нови парадигми	Лимитации на обем, процес на контрола и механизација во домашниот систем, рачни алатки. Решенија кои нудат перспективи за зголемено производство и профитабилност преку механизација и фабричка организација во водечките индустрии	Лимитации на сила на вода, нефлексибилност на локација, обем на производство, рестриктивен развој на механизација и фабричко производство како целина. Во голем дел надминато од моторите на пареа и новиот транспортен систем.	Недостаток на железото како инженерски материјал, надминат со користење на евтин челик и алуминиум. Стандардизација на активностите низ целиот свет	Ограничувањата на енергија и материјали го интензивираше надминувањето преку електронски контролни системи и делови. Систематизирање, вмрежување и интеграција на дизајн, производство и маркетинг
Организација на фирмите и форми на соработка и конкуренција	Индивидуални претприемачи и мали фирми, конкуренција. Партнерска структура и соработка во делот на техничките иновации и финансиските спојувања. Локален капитал и индивидуално богатство.	Зголемување на конкуренцијата на малите фирми, но големите вработуваа илјадници работници. Како што пазарот растеше, така компаниите се впуштаа во нови инвестиции и преземаа ризици и сопствености.	Раст на големите фирми, картели и спојувања. Монополите и олигополите постануваа вообичаена практика. Регулација на државната сопственост и јавните комуналии. Концентрација на банките и финансискиот капитал. Развој на средниот менаџмент во големите компании	Вмрежување на големите и малите фирми што се базира на компјутерските мрежи и тесна соработка во технолојата, контрола на квалитетот, обука, планирање на инвестиции и производство (justintime)
Географски фокус	В. Британија, Франција и Белгија	В. Британија, Франција, Белгија, Германија и САД	Германија, САД, Франција, В. Британија, Белгија, Холандија и Швајцарија	Јапонија, САД, Германија, Шведска, Тајван, Кореа, Канада и Австралија

Извор: Freeman C. and Perez C. (1988) *Structural Crises of Adjustment, Business Cycles and Investment Behaviour*. In G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds), *Technical Change and Economic Theory*, Chapter 3, Printer, London

Како што е прикажано во табелата број 2, процесот на промени инволвира повеќе од само технолошки промени. Секоја фаза се поврзува и со карактеристиките на

економската организација, соработка и конкуренција. Организациските промени го следат патот од самиот почеток на индивидуален претприемач (прва фаза), до мали фирми (втора фаза), па до монополи, олигополи и картели (трета фаза), потоа централизирани ТНК (четврта фаза) и на крај вмрежени и организациски форми во вид на алијанси (петта фаза). Секоја замена на одредена фаза има специфична географска локација во зависност од технолошката иновативност низ времето⁵².

2.1.3. Технологии што ја стеснија временската рамка

Транспортот и комуникациските технологии имаа енормен придонес за намалување на дистанците и времето, како и за постоењето на денешниот комплексен економски систем⁵³.

Историски гледано, транспортот и комуникациите беа третирано како една област, бидејќи информацијата се движеше со иста брзина на иста далечина колку што овозможуваше транспортниот систем. Меѓутоа со појавата на електронската технологија се промени таа поврзаност и се создаде ситуација во која е очевидна разликата од транспортот и комуникациите благодарение на технологијата. Ваквиот развој придонесе општествата да се трансформираат во сите сфери. Поаѓајќи од економската и бизнис перспективата две работи се особено важни⁵⁴:

- Технологијата во комуникациите и транспортот го обликува и преобликува системот на влез на пазарот низ географски простор.

- Комуникациската револуција или револуцијата на контрола придонесе да се зголемат можностите за профит, овозможувајќи им на фирмите подобра контрола на времето и просторот во економските активности. Ваквата контрола им овозможи на фирмите да

⁵²Hall P. and Preston P. (1988), *The Carrier Wave: New Information Technology and the Geography of Innovation*, Unwin Hyman, London

⁵³Brunn, S.D. and Leinbach, T.R. (1991), *Collapsing Space and Time: Geographic Aspects of Communication and Information*, HarperCollins, New York:

Castells, M. (1996) "The Information Age: Economy, Society and Culture", 3 vol. *Blackwell, Oxford p.342-451*

Graham, S. and Marvin, S. (1996), *Telecommunications and the City: Electronic Spaces, Urban Places*, Routledge, London

Hall, P and Preston, P. (1988) *The Carrier Wave: New Information Technology and the Geography of Innovations*, Unwin Hyman, London

⁵⁴Fields G. (2004) *Territories of Profit: Communications, Capitalist Development, and the Innovative Enterprises of G.F. Swift and Dell Computers*, Stanford, Stanford Business Books, CA

креираат нови патишта кои ќе ја зголемат нивната ефикасност и можности сè со цел да остварат што поголем профит.

2.1.4. Технолошки промени во производите и процесите

Иновации на производи

Во средината во која владее голема конкуренција, постојаното воведување на нови производи е основно за секоја фирма за да остане конкурентна на пазарот, а воедно и биде профитабилна. За да се задржи растот на долги стази потребно е географско проширување на пазарот или иновација на нови производи. Само преку иновацијата на производ може да се избегнат ограничувањата поставени од големината на светскиот пазар за одреден производ⁵⁵. Ова произлегува од животниот циклус на еден производ кој по одреден временски интервал станува помалку интересен за потрошувачите и побарувачката за тој производ се намалува⁵⁶.

Растот на продажбата на производот е последен од иницијална иновација низ серија од фази: ран развој, раст, зрелост и застареност. Кога нов производ е првпат претставен на пазарот, вкупната продажба е на низок степен затоа што потрошувачите не го знаат производот и неговиот квалитет. Да претпоставиме дека новиот производ се шири на пазарот, потоа влегува во фаза на рапиден раст како причина на зголемената побарувачка. Ваквиот раст очекувано е да достигне највисок степен и производот влегува во фаза на зрелост. Кога побарувачката ќе почне да опаѓа, тогаш производот влегува во фаза на застареност и најчесто со тој производ се освојуваат пазарите на помалку развиените земји, додека во земјата иноватор се развива нов производ.

Овој вид на развоен пат сугериран од страна на концептот за животниот циклус на производот, има доста важни импликации врз развојот на фирмата и нејзиниот раст во делот на профитот. Значи сите производи имаат лимитиран живот, односно

⁵⁵Casson M. (1983), *The Growth of International Business*, Allen & Unwin, London

⁵⁶O'Shaughnessy, J. (1995) "Competitive Marketing: A Strategic Approach, 3rd edn.", *Routledge, London*
Vernon, R (1979) "The product cycle hypothesis in a new international environment" *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41: p.255-68.

Hirsch, S.(1967) *Location of Industry and International Competitiveness*, Clarendon, Oxford

Wells, L.T.Jr (1972), "The Product Life Cycle and International Trade" *Boston: Harvard Business School Press* p.341

застарувањето на производот е неизбежно. Но брзината на животниот циклус на производот варира од производ до производ. Животниот циклус на некои производи може да се состои од една година, додека кај други може да трае и многу подолго. Сепак, животните циклуси на производите се сè пократки. Со цел да се задржи растот на компанијата и да се остварува профит, компанијата треба да истражува постојано (или да купува иновации од други компании). Постојат три главни елементи преку кои продажбата на производот може да се одржува или зголемува:

- да се претстави нов производ кога постоечкиот производ влегува во фаза на застареност и на тој начин имаме преклопување на циклусите;
- да се продолжи циклусот на постоечкиот производ, со правење на минимални модификации на производот или преку пронаоѓање на нови начини на користење;
- да се направат промени на производната технологија со цел да го направи производот поконкурентен.

Која било стратегија да се примени, фундаментални се иновациите и технолошките промени. Како што изминува животниот циклус на производот, така расте притисокот кон компаниите за развој на нови производи.

Процес на иновации

Иновацијата на производи сама по себе е неадекватна за опстанок на компанијата и нејзината профитабилност. Компанијата треба да се стреми да го произведе производот на колку што е можно поефикасен начин. Неодамнешниот развој на технологијата, особено на информатичката технологија, постигна силни ефекти врз производниот процес во сите економски сектори. Три главни и меѓусебно поврзани одлуки се инволвирани во сите производствени процеси независно од производот⁵⁷:

⁵⁷Smith, D.M. (1981) *Industrial Location: An Industrial – Geographical Analysis*, 2nd ed., Wiley New, York

- Техника на производството. Особено технологијата што се користи и начинот на различни влезови (инпути) или фактори на производство, се комбинираат. Меѓутоа постојат ограничувања во замената на фактори. Некои производствени процеси природно се капитално интензивни за разлика од други и обратно.
- Обем на производството. Генерално, просекот на трошоци за производство се стреми кон намалување кога волуменот на производство се зголемува, како резултат на економијата на обем. Овој процес варира од индустрија до индустрија. Техниката и обемот се во тесна корелација.
- Локација на производството. Техниката и обемот, исто така, се тесно поврзани со географската локација на производството. Големите по обем процеси бараат влез на големи пазари, како и високо интензивните производствени процеси побаруваат соодветна работна сила.

Фазата на животниот циклус на производот може да биде многу важен фактор за секоја од овие одлуки. Многу често овие односи се тесно поврзани со напредокот на производот низ животниот циклус и начинот на негово создавање. Секоја фаза има особени производни карактеристики. Еден од најважните е начинот на кој релативната важност на производствениот фактор се менува. Генерално, како што изминува циклусот, акцентот се менува од технологија која се однесува на производот на технологија на процесот, сè со цел намалување на трошоците. Во оваа фаза, релативната важност на трошоците за работна сила, особено на полуобучена или необучена работна сила се зголемува. Различните географски локации се релевантни за различни фази од животниот циклус на производот.

Погледот кон систематските промени во производствениот процес се случуваат кога производот ќе ја достигне фазата на зрелост. Без сомневање, постојат големи разлики помеѓу производствениот процес во раната фаза на развој на производот и кога истиот производ се наоѓа во фаза на зрелост. Во секоја фаза производствениот процес може да се „подмлади“ со технолошки иновации. Тоа не мора да биде една секвенца која води од производство со мал обем до стандардно масивно производство.

2.2. ТНК –примарна движечка сила во глобалната економија

Корпоративните седишта се најважниот контролен центар за транснационалните компании. Тие се одговорни за сите важни стратешки инвестициски и неинвестициски одлуки што ја обликуваат компанијата, како што се: во кои производи и пазари треба се влезе или излезе, дали да се прошират одредени делови на компанијата или да се ангажираат фирми преку најразлични договори, дали да се приспојат други фирми или да се продаде одреден сегмент⁵⁸.

Корпоративното седиште, генерално, ги држи сите конци и одлучува за алокација на средства од корпоративниот буџет до подружниците. Исто така, корпоративните седишта ги процесираат и трансмитираат информациите од едни до други делови на компанијата, како и помеѓу други слични организации на високо ниво надвор од компанијата. Според истражувањата, може да се забележи дека големината и комплексноста на корпоративните седишта во голем дел варира меѓу фирмите во зависност од земјата на нивното потекло⁵⁹.

Регионалните корпоративни седишта ја конституираат врската помеѓу корпорацијата и одреден регион составен од неколку земји. Исто така, регионалните корпоративни седишта имаат неколку зацртани цели. Најважна е, секако, одговорноста да ги интегрираат активностите на компанијата мајка со регионот, со тоа што ќе ги контролираат активностите на фирмите филијали (производни капацитети, продажни канцеларии итн.) и ќе вршат медијација помеѓу корпоративното седиште и филијалите од регионот.

Регионалните корпоративни седишта играат важна улога во транснационалните компании и исто така претставуваат центри или системи за собирање на информации. Воедно, регионалните корпоративни седишта може да служат како претприемачи, да работат како база за вклучување во соработка на нови регионални компании или да

⁵⁸Baaij, M. van den Bosch F. and Volberda, H. (2004), "The international relocation of corporate centres: are corporate centers sticky?", *European Management Journal*, 22 p.141-149

⁵⁹Young, D. Goold, M. (2000), *Corporate Headquarters: An International Analysis of their Roles and Staffing*, Pearson, London

демонстрираат заложба на компанијата за одреден регион пред владите во тие земји. Во кој било случај, регионалните корпоративни седишта дејствуваат стратешки врз регионалниот развој и можностите, додека во некои случаи дури и регионалните корпоративни седишта се лоцирани до најголемите производни погони во одредена земја или регион.

Карактеристичните функции на корпоративните и регионални седишта ги дефинираат нивните локациски потреби, како што се:

- двете бараат стратешка локација на глобалните транспортни и комуникациски мрежи со цел да држат близок и постојан контакт со другите географски дисперзирани делови на организацијата;
- двете бараат влез во високо квалитетни надворешни сервиси и специфична работна сила на пазарот, особено луѓе обучени во делот на информатичката технологија;
- поради фактот што корпоративните седишта имаат постојана интеракција со главните канцеларии на други организации, средби со високи претставници, најчесто се преферира локација богата со социјална и културна забава.

На глобално ниво многу мал број градови се домаќини на поголем дел од корпоративните и регионалните седишта на транснационалните компании. На пример, според анализата на корпоративните седишта на најголеми 500 светски компании, уочено е дека не само што имаат корпоративни седишта во 125 градови туку најчесто се лоцирани во четирите града: Њујорк, Токио, Лондон и Парис. Поради овие причини овие четири глобални града се опишани како географски контролни точки⁶⁰. Покрај горенаведените градови важни центри за бизнис во трите најразвиени економски региони во светот се: Амстердам, Брисел, Диселдорф и Франкфурт во Европа, Атланта, Чикаго, Хјустон, Лос Анџелес, Сан Франциско, Монреал и Торонто во Северна Америка, Пекинг, Хонг Конг, Осака, Сеул, Сингапур и Тајпеј во Азија.

⁶⁰ Friedmann, J.(1986) The World city hypothesis. *Development and Change* edited by Taylor, P.J. (2004) *World City Network: A Global Urban Analysis*, Routledge London

Еден од зачудувачките факти за географската поставеност на корпоративните седишта е тоа што само една од транснационалните компании го променила своето седиште од матичната земја во периодот од 1994 до 2002 година. Ова беше затоа што се соединија *Дајмлер (Daimler)* од Германија и *Крајслер (Chrysler)* од САД, па така седиштето на *Крајслер* беше преместено во Германија⁶¹. Ваквиот случај претставува силна потврда за однесувањето на корпорациите кон домашната база.

Од друга страна, во самите земји седиштето на корпорацијата, а особено на регионалното седиште е далеку од статично, особено со географската децентрализација на корпоративните седишта надвор од центарот на Њујорк и Лондон. Во случајот со Лондон, голем дел од промените се однесува на селење на седиштата во предградијата, но далеку поблиска дистанца во споредба со истиот процес во САД, каде што имаме поголеми локациски промени на корпоративните седишта и нивното функционирање⁶².

Експанзијата и интеграцијата на ЕУ и рапидниот раст на азиските економии стимулираше потреба од отворање на регионални седишта на корпорациите во овие региони. Многу корпорации што потекнуваат од САД со свои регионални седишта се присутни и во Европа со цел да ги координираат своите операции. Исто така, бројни јапонски корпорации отворија свои регионални седишта во Европа за да ги зголемат своите активности во тој регион⁶³. Во Источна Азија, Владата на Сингапур ја презентираше шемата за корпоративни седишта со цел да ги привлече транснационалните компании да етаблираат свои регионални седишта на тој локалитет⁶⁴.

⁶¹Baaij, M. van den Bosch F. and Volberda, H. (2004), "The international relocation of corporate centres: are corporate centers sticky?" *European Management Journal*, 22 p.143

⁶²Lyons, D. and Salmon, S. (1995) *World cities, multinational corporations, and urban hierarchy: the case of the United States*, Cambridge University Press

⁶³Aoki, A. and Tachiki, D. (1992) "Overseas Japanese business operations: the emerging role of regional headquarters" *RIM Pacific Business and Industries*, p. 28-39

⁶⁴Yeung, H. W-c., Poon, J. and Perry, M. (2001) "Towards a regional strategy: the role of regional headquarters of foreign firms in Singapore", *Urban Studies*, p.169-170

2.2.1. Креирање на иновации – локација на корпоративното истражување и развој

Процесот на истражување и развој (R&D) е комплексна секвенца на операциите која содржи три фази, секоја со различни локациски потреби. Исто така, транснационалната компанија треба да реши неколку фактори со цел да има поголема ефикасност⁶⁵. Една од предностите е добивката од лоцирање на процесот на истражување и развој на едно место или повеќе поголеми капацитети. Друга добивка може да биде лоцирањето на овој процес (R&D) поблиску до корпоративното седиште или алтернативно поблиску до производствените капацитети за да се засили комуникацијата и размената на идеи. Друга можност за лоцирање е до пазарите заради подобра перцепција на потребите на потрошувачите.

Видовите на R&D од страна на транснационалните компании што се наоѓаат во нивната мрежа може да се класифицираат во три категории:

- најниското ниво е *лабораторија за поддршка*, одговорна за адаптирање на технологијата од компанијата мајка кон потребите на локалниот пазар и нејзино одржување;
- локално интегрирана лабораторија за R&D која е постојан оддел во кој иновациите и развојот на производите се изнесуваат на пазарот на којшто е лоцирана;
- меѓународна независна лабораторија за R&D која има функција да ги координира светските програми за развој и истражување како дел од глобалната производствена стратегија.

Организациската конфигурација на R&D варира во голем дел, најмногу зависи од видот на организациската структура што се користи. Прашањето е до кој степен транснационалните компании ги дисперзираат своите R&D географски. На ова

⁶⁵Recent studies of trends in R&D activities by TNCs include Blanc and Sierra (1999), Cntwell (1997), Hotz-Hart (2000), Patel (1995), Zanfei (2000)

прашање има доста несогласувања. Од една страна, транснационалните компании континуирано преферираат да ги задржат своите R&D кои се на високо ниво во домашните земји. Детални емпириски анализи на патентирани податоци од скоро 600 компании⁶⁶ ги продуцираа следниве заклучоци:

- помалку од 8% ги лоцираат повеќето од половината од своите технолошки активности надвор од домашната земја;
- повеќе од 40% остваруваат помалку од 1% од своите технолошки активности надвор од домашната земја;
- повеќе од 70% остваруваат помалку од 10% од своите технолошки активности надвор од домашната земја;
- многу мал дел од своите технолошки активности фирмите од САД, Јапонија, Германија, Франција и Италија ги лоцираат надвор од овие земји;
- голем дел од инвестирањето во технолошки активности надвор од земјата, доаѓа преку спојување на компаниите, а не преку географска експанзија.

Од друга страна, постојат докази од зголемена географска дисперзија на активности на R&D во мрежата на транснационалните компании. На пример, во доцните деведесетти години постоеше зголемување во делот на финансирање во процесите на истражување и развој од страна на компаниите во САД за разлика од домашното финансирањето на R&D во индустријата. Финансирањето на R&D надвор од домашната земја порасна за околу три пати побрзо за разлика од финансирањето на R&D на домашниот пазар⁶⁷.

Па според ова, може да се заклучи дека Азија игра важна улога како локација за одредени видови истражување и развој, особено во развојот на производи⁶⁸. Постојат

⁶⁶Patel, J. S (1995), *Development Distance Between Nations*, St. Mary's University, Halifax, (N.S) Canada

⁶⁷Blanc, H and Sierra, C. (1999), "The internationalization of R&D by multinationals: a trade-off between external and internal proximity", *Cambridge Journal of Economics*, 23, p.188

⁶⁸Financial Times (2005) 23 June

две причини зошто Азија го зголеми значењето за истражување и развој. Една од причините е разликата во образованието на работната сила:

- Предноста на Азија се состои во тоа што произведува голем број научници и инженери, особено во Индија и Кина, за разлика од западните земји во кои голем број од студентите своето образование го насочуваат во други правци (менаџмент, уметност, право итн.) Компаниите од САД и Европа ја користат азиската обучена работна сила со помош на етаблирање на центри за истражување и развој или преку соработка со азиските компании и универзитети⁶⁹.

Другата предност на Азија како локација е тоа што трошоците за одредено R&D се помали:

- Релативните трошоци за истражување во Азија варираат во зависност од моменталната ситуација. Сепак платата на штотуку завршен студент во Кина и Индија изнесува една четвртина од платата на истото ниво во САД, а додека за повисоките позиции изнесува скоро половина од платата во САД⁷⁰.

Лабораториите за поддршка се стремат да бидат што пошироко распространети, најчесто лоцирани до производните оддели. Меѓутоа активностите поврзани со истражување и развој на повисоко ниво се лоцирани само на одредени локации. Потребата од високо обучени научни работници, инженери и техничари, заедно со потребата од близина до универзитети и други истражувачки центри, ги одредува овие центри да бидат лоцирани во урбани средини. Ова се обично и локации на корпоративните седишта. Втора причина е потребата од квалитетно живеалиште за високообразовниот и високоплатениот кадар што работи на истражување. Под ова се подразбира: висок комфорт, добра клима, висок потенцијал за активности за релаксација, како и стимулирачка интелектуална средина.

Просторниот дизајн на корпоративното истражување и развој (R&D) и во САД и во Велика Британија ја илустрира инфлуентноста на овие две локации. Во САД

⁶⁹Financial Times (2005) 9 June

⁷⁰Ibid.

корпоративното истражување и развој претежно се наоѓа во поголемите градови, но исто така е забележан раст во помалите урбани средини. Може да се забележи дека во средините богати со културно-забавни активности, концентрацијата на R&D е поголема, како на пример во Лос Анџелес, Сан Франциско, Денвер, и таканаречениот „триаголник на истражувањето“ во Северна Каролина. Додека во Велика Британија, корпоративното истражување и развој, како корпоративните седишта и регионалните канцеларии е диспропорционално концентриран во југоисточниот дел на Англија. Скоро две третини (61%) од истражувањата од страна на странски претставништва во Велика Британија се лоцирани во југоисточниот дел на земјата, споредено со домашните компании кои имаат лоцирано само 40% од истражувањето во овој дел на земјата⁷¹.

2.2.2. Маркетинг и продажба

Покрај сите различни функции во транснационалните компании, географски гледано маркетинг и продажните одделенија се едни од најдисперзираните. Причината е објективна и реална. Овие две одделенија треба да бидат што е можно поблиску до пазарот кој го опслужува фирмата. Тие мора да се сензитивни на локалните услови, со цел да овозможат релевантни повратни информации. Оттаму овие одделенија треба да се во позиција да ѝ помогнат на фирмата да ги приспособи своите производи кон вкусот на пазарот. Исто така, тие треба да ѝ помогнат на фирмата да ги избегне скапите и некогаш срамни грешки што ја засегаат културата на потрошувачот во земјите каде што работат фирмите. Маркетиншката литература е полна со нечувствителни примери, некогаш и културно понижувачки пакетирања на некои производи што се направени од странски транснационални компании кои недоволно ги познаваат локалните услови. Од таа причина, светски познатата компанија *Нестле* (Nestle) има развиено стратегија базирана на близок контакт со потрошувачите. Секоја одлука мора да биде базирана според потрошувачот. Не е логично за компанијата да носи одлуки од нејзиното седиште во Швајцарија како треба да биде вкусот на супата што се продава во Чиле⁷².

⁷¹Cantwell, J. and Iammarino, S. (2000), "Multinational corporation and the location of technological innovation in the UK regions" *Regional Studies*, 34: p.322

⁷²CEO of Nestle, cited in the Financial Times (2005) 22 February

Маркетиншките функции најчесто се концентрирани во корпоративните седишта или во последно време во регионалните седишта кои се одговорни за сите маркетиншки одлуки во одредениот регион. Во некои случаи, лоцирани се и поблиску до корпоративните активности истражување и развој, особено до оние оддели што го развиваат крајниот производ, сè со цел да се креира поголема синергија помеѓу производот и пазарните потреби. Меѓутоа, имајќи го предвид денешниот софистициран внатрешен комуникациски систем, постои голема веројатност виртуелната географска блискост да биде заменета со физичката блискост. Од друга страна, продажните одделенија се стремат да бидат помали и што пошироко распространети.

2.2.3. Производни капацитети

Транснационалните компании во делот на истражувањето и развојот, маркетингот и продажните активности, јасно ги имаат дефинирано географските определби. Ова е затоа што нивните локациски потреби, во глобала, се слични на сите компании без разлика на индустријата во која се инволвирани. Сепак, во делот на производствените капацитети определувањето на одредена локација варира од специфичните организациски и технолошки потреби што се изведуваат во компанијата, како и од географската дистрибуција која зависи од релевантни фактори во одредена локација. Споредено со корпоративните седишта и одделите на R&D, производните одделенија се сè повеќе географски распространети. Меѓутоа, не постои еден општ тренд или дизајн за заедничко распространување на активностите на глобално или национално ниво. Дизајнот варира во зависност од индустријата. Постојат четири вида географска ориентација која транснационалните компании може да ја користат за своите производствени капацитети, и тоа⁷³:

- Глобално концентрирано производство. Целото производство е концентрирано на една локација, а производите се дистрибуираат низ цел свет.
- Производство на одреден пазар. Секој производствен оддел произведува производи за локалниот пазар според потребите. Нема пласман на производите

⁷³ Dicken P. and Thrift, N.J. (1992), "The organization of production and the production of organization", *Transaction of the Institute of British Geographers*, N.S p.279-291

надвор од националните граници во земјата каде што е лоцирано производството. Големината се одредува според големината на пазарот;

- Специјализиран производ за глобалниот или регионалниот пазар. Секој производствен оддел произведува производ за продажба низ регионалниот пазар составен од неколку земји. Големината на секој производствен капацитет зависи од економската моќ на пазарот и големината на регионалниот пазар.
- Транснационална вертикална интеграција. Секој производствен оддел изведува одделен дел од производната секвенца. Одделите се врзани преку националните граници мрежно, а излезниот производ од еден производствен капацитет е влезен производ за друг производствен капацитет. Или секој производствен оддел има одвоена производна фаза, па потоа ги испраќа своите производи до одредена земја каде што се наоѓа финалниот производствен капацитет за вклопување на полупроизводите.

2.2.4. Реорганизација на интерните мрежи во транснационалните компании

Транснационалните корпоративни мрежи се изложени на постојано менување. Во одредени моменти некои делови може рапидно да растат, други да стагнираат, а останатите да се намалуваат. Промените се резултат на планирана стратегија или приспособување на внатрешните и надворешните влијанија, односно одговор на некоја кризна ситуација.

Корпоративната реорганизација и реструктурирањето се поттикнати од две сили кои најчесто се преклопуваат. Тоа се⁷⁴:

- Надворешните услови, кои можат да бидат негативните притисоци како што се намалувањето на побарувачката, зголемувањето на конкуренцијата на домашните или странските пазари, притисокот на националните влади насочени кон модифицирање на активности, како и одржливоста на работната сила во

⁷⁴Ibid.

одредени места. Исто така, промените во надворешните услови можат да влијаат позитивно, како што е растот на новите пазарите или зголемување на достапноста за реализирање на нови производни можности. Добра илустрација е формирањето на регионални економски групирања, каде што креирањето на големи регионални пазари овозможува огромни можности за транснационалните компании да ги реструктурираат своите производни активности со цел да го опслужуваат регионалниот пазар.

- Внатрешниот притисок, кој може да се однесува на целокупната компанија или на одредени оддели, на пример, одделот за продажба не ја остварува зацртаната цел од компанијата или производствените трошоци се доста високи. Во транснационалните компании извршувањето на работите на одредени оддели што се наоѓаат на други локации постојано се под мониторинг и постојано се прават споредби колку се ефикасни. Многу често клучна инфлуенца за ова е поставување на нов шеф на компанијата, кој прво прави вреднување на сите активности на компанијата, а оттаму и носи одлуки за промени, сè со цел да го наметне својот авторитет во компанијата.

Во реалноста, надворешните и внатрешните притисоци можат да бидат тесно поврзани, така што некогаш е тешко да се одвојат едни од други. Ова на некој начин зависи и од културата на фирмите, односно како тие реагираат и идентификуваат одредена ситуација во одредени околности⁷⁵.

Комплексното реструктурирање на корпорациите се случува во сите географски региони и на сите скали, од глобални до локални, како стратешка одлука базирана на организациските услови и географската конфигурација на транснационалните производни мрежи. Одлуките дали да се централизира или децентрализира одлучувачката моќ, односно дали да се класираат или дисперзираат некои или сите функции на компанијата во различни делови, најчесто се оспорувани одлуки. Тие произлегуваат од напорите со кои се соочува одлучувачката моќ во компанијата, односно во нивните корпоративни седишта и помеѓу корпоративните седишта и подружниците. Како се решаваат тие, зависи од природата и локацијата на

⁷⁵Schoemberger, E. (1997) *The Cultural Crisis of the Firm*, Blackwell, Oxford

доминантната коалиција. Особено корпоративното реструктурирање може да настане на различни начини и тоа: технолошки промени, промена на работната практика, рационализација на корпоративните активности, промени во опсегот на различни функции, како и зголемени транснационални инвестиции.

2.2.5. Транснационалните компании во мрежата на надворешни односи

Претходно се фокусиравме како транснационалните компании се организираат и географски ја конфигурираат својата внатрешна мрежа. Меѓутоа, тоа не ја дава целосната слика како е организирана глобалната економија. Ниту една фирма не е целосно независна и доволна сама за себе. Општо земено помеѓу 50-70% од преработувачките трошоци се однесуваат на набавките навлез (инпути) односно материјали, делови и услуги од други фирми⁷⁶. Некои од овие набавки се прават од независни добавувачи по пазарна цена. Повеќето од набавките се извршуваат од страна на добавувачи со кои постои долгорочна соработка и се изградени долгорочни односи. Транснационалните компании се затворени во надворешни мрежи на долгорочни односи со други фирми и дали тоа се транснационални или домашни, големи или мали, државни или приватни. Всушност, границата помеѓу тоа што е внатре, а што надвор од компанијата постанува сè помалку јасна⁷⁷. Оттаму, транснационалните компании се познати како густа мрежа во центарот на вмрежени односи⁷⁸, или со други зборови како мрежа во мрежа.

Процес на подоговори

Подоговор е форма во која една компанија дел од своите операции ѝ ги отстапува на друга компанија. Овој процес е стар онолку колку што е стар процесот на индустријализација. Широко гледано, постојат два типа подоговори базирани на

⁷⁶Mol, M.J., van Tulder, R.J.M. and Beije, P.R.(2005),“Antecedents and performance consequences of international outsourcing”, *International Business Review*, 14 p.599-617

Berggren, C and Bengtsson, L. (2004),”Rethinking outsourcing in manufacturing: a tale of two telecom firms” *European Management Journal*, 22 p.211-223

⁷⁷Dicken, P. and Malmberg, A.(2001)“Firms in territories: a relation perspective” *Economic Geography* 77 p.351

⁷⁸Badaracco, J.L.Jr (1991),”The boundaries of the firm”, In A.Etzioni and P.R. Lawrence (eds), *Socio-Economics: Towards a New Synthesis*, Armonk, NY: Sharpe p.293- 327

подизведувачи што произведуваат добра или даваат услуги според спецификацијата на фирмата⁷⁹:

- *Комерцијални поддоговори*, за производство на финални производи. Подизведувачот не игра улога во маркетингот на производот, кој генерално се продава под брендот на водечката компанијата и низ нејзините дистрибутивни канали. Водечката компанија може да се занимава со производство или малопродажба или големопродажба, заедно со дистрибуција.
- *Индустриски поддоговори*, кои може дополнително да се поделат во три поткатегории и тоа:
 - специјализирани поддоговори со кои на долг рок се ангажираат специјализирани фирми што поседуваат стручност и опрема за одредени производни функции кои водечката компанија не сака да ги изведува;
 - поддоговори за намалување на трошоците кои се склучуваат со одредена компанија со цел намалување на трошоците при одреден процес во производството на одреден производ;
 - дополнителни поддоговори кои значат ангажирање на друга компанија за зголемување на производството на одреден производ без да го зголемува сопственото производство. Овие договори најчесто се користат за одреден краток временски период и за единична операција.

Користењето на аутсорсинг од подизведувачите, очигледно има географски импликации. Всушност, зависи колкава е близината помеѓу фирмите и добавувачите, а тоа беше најголемиот фактор за развојот и одржливоста на традиционалните индустриски области – агломерација на поврзани компании. Меѓутоа, иновациите во транспортот и комуникациските системи придонесоа за проширување на географската мрежа на добавувачи. Голем дел од проширувањето придонесе за потрагата по евтина работна сила во различни делови во светот. Како што се зголемуваше дистанцата помеѓу добавувачите и потрошувачите така се зголемуваа проблемите од типот на веродостојност и испорака. Голем број од компаниите мораа да формираат свои

⁷⁹ Dicken P. and Thrift, N.J. (1992), "The organization of production and the production of organization" *Transaction of the Institute of British Geographers*, N.S p.279-291

складишта за да ги избегнат непосакуваните ситуации на испорака на финални производи или делови. Така настанал и познатиот систем наречен *just in case*⁸⁰.

Акцентот беше ставен на зголемување на производството, брзината на пазарот, потребите на потрошувачите што во автомобилската индустрија беше таканаречено „ефикасно“ производство. Во овој систем на производство чувањето на големи залихи во стовариштата е анатема. Набавката треба да се направи прецизно (кога и каде е потребна), а воедно и навреме – *just in time* (ЈИТ). Кога за првпат системот *точно навреме* беше имплементиран од страна на јапонските компаниите од електронската област и автомобилскиот сектор во седумдесеттите години на минатиот век, предвидувањата беа дека резултатот ќе биде висок обем на географска концентрација на испораки блиску до нивните потрошувачи. Со други зборови, враќање на стариот стил на индустриски кластери. Сепак, географските промени на приближување до потрошувачите не го дозволија универзалното концентрирање.

⁸⁰Ibid.

Табела бр. 3: Карактеристики на двата система

Системот <i>just in case</i>	Системот <i>just in time</i>
Делови доставени во големи количини но не и често	Деловите се доставуваат во мали количини и многу често
Големи количини се чуваат во складишта за да не се наруши системот на достава	Минимални количини се чуваат како залихи за да се подмират моменталните потреби
Контрола на квалитетот по добивање на нарачката	Контрола на квалитетот на сите нивоа
Големи складишта и персонал за администрирање на залихите	Минимален складиштен простор и работна сила
Голем број добавувачи селектирани според цената на производите	Мал број добавувачи поврзани со систем за набавки
Нема стимул за добавувачите да се лоцираат поблиску до потрошувачите	Многу тесна релација на потрошувачи со добавувачи
Нема флексибилност – тешко е постигнување на баланс на влезот и користењето на различни делови	Висок стимул за добавувачите да се лоцираат поблиску до потрошувачите
Големи трошоци за складирање на големи залихи	Мора да се спроведува низ целокупната мрежа
Потребна е длабока вертикална хиерархија за контрола и извршување на различни задачи	Се потпира на мал број добавувачи и постои ризик за нарушување на доставата

Извор: поткрепено од материјалите во Sayer, A. (1986), "New developments in manufacturing, the just in time system", *Capital & Calss*, 30 p.43-72

2.3. Регионализација на транснационалните мрежи

Комплексната организациска и географска мрежа на транснационалните компании вклучува широк спектар на географски обем од локално до глобално ниво. Сепак, транснационалните компании имаат голема склоност да ги организираат своите производни мрежи регионално⁸¹.

Регионалната стратегија е ефикасна и нуди многу предности, односно поефективно одговара во решавањето на секојдневните проблеми. Од перспектива на транснационалните компании, регионалната стратегија претставува идеално решение за конкурентскиот притисок и глобалната интеграција⁸².

Во некои инстанции, регионализацијата на транснационалните компании е зацврстена од регионалните политички структури како што се ЕУ и НАФТА. Географската блискост е сама по себе доволно стимулирачка за интегрирање на операциите. Транснационалните производни мрежи организирани на регионално ниво постојат насекаде низ светот, но најзабележителни се во три региони: Европа, Северна Америка и Азија. Постојат доста докази дека американски и јапонски транснационални компании, како и доста европски, креираат регионални мрежи во ЕУ. Голем број од нив имаат отворено мали паневропски претставништва со прецизна стратегија во делот на финансиска контрола, насоки и висок степен на менаџмент. Главната работа се одвива преку другите делови на бизнисот, оперативни центри (производство, дистрибуција и логистика). За дистрибуција се одбира срцето на западна Европа со лесен пристап до Германија и Франција. За производство, најчесто ја избираат источна Европа, заради намалување на трошоците. Продажбата и маркетингот се одвиваат на национално ниво. Некои земји имаат слични карактеристики, како што се балтичките земји и може да се третираат како целина, но генерално, националните пазари се разликуваат едни од други и е потребно поставување на продажните операции локално⁸³.

⁸¹Muller, A.R. (2004), *The Rise of Regionalism: Core Company Strategies under the Second Wave of Integration*, Rotherdam: Erasmus University

⁸²Morrison, A.J. and Roth, K. (1992) "The regional solution: an alternative to globalization" *Transnational Corporations 1* p.45-46

⁸³Financial Times (2001) 8 November

Овој процес е доста сложен. Од една страна, снабдувачките сили се стимулирани од паневропската структура на операции за да добијат предност во ефикасноста, а од друга страна, силите на побарувачката се насочени примарно на ниво на специфична земја каде што јазичните и културните разлики играат важна улога во побарувачката на добра и услуги. Стратешките тензии помеѓу глобалната интеграција и локалната чувствителност се одигруваат надвор од регионалното ниво на ЕУ.

Источна Азија нема ист вид регионална политичка рамка како ЕУ и НАФТА, но сепак постојат докази дека постојат регионални производни мрежи, кои примарно се организирани од страна на јапонските компании, како и од страна на фирми од Јужна Кореја, Хонг Конг, Сингапур и Тајван кои се стремат регионално да го етаблираат своето производство⁸⁴. Во границите на Источна Азија, постои јасна внатрешно регионална работничка лига која се разви во Јапонија и т.н четирите тигри: Хонг Конг, Кореја, Сингапур и Тајван. Друг регион претставува Југоисточна Азија кој го сочинуваат неодамна индустријализираните земји: Малезија, Тајланд, Индонезија и Филипини, вклучително и Кина и земји со помал потенцијал како што е Виетнам. Односите меѓу овие регионални производни мрежи е доста сложен. Идејата за основна развојна прогресија започнува со Јапонија и автоматски се пренесува на другите азиски земји. Во Источна Азија, особено брзиот развој на Кина како пазар со голем потенцијал и добра локација за производство, ги трансформираше внатрешните регионални мрежи.

Регионално фокусираните производни мрежи играат важна улога во моменталната опсесија на аутсорсинг и *офшор*. Неодамнешните истражувања покажаа дека повеќето произведувачи од САД и Западна Европа ги пласираат своите инвестиции поблиску до домашните операции, како дел од напорите за симплифицирање на структурите за

⁸⁴Abo, T (2000), "Spontaneous Integration in Japan and East Asia: development, crisis, and beyond" In G.L. Clark, M.,P. Feldman and M.S. Gertler (eds), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, Oxford University Press. Chapter 31

Borrus, M. (2000), "The resurgence of US electronics: Asian production networks and the rise of Wintelism" In M. Borrus, D. Ernst and S. Haggard (eds), *International Production Networks in Asia: Rivalry or Riches?* London: Routledge. Chapter 3

Coe, N.M. (2003), "Globalization, regionalization and "scales of integration": US IT industry investments in South East Asia" In M. Miozzo and I. Miles (eds), *Internationalization, Technology and Services*, Cheltenham Elgar p. 117-136

набавка. Ова се однесува на т.н. *near shoring* потенцирајќи ги проблемите со кои се соочуваат компаниите на САД, особено во менаџирањето на производствените операции во Кина. Во изминатите неколку години, забележителен е зголемениот интерес на компаниите САД да инвестираат во Мексико во споредба со интересот за инвестирање во оваа земја во деведесеттите години на минатиот век. Повеќето гледаат на Мексико како многу поедноставен регион за работа во однос на Кина. Во Европа, повеќето компании се стремат да ги лоцираат своите производствени капацитети во делот на Источна Европа, отколку да се соочуваат со проблеми во носењето на делови и готови производи од поголеми дистанци⁸⁵.

Сепак, ова не треба да се интерпретира како комплетно анулирање на мрежите на далечни дистанци. Реалноста содржи претерано комплексни тенденции и во однос на времето и во однос на географскиот простор.

⁸⁵Financial Times (2005) 10 June

3. УЛОГАТА НА ДРЖАВАТА ВО ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

Пред околу 40 години, еминентниот економист Чарлс Киндлебергер (Charles Kindleberger) директно го потенцираше фактот дека националната држава е само економска единица⁸⁶. Иако изгледа дека технолошкиот напредок во транспортот и комуникацијата, како и зголемената улога на транснационалните компании ја премости економска моќ надвор од контролата на националните држави, сепак ова претставува тотално погрешно толкување на работите. Поаѓајќи од бројни примери, погледот треба да биде дека државата е главен играч во глобалната економија.

Некои помали држави, или помалку влијателни, можеби доживуваат намалување на моќта, но напротив други како што се САД се соочуваат со зголемување на геополитичката и геоекономската моќ⁸⁷.

Оттаму, државата останува најважна сила во обликувањето на светската економија. Секоја влада интервенира повеќе или помалку во операциите на пазарот. Во овој дел би ја издвоил констатацијата на Портер: „...иако можеби изгледа дека глобалната конкуренција ја прави нацијата помалку важна, но напротив ја прави повеќе важна“⁸⁸.

Всушност, некои помоќни држави можат да ја искористат глобализацијата за зголемување на својата моќ. Државите активно ја конструираат глобализацијата и ја користат како мека геополитика заради добивање поголема моќ. На пример, САД и Г7 дизајнираат и етаблираат меѓународни трговски договори, организации и законодавство што ги поддржува прекуграничните инвестиции, производни мрежи, како и пенетрацијата на пазарот конституирана од модерната глобална економија. Напредните капиталистички земји ги користат овие политички инструменти за да го обликуваат донесувањето на одлуки и политики во нивна корист⁸⁹.

⁸⁶Kindleberger, C.P. (1969), "American Business Abroad", *New Haven, CT, Yale University Press*

⁸⁷Kelly, P.E. (1999), "The geographies and politics of globalization" *Progress in Human Geography*, 23 p.379-400

⁸⁸Porter, M. (1990), "The Competitive Advantage of Nations", *Macmillan, London p.19*

⁸⁹Gritsch, M. (2005), "The nation – state and economic globalization: soft geo- politics and increased state autonomy?" *Review of International Political Economy*, 12 p.1-25

Nye, J.S.Jr. (2002), "The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone", *Oxford University Press*

Во овој дел ќе ја истражуваме улогата на националната држава во современата глобална економија. Во таа насока ќе се фокусираме на четири главни сегменти:

- државата како збир на посебни институции, култури и практики;
- државата како регулатор на економски активности и трансакции;
- државата како конкурентна на други држави;
- државата како соработник со други држави.

3.1. Видови капитализам

Сите економски активности се вградени во широки цивилизациски структури и практики⁹⁰. Сепак, „културата“ е доста тежок концепт за дефинирање. Националната држава е еден примарен збир на различни култури и практики кои на карактеристичен начин ги прават работите⁹¹. Од економска гледна точка, постојат неколку анализи за тоа како културата варира помеѓу различни земји. Класичната студија, која сèуште е актуелна и позната како студијата на Хофстеде (Hofstede) е спроведена на над 100.000 вработени од страна на ИБМ во 50 различни земји⁹². Голема предност на оваа студија е тоа што фокусирајќи се на контролираната популација во организациската средина, тој успеа да ја издвои националноста како варијабла. Хофстеде идентификува четири различни културни димензии:

- *Индивидуалност во споредба со колективизам.* Општествата варираат меѓу оние во кои луѓето во глобала се мотивирани за своите индивидуални интереси, каде што врските меѓу индивидуите се многу мали, и оние во кои врските се доста блиски и колективни (фамилии, заедници итн.) што е многу важно да се има предвид.

⁹⁰Granovetter, M. and Swedberg, R. (1992), "The Sociology of Economic Life", Boulder, CO, Westview
Smelser, N. and Swedberg, R. (2005) *The Handbook of Economic Sociology*, 2nd edn. Princeton, NJ: Princeton University Press.

⁹¹Agnew, J. and Corbridge, S. (1995), *Mastering Space*, Routledge, London
Taylor, P.J (1994), "The state as a container: territoriality in the modern world – system", *Progress in Human Geography*, 18 p.151-162

⁹²Hofstede, G. (1980; 1983) "A recent study of 700 managers across a large number of countries confirmed the persistence of significant cultural differences" (*Financial Times*, 15 October 2004)

- *Големи или мали дистанци во распоредување на моќта.* Однесувањето на општествата варира во правец на тоа како се соочуваат со нееднаквоста помеѓу луѓето во однос на моќта и богатството. Ова се рефлектира до степен колку властите се централизирани и до степен на автократско лидерство во општеството.
- *Избегнување на силни или слаби неизвесности.* Во некои општества, неизвесноста за иднината е широко прифатена, кај нас познато како „купи ден - продај“ што претставува слабо ниво на избегнување на неизвесноста. Други општества се водени од јака сила за да се „победи иднината“, односно институциите се стремат да креираат сигурност и да го избегнат ризикот што претставува силно ниво на избегнување на неизвесноста.
- *Машки во споредба со женски.* Општествата може да се класифицираат и според тоа колку е остро определена разликата помеѓу мажите и жените. Општества што го ставаат акцентот врз традиционалната, машка страна, алоцираат повеќе доминантни правила за мажите. Тие се разликуваат од општествата каде што разликите помеѓу родовите се мали, односно се помалку забележителни.

Низ времето, преку различни историски случувања, општествата имаат развиено различни начини за организирање на своите економии, иако се носат со универзална идеологија на капитализам. Всушност, капитализмот има многу варијации, но значајни се три⁹³:

- неолиберален пазарен капитализам – практикуван од страна на САД и во помала мера В. Британија;

⁹³Berger, S. and Dore, R. (1996), *National Diversity and Global Capitalism*, Cornell University Press, Ithaca, NY

Hall, P.A. and Soskice, D. (2001), *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundation of Comparative Advantage*, Oxford University Press

Hollingsworth, J.R. and Boyer, R. (1997), "Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions", Cambridge University Press. Chapter 9 p.32-56

- социопазарен капитализам – практикуван од Германија, скандинавските земји и други европски држави;
- развоен капитализам – практикуван од Јапонија, Јужна Кореја, Сингапур и повеќето источноазиски земји.

Табела бр. 4: Карактеристики на трите видови капитализам

Карактеристики	САД	Германија	Јапонија
	Неолиберален	Социопазарен	Развоен
Доминантна идеологија	Либерализам	Друштвено партнерство	техноационализам
Политички институции	Либерална демократија, поделена власт	Социјална демократија, слаба бирократија, корпоративно право	Развојна демократија, силна бирократија, реципроцитет помеѓу фирмата и државата
Економски институции	Децентрализирани, отворен пазар, флуиден капитален пазар	Организиран пазар, посветен и банкарски централизиран пазар	Цврсти бизнис врски, затвореност, картели во <i>сансет</i> индустријата

Извор: базирано на Doremus, P.N.(1998), *The myth of the Global Corporations*, Princeton University Press, Princeton, NJ

Всушност, кај овие модели на управување, различен е концептот на правила на владите во регулирање на економијата.

Во неолибералниот пазарен капитализам, пазарниот механизам се користи за регулирање на сите или скоро сите аспекти на економијата. Индивидуализмот е доминантна карактеристика. Исто така, краткорочните цели на бизнисот се доминантни и државата не се вклучува во стратешкото планирање на економијата. Главната филозофија е максималниот профит од инвестираниот капитал.

Во социопазарниот капитализам, главниот акцент е ставен на соработката меѓу различни актери во економијата со широка идентификација на акционери покрај тие што го поседуваат капиталот.

Додека во **развијниот капитализам**, државата игра централна улога (но не на начин на јавна сопственост на производната вредност). Државата поставува битни социјални и економски цели со експлицитна индустриска стратегија.

Покрај овие три главни модели на капитализам може да се додаде и четврт, односно **комунистичко-капиталистички систем** кој го практикува Кина. Во овој модел имаме високоцентрализиран политички систем кој е комбиниран со брзорастечки отворен капиталистички пазарен систем.

И покрај тоа, промените се случуваат во сите социјални системи, доколку не се комплетно изолирани од надворешниот свет, како некои форми на капитализам што се стремат да се задржат низ времето⁹⁴.

3.2 Државата како регулатор на трговијата, странските инвестиции и индустријата

Важно е да се истакне дека државите продолжуваат да играат улога како збир на различни структури и навики поради фактот дека ние не живееме во хомоген свет. Во овој дел би се фокусирале некои од начините како државата ја регулира економијата, односно како интервенира за да изврши контрола во рамките на своите граници. Институциите на државниот апарат не се единствено инволвирани во регулирање на економијата и општеството, туку и во начините како се структурирани и територијално организирани⁹⁵. И покрај тоа, може да биде инволвиран висок степен на непредвидливост поради тоа што две држави не се однесуваат исто, некои ограничувања во основните политики може да се забележат. Ова може да се рефлектира на културните разлики, социјалната и политичка структура, институциите

⁹⁴ Hollingsworth, J.R (1997), "Continuities and changes in social system of production: the cases of Japan, Germany, and the United States" In J.R. Hollingsworth and R. Boyer (eds), *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions*, Cambridge: Cambridge University Press. Chapter 9

⁹⁵ Hudson, R. (2001), *Producing Places*, Guilford, New York

и навиките што ги вградила државата. Прецизниот микс на политика усвоена од државата влијае на⁹⁶:

- нивната политичка и културна комплексност и зајакнување на институциите и интересот на групите;
- големината на националната економија, особено таа на домашниот пазар;
- релативна позиција на нацијата во светската економија, вклучувајќи го степенот на економски развој и степенот на индустрискиот развој.

Макроекономската политика се имплементира од страна на владите со цел да ја контролираат домашната побарувачка или да управуваат со резервите на пари кои имаат екстремно важни импликации за дистрибуцијата и редистрибуцијата на економски активности. Од страна на државата се користат два основни типа макроекономска политика за менаџирање на националната економија⁹⁷:

- Фискална политика. Да се покачат или да се намалат даноците на компаниите и/или граѓаните и да се определи соодветен степен и корисници на владините трошоци. Покачувањето на даноци ја намалува домашната побарувачка, додека намалувањето на даноци ја зголемува побарувачката. Меѓутоа, јапонското искуство за време на деведесеттите покажа дека автоматскиот одговор на промените во фискалната политика не се случува секогаш. Слично е и со покачувањето и намалувањето на јавните трошоци или целењето на специфични видови трошоци, што може да влијаат врз степенот на економската активност во економијата.
- Монетарна политика. Се стреми да влијае врз залихите на пари во земјата и нивно забрзано или успорено движење. Главниот механизам што се користи е каматната стапка на парите што се позајмуваат. Намалените каматни стапки би требало да стимулираат економски активности преку зголемено инвестирање

⁹⁶Dicken P. (2010), *Global Shift Mapping the Changing Contours of the World Economy*, The Guilford Press.

⁹⁷Mayer, T. (2002). "Monetary policy: role of". In Snowdon, Brian; Vane, Howard. *An Encyclopedia of Macroeconomics*, Northampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing p. 495–499.

или приватно трошење, додека зголемувањето на каматните стапки го предизвикува обратното. Меѓутоа, и во овој случај, автоматското приспособување не се случува секогаш. Во меѓународен контекст, курсните разлики на валутите треба да се имаат предвид затоа што тие влијаат врз трошоците на извоз и увоз.

Владите, генерално, овозможуваат или обезбедуваат услови за производство кои не можат да се создадат преку правилата на пазарот⁹⁸. Еден од условите е физичката инфраструктура на националните економии (патишта, пруги, аеродроми, пристаништа, телекомуникациски системи), без која не може да функционира приватниот сектор, без разлика дали се работи за домашни или странски компании. Исто така, државите овозможуваат и „човечка инфраструктура“, односно образована работна сила, како и правила и регулации кои фирмите мора да ги почитуваат во работењето. Помеѓу овие два модела на владина вклученост во работењето на економијата, од една страна макроекономската политика и од друга страна инфраструктурата, се определува степенот на влијание, односно составот и дистрибуцијата на производството и трговијата.

Националните влади поседуваат екстензивни алатки за регулација со чијашто помош ја контролираат и стимулираат економската активност и инвестициите во рамките на своите граници и го оформуваат составот и оптекот на трговија и инвестиции во меѓународни рамки.

3.2.1. Трговски политики

Од сите мерки што се користат од страна на државата за да се регулира меѓународната економска позиција, трговските политики имаат најголема историја. Обликувањето на светската економија во седумнаесеттиот и осумнаесеттиот век, беше главно под влијание на меркантилистичките политики на водечките европски земји. Трговските политики се уникатни и во тоа што дури во доцните четириесетти години на минатиот век се ставени во меѓународна институционална рамка.

⁹⁸Hudson, R.(2001), *Producing Places*, Guilford, New York

Општо познато е дека политиките кон извозот се стимулативни, со исклучок на еден до два случаи, за разлика од политиките кон увозот кои се рестриктивни.

Политиките на увоз се делат во две категории, и тоа⁹⁹:

- Тарифи. Преку нив се определуваат даноци на увозните производи, а со тоа се зголемува нивната основна цена и се помалку конкурентни во однос на домашните производи. Тарифите растат во согласност со фазата во која е процесирани производот, односно за суровините се најниски, а за финалните производи се највисоки. Употребата на тарифите служи за заштита на домашното индустриско производство и овозможува повеќе увоз на суровини. Иако за тарифите се мисли дека служат за прибирање на буџетски средства, нивната главна улога е заштита на домашната индустрија која се обидува да преживее од силната надворешна конкуренција.
- Нетарифни бариери. За разлика од тарифите, кои се базираат на вредноста на увезената стока, нетарифните бариери варираат, односно некои се однесуваат на квантитет, некои се технички. Сепак, тарифите се во постојано опаѓање, освен во периодот на средината на седумдесеттите години на минатиот век кога бевме сведоци на зголемено пазарно користење на нетарифни бариери. Всушност, денес користењето на нетарифните бариери е многу поважно отколку користењето на тарифите во влијанието на степенот на составот на трговијата помеѓу државите. Проценето е дека нетарифните бариери влијаат на повеќе од една четвртина од целокупниот увоз на индустриските земји и се користат повеќе од земјите во развој. Извесно е дека во голем дел се користат како нов вид протекционизам.

⁹⁹Dicken P. (2010) *Global Shift Mapping the Changing Contours of the World Economy*, The Guilford Press

3.2.2. Политики на странските директни инвестиции

Во свет на транснационални корпорации и комплексно движење на инвестициите на меѓународно ниво, националните влади имаат интерес во постигнување на ефекти од СДИ, без разлика дали се позитивни или негативни ефекти. Од национална гледна точка, постојат два вида инвестиции и тоа: насочени кон надвор од страна на домашните фирми и насочени кон внатре од страна на странски компании. Неколку национални влади имаат затворена политика кон странски инвестиции, а степенот на отвореност постојано варира.

Табела бр.5: Видови национална политика за СДИ¹⁰⁰

Влез Владата го разгледува предлогот за инвестирање Исклучување на странски фирми од некои сектори каде што не е дозволено странско присуство Рестрикција на степенот на странско поседување на домашни компании Условување со национални кодови за правење на бизнис (вклучувајќи неоткривање на информации)
Работење Инсистирање за вклучување на локален персонал во менаџментот Инсистирање на одреден степен на локално користење на активностите на компанијата Инсистирање на минимално ниво на извоз Барања што се однесуваат на трансфер на технологија Рестрикции на СДИ на одредени локации
Финансии Рестрикции за пренос на профитот и капиталот надвор од земјата Степенот и методите на даночење на профитот на странските компании
Стимулации Директно охрабрување на странските инвеститори преку агенциите за промовирање на инвестиции
Политики кои се однесуваат на надворешно инвестирање кај домашните компании Рестрикции на извозот на капитал Неопходност од владина дозвола за инвестирање во надворешни проекти

Повеќето национални политики се однесуваат на надворешното инвестирање и затоа владите може да постават рестрикции на извозот на капитал за инвестирање или да инсистираат да се одобри одредена инвестиција надвор од земјата пред да се

¹⁰⁰Mortimore, M. and Vergara, S (2004), "Targeting winners: can foreign direct investment policy help developing countries industrialise?", *The European Journal of Development Research*, 16 p.499-530.
Mytelka, L.K. and Barclay, L.A. (2004), "Using foreign investment strategically for innovation", *European Journal of Development Research*, 16 p.53-60

реализира. Историски гледано, постојат големи разлики во позицијата на политиките усвоени од страна на владите за надворешни инвестиции. Пошироко гледано, развиените земји имаат полиберална политика за надворешните инвестиции за разлика од земјите во развој, но постојат исклучоци и кај двете групи. На пример, кога сме кај развиените, Франција има порестриктивна политика за надворешни инвестиции од другите европски земји. Кога сме кај земјите во развој, Сингапур има многу поотворена политика од другите азиски земји. Сепак, во последните неколку декади, националните политики за СДИ се насочени кон либерализација.

3.2.3. Индустриски политики

Националните политики во однос на трговијата или странските директни инвестиции се експлицитно поврзани со меѓународни или прекугранични прашања и оттаму сè повеќе се релевантни за нашите интереси во глобалните економските активности. Меѓутоа, постои и трета политика – индустриска политика, која есенцијално е поврзана со внатрешните случувања, а има и широки меѓународни импликации. Всушност, постанува навидум дека границите меѓу трговијата, странските директни инвестиции и индустриската политика се екстремно нејасни.

Табела бр.6: Најпознати видови индустриска политика¹⁰¹

Потенцијални индустриски политики	
Инвестициски стимулации	Политики на конкуренција и спојување
-во делот на капиталот	Правна рамка за компании
-се однесуваат на данокот	Даночна политика
Политики на пазарот на труд	Регулирање на пазарот на труд
- субвенции	- Правна рамка засиндикати
- обуки	- Имиграциона политика
Државни политики	Национални технички и производни
	Набавки/стандарди
Технолошки политики	Државна сопственост во производните
Политики за мали фирми	капацитети
Охрабрувачки политики	Правилници за животна средина
	индустриско реструктурирање
Политики за промоција на инвестиции	Правилници
	за здравствено и безбедносно осигурување

Во табелата број 6 се наведени најпознатите видови за регулирање на индустриската политика кои можат да се користат од страна на националните влади. Различни стимулативни и регулаторни политики може да се аплицираат генерално на целата национална индустрија или може да се аплицираат селективно. Ваква селективност може да повлече бројни форми: одредени индустриски сектори, видови фирми (напори да се привлечат странски компании), одредени географски локации. На пример, во повеќето земји постои голем интерес за да се поттикне развојот на кластери. Исто така, кај државите е забележана голема инволвираност во креирање на пазарот на труд, особено во создавање на пофлексибилен пазар на труд.

¹⁰¹Dicken P. (2010), *Global Shift "Mapping the Changing Contours of the World Economy"*, The Guilford Press

3.3. Државата како конкурент

Најчесто поставувано прашање е дали државите си конкурираат една со друга. Коректно е да се размислува дека нациите си конкурираат една со друга исто како што тоа го прават фирмите. Пол Кругман истакнува дека идејата за конкуренција на државите е опасна опсесија¹⁰². Меѓутоа, генералното прифатено гледиште помеѓу креаторите на политиките и академскиот свет е многу различно. Трансформацијата на националната држава во корпоративна пазарна држава лежи во срцето на политичката глобализација¹⁰³. Вклучувањето во економска конкуренција е уште една манифестација на вежбање на т.н. „мека моќ“ од страна на државите¹⁰⁴. Книгите, владините извештаи, дневниот печат, телевизиските програми, виртуелно, во сите земји се разгласува со јазикот и имагинарноста на битката на конкуренција меѓу државите за поголемо парче од глобалната економска пита.

Пред источноазиската криза во деведесеттите на минатиот век, поголем дел од загриженоста беше фокусирана на загубената економска позиција на САД и европските држави во однос на Јапонија и источните и југоисточните азиски земји. Денес, фокусот е различен затоа што најголема опасност се гледа во Кина, а реториката останува иста. Всушност, швајцарската школа за бизнис ИМД (IMD - International Institute for Management Development) секоја година издава светски годишен извештај - *World Competitiveness Yearbook* - во кој се опфатени 49 земји според 286 поединечни критериуми.

Државите конкурираат и во делот на меѓународната трговска позиција со цел да опфатат што поголем дел и да профитираат од трговијата. Тие конкурираат во привлекување на продуктивни инвестиции во градењето на национални бази кои за возврат придонесуваат на нивната меѓународна конкурентска позиција. Всушност, едно од изразувањето на географска конкуренција помеѓу државите е нивната интензивна инволвираност во т.н. географски турнири кои се трудат да ги донесат инвестициските проекти на нивна територија. Тоа претставува енормна конкуренција

¹⁰²Krugman, P. (1994), "Competitiveness: a dangerous obsession" *Foreign Affairs*, March – April p.28-44

¹⁰³Cerny, P.G. (1997), "Paradoxes of the competition state: the dynamics of political globalization", *Government and Opposition*, 32 p.251-274

¹⁰⁴Gritsch, M. (2005), "The nation – state and economic globalization: soft geo – politics and increased state autonomy?", *Review of International Political Economy*, 12 p.1- 25

во надавањето помеѓу државите (и помеѓу локалните самоуправи во државата) да привлечат релативно малку движечки географски инвестициски проекти¹⁰⁵.

Националните конкурентски предности се креираат преку високо локализирани процеси внатре во земјата. Овој сет на процеси е познат како „дијамант“ – внатрешно конектиран систем составен од четири големи детерминанти. Двонасочното поврзување на овие компоненти го потенцира фактот дека „дијамантот“ е систем на заеднично поткрепување¹⁰⁶.

Секоја од четирите детерминанти може да биде разложена на неколку поткомпоненти¹⁰⁷:

- Факторот на услови, кој во одредена земја е комбинација на дадени и креирани фактори. Факторите кои се најважни за конкурентски предности во повеќето индустрии, особено во индустриите насочени кон раст на производството во напредните економии, не се наследени туку се креирани внатре во нацијата низ процеси што се разликуваат помеѓу нациите и индустриите. Нациите ќе бидат конкурентни тогаш кога тие ќе поседуваат необични високо квалитетни институционални механизми за специјализирано креирање на фактори. Најважен е степенот на образование и знаење на популацијата во земјата и обезбедувањето на софистицирана инфраструктура, вклучувајќи го транспортот и комуникациите.
- Условите на побарувачка, особено оние на домашниот пазар, се исклучително важни. Домашниот пазар често има диспропорционално влијание на можностите на компанијата да ги согледа потребите на потрошувачот, односно да креира близина со вистинските потрошувачи, а тоа е несомнено важно за националните конкурентски предности. Сепак и степенот на поврзаност на националната компанија со меѓународните пазари ја зголемува националната конкурентност.

¹⁰⁵Dicken P. (2010), *Global Shift Mapping the Changing Contours of the World Economy*, The Guilford Press

¹⁰⁶Porter. M. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, London

¹⁰⁷ Ibid.

- Сродните и поддржувачки индустрии, кои се меѓународно конкурентни, ја формираат третата голема детерминанта на национални конкурентски предности. Можеби најголема важност за домашните добавувачи е во процесот на иновации и надградба. Конкурентските предности произлегуваат од тесната соработка помеѓу светската класа на добавувачи и индустријата.
- Стратегијата на компанијата, структура и ривалство е аспект кој вклучува начин на кој компанијата е менаџирана и како одбира да конкурира во различни национални околности. Некои од поважните прашања што произлегуваат од стратегиите се ставовите кон авторитетот, нормите на меѓуперсоналната интерактивност, ставовите на работниците кон менаџментот и обратно, социјалните норми на индивидуалното или групното однесување и професионалните стандарди. Овие произлегуваат од образовниот систем, социјалната и религиозна историја, фамилијарната структура и многу други незабележителни но уникатни национални услови. Портер посветува особено внимание на важноста од интензивен ривалски однос помеѓу домашните компании, затоа што тоа доведува до креирање на зголемен притисок на компаниите за иновации во делот на производи и производствени процеси, сè со цел да се постигне висок квалитет на добавувачи на добра и услуги. Енергичната локална конкуренција не само што ги обликува предностите дома туку и ги поттикнува, односно ги притиска домашните компании да продаваат надвор со цел да се развиваат. Зајакнатата домашна конкуренција овозможува појаките домашни компании да успеат надвор. Редок е случајот компанијата да се справува со странската конкуренција без претходно соочување со значителна конкуренција на домашниот пазар.

Како дополнување на четирите основни детерминанти на конкуренција, кои во комбинација го формираат „дијамантот“, Портер додава второстепено значење на уште две други компоненти:

- Улогата на шанса. На пример, понекогаш случајното појавување на иновации или „историски случаи“ може да придонесе до креирање на нови претприемачи.

- Улогата на владите. Портер експлицитно одбива да ја стави владата како конкурентска детерминанта на ист начин како другите четири детерминанти од неговиот „дијамант“. Додека ги објаснува различните политики на владите кои тие можат да ги имплементираат, тој гледа на нив како едноставно на чинител кој влијае на четирите детерминанти, т.е. повеќе како случаен отколку како централен фактор.

Анализите на Портер за конкурентските предности на нациите привлекуваат значително внимание. Од една страна, неговите препораки се усвоени од многу влади (национални и локални) сè со цел да ја подобрат нивната конкурентска позиција. Од друга страна, привлекуваат доста критики:

- Високо редуцирано е прикажувањето на комплексноста во четири обични точки на „дијамант“. Всушност како политика на прописи би требало да содржи јавна политика на здравствено предупредување¹⁰⁸.
- Потценувањето на улогата на државата во обезбедување на национална конкурентност е голема грешка. Државите играат значајна улога во однос на функционирањето на економијата.
- Занемарување на влијанието на транснационалните бизнис-активности во националниот „дијамант“. Постојат бројни докази кои наведуваат дека технолошките и организациските средства на транснационалните компании може да бидат под влијание од конфигурацијата на „дијамантот“ на странска држава во која произведуваат и за возврат може да влијаат врз конкуренцијата на ресурсите и можностите на нивните домашни земји.¹⁰⁹

¹⁰⁸Martin, R. and Sunley, P. (2003), "Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea?", *Journal of Economic Geography* 3 p. 5-36.

¹⁰⁹Dunning J.H. (1992), "The competitive advantage of the countries and the activities of the transnational corporations", *Transnational Corporations* 1 p.135-168

3.4. Видови регионални економски интеграции

Додека постои контроверзност околу тоа дали државите се конкурентни едни на други, од друга страна не постои никакво сомневање дека државите соработуваат меѓу себе со цел да постигнат одредени економски цели и благосостојба¹¹⁰. Оваа соработка може да се реализира преку неколку форми. Меѓутоа, ќе се фокусираме на определбата на државите да развијат политичко-економски врски на регионално ниво, преку договорите за регионална соработка. Всушност, регионализмот стана доминантен белег на модерната глобална економија.

Основата на регионалните интеграциски договори е привилегиран трговски договор, кој едноставно ги инволвира државите да се согласат и да овозможат привилегиран влез на нивните пазари од страна на членовите на регионалната група, главно преку намалени тарифи. Привилегираните трговски договори имаат две добри карактеристики: тие ја либерализираат трговијата меѓу членовите и истовремено се дискриминаторски кон третата страна¹¹¹. Забележан е пораст на регионалните договори од почетокот на деведесеттите години на минатиот век, па сè до крајот на 2010 година, кога во СТО се извршени регистрации на околу 300 договори¹¹². Најмалку една третина од целокупната светска трговија се одвива преку овие регионални трговски договори, а сите членки на СТО се потписнички барем на еден регионален трговски договор, освен Монголија.

Ваквиот пораст на регионални трговски договори се однесува на огромната мотивираност на националните влади. Повеќето имаат јак одбранбен карактер, односно тие претставуваат можност да се добие предност во зголемување на трговијата преку креирање на големи пазари, како и заштита за нивните производители од надворешната конкуренција. Постојат и други причини, како што е ефектот на страв да

¹¹⁰Cable, V. and Henderson, D. (1994), "Trade Blocs? The Future of Regional Integration", *Royal Institute of International Affairs, London* p.37

Gamble, A. and Payne, A. (1996), *Regionalism and World Order*, Macmillan, London

Gibb, R. and Michalak, W. (1994) *Continental Trading Blocs: The Growth of Regionalism in the World Economy*, Wiley, Chichester p.1-31

Hoekman, B. and Kostecki, M. (1995), "The Political Economy of the World Trading System: From GATT to WTO", *Oxford University Press, chapter 9*

¹¹¹Mansfield, E. and Milner, H.V. (1999), "The new wave of regionalism", *International Organization* 53 p.589-627.

¹¹²WTO (2011), "The General Agreement on the Trade and Services (GATS): Objectives, coverage and disciplines", *World Trade Organization, Geneva*

не се остане надвор од интеграцијата додека другиот свет се регионализира или затоа што сите го прават тоа, па зошто не и ние.¹¹³

Класичната анализа на трговските ефекти од регионалните трговски договори идентификува два спротивни исхода:

- Трговско одвлекување, кое се случува како резултат на регионалниот формациски блок, односно трговијата со претходниот трговски партнер надвор од блокот се заменува со трговски партнер внатре во блокот.
- Трговска креација, која се случува како резултат на регионалниот блок, односно трговијата го заменува домашното производство или имаме зголемена трговија како резултат на економскиот раст во блокот.

Регионалните трговски блокови имаат големо влијание врз протокот на инвестиции од транснационалните компании. Ефектите од регионална интеграција можат да влијаат на директните инвестиции во иста форма како ефектите од трговските договори, односно може да се конципираат во термини на креација и одвлекување. Во подоцнежна фаза, отстранувањето на внатрешните трговски бариери може да доведе компаниите да ја реструктурираат својата организациска структура и профитабилните активности да се одразат и на регионалниот пазар. Ова по дефиниција ги одвлекува инвестициите од една локација во корист на друга локација.

И покрај тоа што, широко гледано, регионалните трговски блокови се нов феномен, всушност, тие претставуваат важна алатка за глобалното економско обликување од средината до деведесеттите години на минатиот век. Сепак, нивната основа и природа се изменети со поминување на времето. Можеме да идентификуваме четири вида регионализам¹¹⁴:

- За време на втората половина на деветнаесеттиот век, бројни трговски договори беа во игра, особено во Европа, на пример, германската царинска унија

¹¹³Schiff, M. and Winters, L.A. (2003), "Regional Integration and Development", *World Bank 9, Washington, DC*

¹¹⁴Mansfield, E. and Milner, H.V. (1999), "The new wave of regionalism", *International Organization 53* p.589-627

Цолверајн (Zollverein), царинските униии меѓу австриските држави и оние меѓу некои од нордиските држави. Уште во првата декада на дваесеттиот век, Велика Британија потпиша билатерални договори со 46 држави, Германија со 30 држави и Франција со повеќе од 20 држави.

- По деструктивните ефекти на Првата светска војна (1914–1918), се случи нов бран на регионални договори, но во исто време со повеќе дискриминаторска форма. Некои се креирани да се консолидираат империите на големите сили, вклучувајќи ги царинските униии, кои Франција ги формира со своите членови на империјата во 1928 година и системот на Комонвелт, формиран од страна на Велика Британија во 1932 година. Сепак, повеќето се формирани врз база на суверени држави. Римскиот договор во 1934 година придонесе до етаблирање на регионален трговски договор меѓу Италија, Австрија и Унгарија. Потоа, Белгија, Данска, Финска, Луксембург, Холандија, Норвешка и Шведска направија серија договори низ триесеттите години на минатиот век. Надвор од Европа, САД направи околу дваесетина билатерални комерцијални договори во средината на триесеттите години на минатиот век, повеќето со јужноамерикански држави.
- По завршувањето на Втората светска војна (1939–1945) се појавија два различни бранана регионализам. Првиот започна од доцните педесетти до седумдесеттите години и беше обележан со етаблирањето на ЕЕЗ, ЕФТА, СМЕА и изобилие на регионални трговски блокови формирани од развиените земји. Овие договори беа иницирани против заднината на Студената војна, брзината на деколонизацијата по Втората светска војна и мултилатералната комерцијална рамка, сето она што ги обои нивните економски и политички ефекти.
- Четвртиот бран на економска регионализација се случува во доцните осумдесетти, во драстично изменетите геополитички услови по распадот на Советскиот Сојуз и зголемените неизвесности од расцепканата политичка и економска ситуација. Новиот бран на регионализам беше придружуван од страна на високото ниво на економска зависност и желбата на поголемите

економски актери да влијаат на трговските конфликти, како и од мултилатералната рамка (ГАТТ и СТО).

Сите регионални договори за соработка што беа етаблирани низ годините, беа базирани врз принципот на преференцијални трговски договори. Меѓутоа, постојат и неколку различни видови политички преговарани регионални договори, вклучувајќи различни степени на економска и политичка интеграција. Следниве четири видови регионални договори се особено важни и тие се во редослед на зголемување на економската и политичката интеграција¹¹⁵:

- Слободна трговска зона, во која трговските бариери меѓу земјите-членки се тотално отстранети со договор, но земјите-членки ги задржуваат своите индивидуални трговски политики кон земјите кои не се членки.
- Царински униии, во кои земјите-членки имаат во употреба договор за слободна трговија и заедничка трговска политика кон надвор, насочена кон земјите што не се членки (тарифни и не тарифни бариери).
- Заеднички пазар, во кој не само што трговските бариери се отстранети меѓу земјите-членки и имаат заедничка надворешно трговска политика, туку етаблиран е систем на слободно движење на производството (капиталот, работна сила итн.) меѓу земјите-членки.
- Економска унија, која инволвира највисока форма на регионална економска интеграција и скратена верзија на политичка унија. Во економската унија не само што внатрешните трговски бариери се отстранети, се употребуваат и заедничките надворешни тарифи и дозволен е слободен фактор на движење, туку, исто така, се хармонизирани широки економски политики кои се предмет на наднационална контрола.

Од горенаведеното може да се забележи дека секоја фаза на интеграција вклучува елементи од претходната фаза, заедно со додатни елементи што ја дефинираат секоја

¹¹⁵Dicken P. (2010) *Global Shift Mapping the Changing Contours of the World Economy*, The Guilford Press.

од фазите. Исто така, поголемиот дел од регионалните интеграциски договори припаѓаат во првите две категории, односно во слободните трговски зони и царинските униии. Всушност, околу 90% од регионалните интеграциски договори се во слободните трговски зони. Постојат мал број аранжмани за заеднички пазар, но само една група – ЕУ – припаѓа најблиску до вистинска економска унија. Во реалност, не само што постојат енормни варијации во скалата, природата и ефективноста на овие регионални интеграциски договори, туку во одредени случаи се забележува удвојување на членството на различни групи.

3.4.1. Регионалните интеграции во Европа, Америка, Источна Азија и Пацифик

Претходно ја разгледавме тенденцијата на диспропорционална поделба на производството, трговијата и инвестициите кои се концентрирани во три мега региони – Северна Америка, Европа и Источна Азија. Ваквата концентрација се рефлектира од основните економско-географски процеси на избор на близина до пазарите и добавувачите и генералната тенденција на избор на локација врз основа на следење на други компании. Меѓутоа, постојат различни видови регионални интеграциски договори во секој од овие три најголеми региони. Оттаму, во следниот дел ќе се концентрираме на истражување на различните манифестации во регионалната интеграција.

Европска унија

Европската унија е највисоко развиена и структурно најкомплексна во однос на сите светски регионални блокови. Иницијално беше етаблирана од шест земји-членки како Европска економска заедница во 1957 година и секогаш беше повеќе од обична економска институција. Всушност, иницијалната стимулација беше желбата да се приближат Франција и Германија во насока во која традиционалните непријатели не можеа да го најдат излезот по европските војни и исто така да ја зајакнат Западна Европа која се соочуваше од опасноста на Советскиот Сојуз.

Можеме да препознаеме седум фази (периоди) на развој на ЕУ¹¹⁶:

- Периодот 1958–1968 година: елиминација на царинските обврски меѓу шесте земји-основачи (Белгија, Франција, Западна Германија, Италија, Луксембург, Холандија) и во 1968 година воведување на заеднички надворешни тарифи.
- Периодот 1973–1986 година: иницијално зголемување на заедницата со приемот на Данска, Ирска и Велика Британија во 1970 година и Грција, Португалија и Шпанија во 1980 година; воведување на преференцијални договори за трговија со земјите од ЕФТА, со земјите од Медитеранот, со земји од Африка, Кариби и Пацифик (сите поранешни европски колонии).
- Периодот 1986–1992 година: повторен обид да се комплетира единствен европски пазар; движење на битните членови на Европската заедница кон креирање на целосна економска и монетарна унија, а потпишување на Договорот на ЕУ во Мастрих 1991 година ја креираше Европската унија.
- Периодот 1992–1999 година: понатамошно проширување на ЕУ до 15 земји-членки со приемот на Австрија, Финска и Шведска; обиди да се направи единствен европски пазар и Договорот од Мастрих во контекст на внатрешната поделба и притисокот за проширување на ЕУ.
- Периодот 1999–2004 година: воведување на заедничка валута во 11 од 15 земји-членки; европската централна банка се создаде со цел да биде одговорна на поставување на каматните стапки; преговори со источноевропските земји за пристапување кон ЕУ; меѓувладина конференција во Ница во 2001 година за реформи во гласачкиот систем во ЕУ.
- Периодот 2004–2006 година: проширување со вклучување на 10 нови земји-членки (Кипар, Чешка, Естонија, Унгарија, Латвија, Литванија, Малта, Полска, Словачка, Словенија); преговори со потенцијалните членки (Бугарија, Романија,

¹¹⁶Ibid.

Хрватска и Турција); Македонија добива кандидатски статус за влез во ЕУ. Несогласувања за новиот устав на ЕУ.

- Периодот 2007 – денес: проширување на ЕУ во 2007 година, со приемот на Бугарија и Романија како полноправни членки на ЕУ и на 1 јули 2013 година со прием на Хрватска.

Од почетокот на деведесеттите на минатиот век, три развојни фази се особено важни за ЕУ. Првата беше движењето за комплетирање на единствен европски пазар во 1992 година. Скоро 40 години по Римскиот договор, индивидуалните земји сèуште тактизираа со превентивни мерки, одлагање и поставување на нетарифни бариери за увоз на одредени производи од други земји-членки. Секоја од членките беше виновна за воведувањето на ваквата практика, некои помалку, некои повеќе. Комисијата на ЕУ образложуваше дека трошоците за непостигнување на целта претставуваат значителен трошок за БДП и креирањето на работни места, како и помала конкурентност на ЕУ кон САД и Јапонија.

Актот за единствен европски пазар предлагаше отстранување на трите најголеми бариери – физичките, техничките и фискалните заедно со либерализација на финансиските услуги, отворање на јавните набавки и други мерки. Ваквата интерна либерализација и дерегулација беше предложена со намера дека ќе креира раст на Европската заедница како целина, а нејзините земји-членки и нивните бизнис компании успешно да ја искористат предноста на промените. Виртуелно е невозможно да се измерат точно ефектите од процесот на единствен европски пазар. Меѓутоа со разгледувањето на различни студии за проценка, може да се заклучи дека не постои убедувачка емпириска евиденција за европската интеграција која води до одржливи економски развојни ефекти. Регулативните промени на проектот за единствен пазар беа дел од глобалните процеси на економско реструктурирање и главно служеа за да ја нагласат конкуренцијата на светскиот пазар насочен кон европските земји¹¹⁷.

Вториот важен настан за ЕУ од почетокот на деведесеттите беше Договорот за ЕУ, потпишан во Мастрих во 1991 година. Ова беше важно бидејќи ја одбележа многу

¹¹⁷Ziltener, P. (2004), "The economic effects of the European Single Market Project: projections, simulations – and the reality", *Review of International Political Economy* 1, p. 953-979.

повеќе амбициозната политичка агенда за креирање на потполна економска унија, односно беа донесени следните мерки:

- зајакнување на социјалните одредби внесени во социјалниот пакет, зголемување на структуралните фондови и креирање на кохезивни фондови за посиромашните земји-членки на Унијата,
- поставување на механизам за креирање на единствена европска валута и монетарна унија.

Европската монетарна унија заживеа во 1999 година, кога 11 од 15 земји-членки се согласија да се приклучат кон системот и воедно да ги применат техничките критериуми. Против влез во ЕМУ во тоа време беа Данска, Грција, Шведска и Велика Британија, меѓутоа сепак Грција се приклучи во 2001 година. Монетарната унија и усвојувањето на единствена европска валута - *евро*, искристализира некои од најголемите политички проблеми во ЕУ, особено сензитивниот предмет на национален суверенитет. Во рамките на ЕМУ, Европската централна банка со седиште во Франкфурт врши контрола над монетарната политика, а особено во поставувањето на каматните стапки. Оттаму, Европската централна банка има неограничено влијание над економиите во земјите-членки. Секоја земја-членка во ЕМУ треба да се приспособи со пактот за стабилност и развој во кој се поставени лимитите за буџетски дефицит и задолжување.

Третата поголема фаза на развој беше зголемувањето на членството до 27 земји-членки со можност за дополнително проширување. Поголемиот број на нови земји-членки до падот на железната завеса беа под закрилата на советскиот доминантен систем. Исто така, беа економии во транзиција со различна историја и социо- политичка структура од веќе постојните земји-членки на ЕУ. Во проширувањето беа и малите држави како Кипар и Малта. Значајно за ова проширување е постоењето на големи разлики во приходите на новите земји-членки во однос на старите земји-членки, што не беше случај со претходните проширувања. Просекот на бруто домашен производ по глава на жител на новите земји-членки во 2004 година изнесуваше само 46,5% од постојниот

просек на ЕУ. Големите разлики креираа големи проблеми во веќе проблематичниот буџет на ЕУ.

Проширувањето дополнително го усложни процесот на донесување одлуки. Ваквата комплексност беше причина за донесување на нов устав на ЕУ, процес што помина низ трнлив пат, низ неколку неуспешни референдуми (Франција и Холандија), додека Велика Британија го одложи целиот процес. Оттаму, неизненадувачки е фактот дека повеќето сèуште го задржуваат погледот на „варијабилната геометрија“ или „варијабилната брзина“, односно дека ЕУ ќе исплива со битните земји-членки, потполно економски и финансиски интегрирани, опкружени со различни групи земји со различен степен на интеграција¹¹⁸.

Америка

Додека историјата на политичко-економска интеграција на Европа беше една од прогресивните проследена со бројни предизвици за идната структура на ЕУ, историјата на обиди за креирање на регионални интеграциски договори на Америка беше расцепкана и површна. Во голем степен ова се однесува и на доминантната позиција на САД во регионот и фактот што до неодамна САД не сакаа да влезе во аранжмани на билатерални или регионални трговски договори, како и лимитираниот успех меѓу јужноамериканските држави во креирање на одржливи регионални договори. Оттаму, сликата на Америка претставува мозаик на регионални договори од различен вид и содржина, заедно со надворешните договори.

Најважен договор за регионална интеграција на Америка во однос на широкиот опфат е НАФТА, склучен меѓу Канада, САД и Мексико. Со интеграцијата на овие две високоразвиени земји со една голема земја во развој во единствена зона за слободна трговија, значително се промени економската мапа на Северна Америка. Разликата помеѓу САД и Мексико во однос на приходите е доста поголема во споредба со разликата помеѓу најбогатата и најсиромашната земја-членка на ЕУ. НАФТА стапи во сила во 1994 година иако првите обиди датираат уште од 1980 година.

¹¹⁸Dicken P. (2010), *Global Shift Mapping the Changing Contours of the World Economy*, The Guilford Press

Еден позначителен блок беше потпишувањето на Договорот за слободна трговија помеѓу Канада и САД (CUSFTA) во 1988 година и негова имплементација во 1989 година.

Аргументите за креирање на НАФТА варираа меѓу трите земји. За САД формирањето на овој договор е цел на креирање стабилен економски и политички развој во западната хемисфера, како и достапност до мексиканските суровини (особено нафтата), пазарот и евтината работна сила. Канада беше загрижена околу консолидирањето на CUSFTA¹¹⁹. Мотивите на Мексико беа примарно во делот на економските реформи и привлекување на инвестиции не само од САД туку и од Европа и Азија, како и обезбедување на влез на пазарите во САД и Канада.

Главната цел на НАФТА беше да се елиминираат повеќето трговски бариери и инвестициски ограничувања меѓу трите земји за период од 10 до 15 години. Можноста за приклучување на други држави е отворена, но битно е да се истакне дека НАФТА не е царинска унија и не содржи заеднички договор за надворешна трговска политика. Секоја од трите земји е слободна да направи други билатерални трговски договори надвор од НАФТА, како што се случи со потпишувањето на договорот помеѓу Мексико и ЕУ.

НАФТА беше и остана контроверзен предмет во трите земји-членки. Бројни загрижувачки критики беа искажани против добиените бенефиции на зголемен економски простор, како за производството така и за маркетинг. На пример во САД особено загрижувачки се гледаше на влијанието врз животната средина и работната сила. Во понатамошната фаза, договорот беше користен и во политички кампањи од страна на кандидати во претседателски избори, карактеризирајќи го штетен и дека предизвикува одлив на работни места од САД во Мексико¹²⁰. Сличен страв се појави и во Канада. Еден од политичарите говореше дека НАФТА претставува договор на САД за да може да ги користи суровините на Канада и работната сила на Мексико¹²¹. Во

¹¹⁹Canada US Free Trade Agreement

¹²⁰Lawrence, R.Z. (1996), *Regionalizim, Multilateralism, and Deeper Integration*, Brookings Institution, Washington DC

¹²¹McConnell, J. and Macpherson, A.(1994) The North American Free Trade Agreement: an overview of issues and prospects. In R. Gibb and W.Michalak (eds), "Continental Trading Blocs: The Growth of Regionalizim in the World Economy", *Chichester: Wiley, Chapter 6*.

Мексико се презентираше дека со помош на НАФТА, САД ќе биде уште подоминантна земја во однос на Мексико.

Неизненадувачки потоа почна да се креира Централноамерикански договор за слободна трговија меѓу САД и други пет централноамерикански држави (Коста Рика, Ел Салвадор, Хондурас, Никарагва и Доминиканска Република) кој далеку од лесно беше усвоен во САД дури во јули 2005 година. Главната препрека произлезе од организацијата на работниците во САД и организацијата на фармерите за производство на шеќер поради стравот од реалокација на бизнисот во економиите со евтина работна сила, односно во земјите на Централна Америка. Од друга страна, во ЦАФТА се гледаше како можност за производителите на шеќер и облека од земјите од Централна Америка за подобар влез на најголемиот пазар. Всушност, како НАФТА што ги отстрани повеќето од бариерите на САД за увоз од Мексико и Канада, ЦАФТА, во глобала, креираше постојан влез на производите од земјите во Централна Америка на пазарот на САД што веќе постоеше со иницијативата на Карипскиот Залив, а за возврат се доби значително поголем влез на пазарот на Централна Америка¹²².

Иако интересот на САД за регионални интеграциски договори започна во текот на осумдесеттите на минатиот век, Јужна Америка има историја на обиди за формирање на регионални зони за слободна трговија и царински унии кои датираат од 1960 година, кога беше создаден договорот за слободна трговија на Јужна Америка познат како ЛАФТА¹²³. Овој договор претставуваше дуплирање на билатералните и мултилатерални договори меѓу земјите од Јужна Америка. Некои од договорите не успеаја да се развијат, особено ЛАФТА, па затоа беше преработен како ЛАИА – Јужноамериканска интеграциска асоцијација во 1980 година.

¹²²Financial Times (2005) 23 February

¹²³Grugel, J. (1996) Latin America and the remaking of the Americas. In A. Gamble and A. Payne (eds), *Regionalism and World Order*, Macmillan, London Chapter 5.
Gwynne, R. (1994), "Regional integration in Latin America: the revival of a concept?" In R. Gibb and W. Michalak (eds) *Continental Trading Blocs: The Growth of Regionalism in the World Economy*. Chichester, Wiley, Chapter 7

Два јужноамерикански регионални интеграциски договори имаат поголема тежина – заедницата Андеан и Меркосур. Од овие два договори Меркосур е позначителен¹²⁴, а е составен од четири земји-членки (Аргентина, Бразил, Парагвај и Уругвај), кои во комбинација имаат 224 милиони жители (споредено со Андеан заедницата со 119 милиони жители) и БДП од 693 милијарди долари (споредено со 258 милијарди долари). Меркосур беше за прв пат етаблиран во 1991 година, со намера да ја либерализира трговијата меѓу земјите-членки, создавајќи заеднички надворешни тарифи и координирана макроекономска политика. Економски гледано, Меркосур значително го зголеми степенот на внатрешна трговија. Од 1987 до 1997 година, внатрешната трговија во Меркосур се зголеми од 8,3% на 23,7%.

Во некои делови, Меркосур поседува доста сличности со ЕУ. Како во ЕУ, една од примарните мотивации беше да дејствува на безбедносните односи помеѓу Аргентина и Бразил (паралелно на француско-германските односи во Европа). Во тој поглед овој договор оди чекор понапред од НАФТА. Од друга страна, Меркосур не поседува наднационални институции, како што е случајот со ЕУ.

Источна Азија и Пацифик

Суштината и степенот на регионална економска соработка во азиско-пацифичкиот регион во голема мера се разликува од ситуацијата во Европа и Америка. Генерално, регионалните договори во азиско-пацифичкиот регион се помалку формални и повеќе отворени¹²⁵. Всушност, ефективни се две главни регионални економски соработки. Еден е АФТА, кој се однесува на Југоисточна Азија, другиот е АПЕК кој е поширок и полабав договор (внатре и надвор во регионот) и ги вклучува азиските земји. АФТА беше инициран во 1992 година (АСЕАН за прв пат беше создаден во 1967 година како група од четири земји, потоа шест југоисточно азиски земји – Сингапур, Малезија, Тајланд, Индонезија, Филипини и Брунеј). Членството во АСЕАН особено порасна во

¹²⁴Kaltenthaler, K. and Mora, F.O. (2002), "Explaining Latin American economic integration: the case of Mercosur", *Review of International Political Economy*, 9 p. 72-97.

¹²⁵Bowles, P. (2002), "Asia's post – crisis regionalism: bringing the state back in, keeping the (United) States out", *Review of International Political Economy*, 9 p.230-256.

Dieter, H. and Higgott, R. (2003), "Exploring alternative theories of economic regionalism: from trade to finance in Asian cooperation", *Review of International Political Economy* 10 p.430-454.

Haggard, S. (1995), *Developing Nations and the Politics of Global Integration*, *Brookings Institution, Washington, DC*

втората половина на деведесеттите години на минатиот век. Државите кои се членки се со различна политичка и економска структура и различно ниво на економски развој¹²⁶.

АСЕАН како меѓувладина институција беше етаблирана со цел да ја промовира регионалната соработка, а воедно да парира на конкуренција на ЕУ и НАФТА. Посветување на целосно внимание на суверенитетот и независноста на секоја земја-членка е еден од фундаменталните принципи на асоцијацијата – одлуките се донесуваат со консензус низ претходни консултации кои се традиционални во АСЕАН, што значи–преговарај и консултирај додека не постигнеш договор. Механизмот за договор околу спор, исто така го рефлектира изборот на АСЕАН за неформален пристап. Ова е потполно спротивно со западниот пристап што се базира на правен договор а заснован врз правила и обврзувачки одлуки¹²⁷.

Ваквиот систем има свои предности и слабости. Една од неговите предности е тоа што помогна на една доста различна група земји да ги одржат позитивните односи. Една од слабостите е тоа што јак и брз одговор на проблемите е често тешко изводлив, особено принципот на немешање во домашните работи на земјите членки. АСЕАН има ограничен успех во стимулирање на економските активности. Од таа причина, во 1992 година, шесте држави-основачи се договорија да иницираат договор на АСЕАН за слободна трговија со цел отстранување на внатрешните трговски бариери до 2008 година. Потоа, повторно беше договорено да се помести рокот за отстранување на внатрешните трговски бариери, односно да се скрати и да се спроведе до 2003 година. Меѓутоа, со вклучувањето на четирите прилично различни економии на Камбоџа, Лаос, Миамар и Виетнам, договореното прерасна во комплицирана задача.

Дополнително, зголемениот конкурентски притисок на регионот на АСЕАН од други источноазиски земји, особено Кина, ја принуди асоцијацијата да се насочи кон склучување на договори со други земји од Источна Азија. Кореја и АСЕАН се договорија да склучат договор за слободна трговска зона до 2006 година, а Кина и АСЕАН до 2010 година, додека Јапонија започна преговори со АСЕАН за либерализирање на трговијата. Концепцијата „АСЕАН плус три“ стана сериозна

¹²⁶Liao, S. (1997) "ASEAN model in international economic cooperation", In H. Soesastro (ed.), "One South East Asia in a New Regional and International Setting", *Jakarta: Centre for Strategic and International Studies*

¹²⁷Ibid.

перспектива. Исто така, започнаа преговори со Индија со цел создавање на слободна трговска зона ИНДО – АСЕАН. Во исто време земјата-членка на АСЕАН, Сингапур, ги заврши преговорите за слободна трговија со ЕУ, САД, Канада, Мексико, Чиле, Кина, Јужна Кореја и Јапонија.

Друга голема регионална економска организација е форумот за економска соработка на Азија-Пацифик, или позната како АПЕК, која беше создадена во 1989 година, како иницијатива која потекнуваше од Австралија. Организацијата за азиско-пацифичката економска соработка има екстремно различна композиција на земји. Во оваа соработка се вклучени источни и јужни азиски држави (вклучувајќи ги Кина и Тајван) но исто така и Австралија и Нов Зеланд од една страна и од друга страна САД, Канада, Мексико и Чиле. Оттука АПЕК претставува повеќе од широка организација за која некогаш се користи терминот „A perfect Excuse to Chat – АРЕС“. Ова потекнува од тоа што е направено доста мал напредок во исполнувањето на целта на АПЕК за отворен регионализам. Особено по азиската криза во 1997 година, зголемено беше критикувана АПЕК од страна на азиските учесници. Во тој период беше искажано сомнение од азиските набљудувачи дека АПЕК претставува алатка на надворешната политика на САД¹²⁸.

Неуспехот на АПЕК предизвика различни иницијативи во Источна Азија за креирање на поголема регионална економска и финансиска рамка.

¹²⁸Dieter, H. and Higgott, R. (2003), "Exploring alternative theories of economic regionalism: from trade to finance in Asian cooperation", *Review of International Political Economy*, 10 p.430-454

4. СДИ КАКО ИЗВОР НА РАЗВОЕН КАПИТАЛ

Еден важен дел од меѓународното движење на капитал, се одвива во еден поинаков облик познат како *странски директни инвестиции*. Под овој поим се подразбира меѓународни текови на капиталот во кои една компанија од една земја креира или проширува свое претставништво во некоја друга земја¹²⁹. Странските директни инвестиции претставуваат директно инвестирање во производство или бизнис во една земја од страна на компанија од друга земја, преку купување на компанијата во одредената земја или преку проширување на операциите на постојаниот бизнис во таа земја¹³⁰. Странските директни инвестиции имаат многу форми. Широко гледано СДИ вклучуваат присоединувања и аквизиции, градење на нови објекти, реинвестирање на профитот заработен во надворешните операции и внатрешно компаниски кредити¹³¹. Инвестицијата е директна од причина што инвеститорот, компанијата или група инвеститори бара контрола, менаџирање или значително влијание врз странска компанија¹³². СДИ се најголем извор на надворешно финансирање, а според тоа произлегува дека државите со лимитиран капитал најчесто имаат прилив на финансии од страна на богатите држави¹³³. Според Светската банка, СДИ и развојот на малите видови бизнис се два круцијални елемента неопходни за развој на приватниот сектор во недоволно развиените земји, како и за намалување на економскиот јаз.

Важноста на СДИ е поголема од самиот финансискиот капитал кој доаѓа во земјата. СДИ можат да бидат алатка што носи знаење, менаџерски вештини, дизајн на производот, квалитет, бренд, меѓународен маркетинг и интеграција во глобалните производствени ланци кои претставуваат основа за успешна извозна стратегија. Од СДИ може да имаат корист и домашната индустрија и потрошувачите преку создавање на можности за технолошки трансфер и надградување, достапност на глобални

¹²⁹Paul R.K. and Maurice O. (2009), *International Economics – Theory & Policy*, Pearson international edition

¹³⁰http://en.wikipedia.org/wiki/Foreign_direct_investment#Definitions (последно пристапено 13.02.2012)

¹³¹Ibid.

¹³²<http://usforeignpolicy.about.com/od/introtoforeignpolicy/a/what-is-FDI.htm> (последно пристапено 13.02.2012)

¹³³Ibid.

менаџерски вештини и практики, оптимална искористеност на човечкиот капитал и природните богатства, создавајќи меѓународно конкурентна индустрија, отворање на пазари за извоз, достапност до квалитетни производи и услуги и нови можности за вработување. Поради сите овие причини, СДИ претставуваат движечка сила за економски развој особено во земјите во развој¹³⁴.

Теоретски гледано, од страна на СДИ се очекува да придонесат за голем директен или индиректен раст за земјите во развој и особено за земјите со ниски приходи. Директниот раст доаѓа од неокласичните аргументи кои сугерираат дека СДИ би требало да се движат од земјите богати со капитал кон земјите што имаат потреба од капитал (посиромашни економии), со цел да се остварат релативно повисоки стапки на заработка од инвестициите. Меѓутоа, парадоксот е во тоа што волуменот на проток на СДИ до земјите во развој е многу помал отколку што предвидува неокласичниот модел на раст¹³⁵. Индиректниот раст што се постигнува со СДИ, се однесува на добивките од производството во земјите што се приматели преку трансфер на технологија (адаптирање на нови производни методи), здобивање на нови вештини (едукација и тренинг на работната сила), конкуренција (ефикасно користење на ресурсите од страна на домашните компании) и извозот (проширување на можностите за извоз на домашните компании)¹³⁶.

Емпириските докази кои прикажуваат раст предизвикан од СДИ, базирани на различни статистики во различни земји, во голема мера се неубедливи, односно без заклучок. Додека некои студии заклучиле дека е постигнат раст кој се поврзува со СДИ, други се стремат да докажат дека нема ефекти или ефектите се многу мали благодарение на традиционалните канали како што е акумулирање на капитал од земјите во развој¹³⁷. Разликите во покривањето на земјите, емпириските методологии, временските периоди опфатени со различни анализи, се вбројуваат како недостиг на единство во

¹³⁴Borensztein, Eduardo, Jose De Gregorio and Jong-Wha Lee (1998), "How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?" *Journal of International Economics*, Vol.45

¹³⁵Lucas, R. (1990), "Why Doesn't Capital Flow from Rich to Poor Countries?", *American Economic Review*, Vol. 80, p. 92-96.

¹³⁶Morgan, T., Edward G., and Magnus B. (2005), Does Foreign Direct Investment Promote Development?, *Washington Institute for International Economics*, Washington DC

¹³⁷Kose, A., Eswar P., Kenneth R., and Shang-Jin W. (2009), "Financial Globalization: A Reappraisal, Staff Papers", *International Monetary Fund*, Vol. 56

емпириската литература¹³⁸. Емпириските истражувања, кои се состојат од „понијансирани“ методи, особено кога се водат од правилото на постоење на различни првични услови, се многу поуспешни во претставувањето на поврзаноста помеѓу СДИ и растот¹³⁹. Постојат одредени прагови на финансиски и институционален развој кои економијата мора да ги достигне пред да ги почувствува погодностите на финансиските приливи, вклучително и СДИ¹⁴⁰. Бројни студии утврдиле дека капацитетот на земјата за да ја искористи предноста од СДИ зависи од повеќе фактори: степенот на развој на финансискиот сектор, квалитетот на институциите, секторски состав на влезот на СДИ, отвореност во трговијата, човечки капитал, инфраструктура и стабилна макроекономска политика.

На глобално ниво, странските директни инвестиции достигнаа 1,5 трилиони долари во 2011 година, но сепак за 23% помалку од периодот пред кризата. Ова е спротивно на глобалниот индустриски излез (аутпут) и трговија кои се вратија на нивото од пред кризата. УНКТАД проценува слаб раст на глобално ниво на СДИ, предвидувајќи дека во 2012 година би достигнале 1,6 трилиони долари, додека во 2013 година ќе се искачат на 1,8 трилиони долари за во 2014 година да достигнат 1,9 трилиони долари. Остварувањето на ова позитивно сценарио зависи од неочекувани глобално економски шокови кои можат да произлезат од бројни ризични фактори кои се сèуште во игра.¹⁴¹

Во развиените земји забележан е пораст за 21%, односно прилив од 748 билиони долари, додека во земјите во развој забележан е раст од 11% односно достигнат е рекорд од 684 билиони долари. Што се однесува до економиите во транзиција забележан е раст од 25%, односно 92 билиони долари¹⁴². Некои од најсиромашните региони, трета година по ред забележуваат намалување на приливот на СДИ. Приливот на СДИ беше намален во Африка, односно во неразвиените земји, земјите во развој и без излез на море, малите островски земји, како и земјите од Јужна Азија, за разлика од силниот раст на СДИ во Источна и Југоисточна Азија и Јужна Америка.

¹³⁸Carkovic M. and Ross L. (2002), "Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?", *University of Minnesota Department of Finance Working Paper*

¹³⁹Haskel, J., Sonia P. and Matthew S. (2007), "Does Inward Foreign Direct Investment Boost the Productivity of Domestic Firms?", *The Review of Economics and Statistics, Vol.89*

¹⁴⁰Kose, A., Eswar P., Kenneth R., and Shang-Jin W. (2009), "Financial Globalization: A Reappraisal, Staff Papers", *International Monetary Fund, Vol. 56*

¹⁴¹"Global Investment Trends" – *UNCTAD World Investment Report 2012*

¹⁴²Ibid.

Меѓународното производство се проширува, надворешната продажба расте, вработувањето и вредноста на транснационалните корпорации се зголемува. Во 2011 година се проценува дека во транснационалните корпорации се вработени околу 69 милиони работници, а забележано е повторно зголемување на капиталот на ТНК кој достигна до 28 трилиони долари во продажба и 7 трилиони во додадена вредност, односно зголемување за 9% во однос на 2010 година. Филијалите на транснационалните компании акумулираа повеќе од една десетина од глобалниот БДП и една третина од светскиот извоз¹⁴³.

Државните транснационални компании претставуваат важен извор на СДИ. Постојат околу 650 државни транснационални компании со околу 8500 филијали низ светот. Додека тие претставуваат помалку од 1% од вкупниот број на транснационални компании во светот, нивните инвестиции изнесуваат 11% од глобалните СДИ во 2010 година. Сопственоста на државните транснационални компании предизвика загрижувачки моменти во некои држави во однос на националната безбедност¹⁴⁴.

4.1. Теориски пристапи во проучувањето на СДИ

4.1.1. Дефинирање на СДИ

Странските директни инвестиции (СДИ) претставуваат еден од најважните инструменти за посредување кои во една национална економија го поттикнуваат производството, увозот на *ноу-хау* (know how), раст на вработеноста, развојот на инфраструктурата, намалување на сиромаштијата итн. Бенефициите што се остваруваат со приливот на СДИ, предизвикаа остра конкурентност на глобалните пазари на слободниот капитал, а сè со цел привлекување на што пообемни и разновидни СДИ. Општиот тренд на светскиот пазар на СДИ е бришење на географските граници меѓу земјите во развој и развиените земји. Земјите во развој

¹⁴³Ibid.

¹⁴⁴“Global Investment Trends” – UNCTAD World Investment Report 2011

последниве години освен што претставуваат растечки пазар на СДИ, воедно тежат кон привлекување на капитално интензивни инвестиции, како и инвестиции во истражување и развој .

Иако странските директни инвестиции не се нова ниту пак непозната категорија во меѓународните финансии, во теориската литература сèуште не постои универзално прифатена дефиниција. Дефинициите што се во најчеста употреба произлегуваат пред сè од потребата за меѓународна споредливост на платно-билансните статистики.

Така, според дефиницијата што ја користи ММФ, а е прифатена и од ОЕЦД, *директните инвестиции* се категорија на меѓународни инвестиции која ја отсликува целта на резидентната фирма од една економија (странскиот директен инвеститор) да стекне долгорочен интерес во фирма која е резидент во друга економија. Во дообјаснувањето на поимот „долгорочен интерес“, Прирачникот за платно-билансни статистики укажува дека се мисли на трговските друштва во кои странскиот инвеститор поседува најмалку 10% од обичните акции или гласачките права.

Од друга страна, Системот на националните сметки на Обединети нации не ги дефинира СДИ како меѓународни текови на капиталот, туку разликува „компаниии контролирани од странство“ (афилијации кои повеќе од 50% се во сопственост на странскиот инвеститор) и „подружници“, каде што сопственичкиот дел на странската компанија е помеѓу 10% и 50%.

Директните странски инвестиции може да се дефинираат и како вложувања на капитал од претпријатија од странски земји или мултинационални компании во капацитети, во вид на претпријатија или филијали во земјата-домаќин. Според тоа, со странските директни инвестиции се стекнува сопственичка контрола.

Се чини дека денес не изгубил од актуелност заклучокот на Чарлс Киндлебергер (Charles Kindleberger), еден од најеминентните автори во традиционалната меѓународна економија, според кој прашањето за суштината на странските директни инвестиции не е зошто капиталот би се преселил во друга земја, туку „зошто определена актива (или производствена единица) би вредела повеќе ако е странска, а не домашна контрола“.

Имено, не секогаш се потребни меѓународни приливи на капитал за да се реализира странската директна инвестиција. Можно е веќе присутната мултинационална компанија да позајми на домашниот пазар и на тој начин да ја превземе контролата на некоја домашна фирма. Оттаму, како концепциски најсимплифицирана и воедно најтесна дефиниција ја издвојуваме онаа што ја потенцира важноста на контролата според која „СДИ се проширување на корпоративната контрола преку националните граници“.

4.1.2 Теории што претставуваат совршено конкурентски пазари

Теориската литература изобилува со класификации на теоретските пристапи, кои генерално, ги набљудуваат СДИ од макроекономски аспект (како проблематика која се обработува во рамките на меѓународните финансии) и од микроекономски аспект (во рамките на теоријата на индустриската организација).

Оттаму, основната поделба на теориите за СДИ е на две категории:

- микрофинансиски теории (или пристапи во рамките на општата теорија за индустриската организација) и
- макрофинансиски теории (уште познати и како „теории на трошоците на капиталот“).

Литературата од постар датум која зборува за СДИ од микроекономски аспект се фокусира на несовршеноста на пазарите и на желбата на мултинационалните компании да ја прошират својата монополистичка моќ.

Макроекономскиот пристап кон странските директни инвестиции е релативно понов во теориската литература, со оглед дека првично академскиот интерес беше насочен кон објаснување на мотивите на фирмите да се прошируваат во странство. Фокусот на истражувања не се ограничува само на макроекономските импликации на земјата реципиент на СДИ, туку и на ефектите во матичната земја, од каде што потекнува странскиот инвеститор.

Според друга, многу подетална поделба, теориите за СДИ може да се класифицираат во зависност од пазарната структура во која дејствуваат ТНК, бидејќи нивното однесување зависи од тоа дали тие дејствуваат на пазар каде што постои висока конкуренција, или на имперфектни пазари.

4.1.3. Теории што претставуваат имперфектни (монополистички или олигополски) парари

Првите теориски обиди за објаснување на суштината и детерминантите на СДИ се потпираат на претпоставката дека трошоците во трговијата (односно бариерите за влез на странските пазари) се еднакви со нула. Овие конвенционални гледишта за инвестициското одлучување, во теориската литература често се среќаваат и како класични (или традиционални) теории за СДИ. Авторите на овие теории го прифаќаат неспорниот факт дека повеќето пазари во реалноста се имперфектни, но сепак сметаат дека претпоставката за совршена конкурентска борба на пазарите е доволен услов за извлекување релевантни заклучоци за мотивите на СДИ.

Различни стапки на принос. Според оваа теорија, СДИ се јавуваат единствено кога земјите се разликуваат во расположливоста на факторите на производство, а пред сè фондот на капитал. СДИ одат од земји што располагаат со поголем фонд на капитал (каде што по правило е пониска стапката на принос) кон земји со скромни капитални фондови, во кои е можно да се оствари поголема стапка на принос. „Капиталот ќе продолжи да се вложува во земјата, сè додека стапките на принос не се изедначат и маргиналните профити во двете земји не станат еднакви.“

Теоријата е инспирирана од трендот на значителни одливи на капитал од САД кон Европа во периодот 1960–1980, но не може да се обезбеди емпириска евиденција која ќе ја објасни денешната експанзија на двонасочни СДИ меѓу земји со слично ниво на економска развиеност.

Диверзификација на портфолиото на инвестициски проекти. Оваа теорија претставува надополнување на претходната теорија преку вклучување на ризикот во инвестициското одлучување. Според неа, СДИ се сфаќаат како можност за диверзификација на ризикот во инвестициското одлучување во меѓународни рамки.

Оваа теорија, денес не наоѓа доволна емпириска поддршка меѓу емпириските истражувања.

Очекувањата за девизниот курс. Според оваа теорија, СДИ силно реагираат на очекуваните промени на девизниот курс. Како битна детерминанта на СДИ беа посочени очекувањата за движењето на девизниот курс (Aliber, 1971; Froot & Stain 1991; Caves 1998). Според Caves (1998), приливи на СДИ ќе има доколку се очекува депрецијација на девизниот курс во земјата и обратно.

Повеќето пазари во реалноста се монополистички или олигополски, па оттаму спорна е валидноста на теориите што се повикуваат на совршена конкуренција). Главниот мотив на мултинационалните фирми да го пренесат производството во странство, е токму постоењето на несовершена конкуренција на домашниот пазар (Hume, 1976).

Пропонентите на оваа теорија сметаат дека фирмите инвестираат во странство со цел да ги искористат своите:

- сопственички предности;
- локациски предности и/или;
- предностите од интернационализацијата.

Застапниците на теоријата на СДИ како резултат на сопственичките предности на мултинационалната компанија, сметаат дека странските директни инвестиции се резултат на нејзината моќна маркетиншка стратегија, поседување на напредни технологии, супериорен менаџмент и сл.

Во теоријата се прави важна дистинкција во однос на типот на транснационалните компании, кои се главните носители на СДИ, односно дали станува збор за хоризонтални или вертикални фирми. Вертикалните ТНК имаат географски фрагментирано производство по одделни фази. Фазите се разликуваат по интензитетот на факторите што ги користат ТНК. Најверојатно е да се појават во економиите со:

- ниски трговски трошоци;

- ниски трошоци за средно квалификувана и обучена работна сила;
- висококвалитетна физичка, образовна и правна инфраструктура;
- компаративни предности во однос на алтернативните локации.

Хоризонталните ТНК се оние што го прошируваат производството на друга географска локација (Markusen 1984, Horstmann and Markusen 1987, 1992, Markusen and Venables, 1998). ТНК ги произведуваат речиси истите стоки и услуги како и во нивната земја на потекло. Резултатот од нивната активност главно е насочен кон локалните пазари или регионалните пазари. Најверојатно е да се појават во економии со:

- големи локални/регионални пазари со висока куповна моќ;
- разумно високи трговски трошоци од земјата на потекло или трета земја/регион;
- претежно добар квалитет на работна сила;
- претежно добра физичка, образована и правна инфраструктура.

Во зависност од тоа кој вид сопственички предности преовладува како мотив за инвестирање во странство, се разликуваат неколку потесни пристапи:

- пристап базиран на пазарна моќ;
- пристап базиран на олигополска реакција;
- теорија на животен циклус на производот.

Пристапот базиран на пазарна моќ се однесува на фирми што дејствуваат во олигополска структура на домашниот пазар, каде што по правило, многу е тешко да се зголеми пазарното учество. Оттаму, единствениот начин да се зајакне пазарната моќ е да се прошири бизнисот на странските пазари. Причината зошто проширувањето на пазарите не оди преку извоз туку преку СДИ е во користа на фирмите од намалување на преговарачката моќ на синдикатите. Леху и Павелин (Leahy and Pavelin, 2004) сметаат дека компаниите одат кон меѓународна фрагментација на производството во потрага по пониски наемнини, со што успеваат значително да ја ослабат моќта на домашните синдикати.

Пристапот базиран на олигополската реакција го застапува Никербокер (Knickerbocker) (1973) кој смета дека однесувањето на ривалските ТНК е детерминирано од акциите на

водечката компанија и нејзината политика на СДИ. Неговите истражувања укажуваат дека колку е повисок степенот на концентрација во некоја индустриска гранка, толку е поголема веројатноста дека водечките фирми ќе отворат свои афилијации во странство. Тој смета дека постои определен праг, преку кој олигополистите веќе не се подготвени да ја интензивираат конкурентската борба, па тие се решаваат за меѓународна експанзија на бизнисот. Овој пристап често се среќава во литературата и како теорија на „следење на лидерот“ (Knickerbocker, 1976), според која одлуките на конкурентите зависат од акциите на најмоќниот олигополист. Како недостаток на теоријата се наведува отсуството на образложение зошто првата фирма се одлучува на инвестирање во странство.

Според теорија на животниот циклус на производот, одлуките на ТНК за тоа каде да го лоцираат своето производство, зависат од фазата на животниот циклус на производот (Vernon 1996). Според него, иновациите и производството на олигополот минуваат низ три фази – фаза на нов производ, фаза на зрел производ и фаза на стандардизиран производ.

Во првата фаза постои значителна неизвесност за судбината на производот, па фирмата се одлучува за присуство само на домашниот пазар. Во зрелата фаза постои голема побарувачка на домашниот пазар, но и потенцијал за раст на побарувачката на странските пазари. По заситувањето на домашниот пазар, ТНК се одлучуваат за извоз. Подоцна, кога посилно ќе се почувствуваат придобивките од економијата на обемот и специјализацијата во производствениот процес, фирмата се одлучува да инвестира во странство, главно во развиените земји каде што е поголемо нивото на доход и куповна моќ. Во фазата на стандардизиран производ, олигополската компанија-иноватор започнува да се соочува со конкурентски притисоци, односно со појавата на блиски супститути на нејзиниот пазар. Единствениот начин да издејствува натамошно снижување на трошоците е да се отворат афилијации во земјите во развој, кои би ги користела како платформа или база за извоз во развиените земји. Во меѓувреме, фирмата настојува да ги освои и овие пазари.

Оваа теорија нуди парцијално објаснување и главно се фокусира на мотивот за изнаоѓање на пазари (market – seeking FDI), како главна детерминанта на СДИ. Таа сè повеќе губи од својата релевантност, со оглед дека пропушта да објасни зошто

повеќето ТНК одеднаш отвораат мрежа на афилијации низ светот, преку кои истовремено ги промовираат новите производи. Втората причина за намалена актуелност на оваа теорија е дека се намалуваат разликите во технолошката развиеност и нивото на доход на земјите.

Теоријата на СДИ како резултат на локациските предности како клучни детерминанти на СДИ ги смета расположливоста и цената на факторите на производство (влезот/инпутите), можноста да се избегнат трговските (најчесто царинските) бариери, други фактори поврзани со владините политики и сл. Најчесто почувствуван фактор за СДИ се пониските трошоци за работна сила, пониските транспортни трошоци, можноста за полесно согледување на локалните потреби на купувачите, пониските даноци, подобрата инфраструктура, политичката и макроекономската стабилност на земјата и сл.

Според теоријата на СДИ како резултат на предностите од интернализацијата, директните инвестиции во странство се мотивирани од можноста фирмите да ги снижат трошоците преку интегрирање на деловните операции со снабдувачите (интеграција наназад) или дистрибутерите (интеграција нанапред) преку спојувања, приспојувања или гринфилд инвестиции. Интернализацијата е одлучувачки фактор за СДИ во некоја земја доколку нето-добивката од проширувањето на сопственоста преку националните граници ги надминува нето-трошоците од извозните аранжмани (Dunning, 1993). Всушност, вистинските мотиви е да се постигне зголемена ефикасност (efficiency – seeking FDI). Недостаток е дека оваа теорија сосема малку внимание им посветува на владините политики, бизнис климата и сл., фактори кои добиваат сè поголемо значење во меѓународната конкурентска борба за СДИ.

4.2. СДИ и економскиот развој

Релацијата помеѓу странските директни инвестиции (СДИ) и економскиот развој е предмет на долгогодишна интензивна дебата. Традиционалното сфаќање е дека СДИ позитивно влијаат врз економскиот раст преку зголемување на вкупниот износ на расположлив капитал за инвестиции. Современата литература сè повеќе го потенцира значењето на СДИ како механизам за трансфер на современи меѓународни технологии. Транснационалните компании се меѓу фирмите со најнапредна технологија во светот, при што нивниот влез во една земја овозможува постепено преземање на тие технологии и користење од страна на домашните фирми.

Иако сè уште не може да се констатира дека постои консензус за реализацијата (правецот на влијание) меѓу СДИ и економскиот раст, постои обемна емпириска литература која констатира дека СДИ се катализатор на економскиот развој. Преку СДИ земјата го обезбедува неопходниот капитал, технологија, експертиза и нови менаџерски способности, како и пристап до меѓународните пазари за извозните производи. Теориите на ендеген раст обезбедуваат општо прифатлива концепциска рамка за анализирање на економското влијание на СДИ. Преку технолошкиот трансфер, СДИ можат да помогнат да се намали „јазот на знаење“ помеѓу богатите и сиромашните земји.

Тоа се постигнува преку неколку канали: имитација, конкуренција, бизнис врски и тренинг:

- Каналот „имитација“ се базира врз гледиштето дека домашните фирми можат да ја зголемат продуктивноста преку имитирање на понапредните технологии и менаџерски практики на странските фирми (ова е поизразено доколку е поголем технолошкиот јаз). СДИ не само што го намалуваат трошокот на домашните фирми за адаптација на посовремени технологии и практики, туку и овозможуваат да се прошири нивниот спектар.
- Вториот канал „конкуренција“ подразбира дека влезот на странски фирми ја зголемува конкуренцијата на домашниот пазар, што ги мотивира домашните фирми за

зголемени напори во делот на унапредување на технолошката основа и продуктивноста на работењето.

- Третата релација се реализира преку бизнис врските на странските со домашните компании, од кои набавуваат суровини, репро материјали и сл. Таа релација во одредени случаи може да се надополни со техничка помош и тренинг за домашните фирми.
- Конечно, трансферот на нова технологија подразбира и тренинг на домашната работна сила за користење на таа технологија. Оваа практика може да поттикне зголемен интерес и кај другите домашни фирми за инвестирање во тренинг на сопствените работници. Доколку некој вработен од компанија со странски капитал се префрли на работа во домашна фирма, по таа основа доаѓа до пренос на знаење и експертиза.

4.3. Емпириски истражувања за влијанието на СДИ врз економскиот развој

Поголема е веројатноста дека во странското директно инвестирање ќе се впуштат компании што имаат глобален и непречен пристап до капиталот; што котираат на престижни пазари на капитал, ги следат и применуваат меѓународните стандарди за сметководство; компании што се потпираат на советот на некоја меѓународна банкарска институција, компании со повисок кредитен рејтинг, компании што низ преговори со Владата на матичната земја може да издејствуваат пониско оданочување или субвенции и сл.

Придонесот на СДИ за економскиот раст оди преку дифузија на знаења кон (или „ефект на заразување“) домашните фирми со понапредна технологија и подобри менаџерски практики. Не секогаш СДИ имаат позитивен ефект врз националната благосостојба. Според нив, потенцијалните користи од влезот на странски инвеститори (spillover effects) можат да се почувствуваат само доколку локалните фирми (ривалски или супконтракторски) имаат капацитет и мотивација да инвестираат во апсорбирање на странските технологии и искуства.

Емпириските истражувања за транзициските економии покажуваат дека странските инвеститори редовно ги одбирале фирмите со висока продуктивност, односно го собирале кремот на домашните фирми (cream – skimming FDI).

Емпириската евиденција за ефектите од СДИ врз економскиот раст покажува главно позитивна корелација. Блумстром (Blomstrom) разгледувајќи го примерот на 78 земји во развој, доаѓа до констатација дека технолошкиот прогрес и преносот на знаење се механизмите преку кои СДИ го стимулираат економскиот развој.

Истовремено, постои солидна евиденција дека интензитетот на влијание на странските инвестиции врз економскиот развој, во основа, зависи од неколку специфични карактеристики на земјата-домаќин, па според тоа, стимулативната улога на СДИ врз економскиот развој не важи за сите земји и во сите ситуации. На пример, реализацијата на позитивното влијание на СДИ бара отвореност на земјата кон меѓународната трговија. Ова ја потврдува констатацијата дека влијанието на СДИ врз развојот е поизразено кај земјите ориентирани кон извоз отколку кај земјите што го базираат развојот врз политиките на супституцијата на увозот.

Карактеристиките на земјата-примател на инвестициите се нагласени и во многу влијателното истражување во кое се тврди дека СДИ се значаен механизам за технолошки прогрес само доколку човечкиот капитал во земјата има достигнато одреден праг на квалитет. Анализирањето на природата на релацијата помеѓу СДИ и економскиот развој на примерок од 24 земји во развој, утврди дека постои позитивна (ко)релација во насока од СДИ кон економскиот развој.

Се разбира, емпириската литература не е без спротивставени мислења. Неколку истражувачи се скептични во однос на позитивното влијание на СДИ врз економскиот раст. Нивните истражувања, исто така, покажуваат дека преголемата зависност од СДИ може да биде штетна за развојот на земјата, посебно доколку постојат високи осцилации во износот на СДИ. Според тоа, властите во земјите во развој не можат да се потпираат на претпоставката дека секој вид и секое ниво на СДИ има позитивно влијание и треба да биде поттикнувано по секоја цена.

Сепак, мнозинството на емпириските истражувања ја потврдуваат позитивната улога на СДИ врз економскиот раст и развој, што е и констатација на меѓународните финансиски институции како ММФ и Светска банка. Консеквентно, владите на земјите во развој одамна ја имаат прифатено максимата дека СДИ не се само позитивни туку и неопходни за остварување на динамичен економски раст. Тоа ја објаснува острата конкуренција меѓу овие земји во привлекувањето на СДИ.

4.4. Движењето на СДИ – прилив и одлив

Постојаниот процес на интеграција на светската економија, кој датира од почетокот на деведесеттите години на минатиот век, придонесе значителни промени во однесувањето на земјите кон привлекувањето на странски директни инвестиции. СДИ повеќе не се гледаат преку призма на сомнежи од страна на земјите во развој, односно контролата и рестриктивните политики се заменети со политики на привлекување и охрабрување на влезот на странските директни инвестиции. Покрај ова се создадоа и екстензивни мрежи на билатерални и регионални инвестициски договори кои ги штитат и промовираат СДИ што доаѓаат од земјите-партнери. Во голема мера, овие договори, било билатерални било регионални, содржат елиминирање на мерките и рестрикциите кон влез на странските компании и вклучуваат позитивни стандарди на третман со цел отстранување на дискриминацијата кон странските компании.

До неодамна постоеше консензус во литературата дека ТНК инвестираат во одредени локации, главно поради основните економски принципи, односно големината на пазарот, стабилната макроекономска ситуација итн.¹⁴⁵. Меѓутоа, зголемената интеграција на светските пазари и зголемената конкуренција меѓу земјите за привлекување на СДИ, доведе до тоа основните економски принципи да не се доволни за привлекување на СДИ. Оттаму, важно е да се проучи кои се детерминантите што влијаат врз процесот на привлекување на СДИ.

Бривер (Brewer) анализира различни видови владини политики кои директно и индиректно влијаат на СДИ преку нивните ефекти на пазарните недостатоци. Притоа

¹⁴⁵Dunning J. H. (1993) *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Wokingham, England: Addison – Wesley

Globerman, S. and D. Shaouri (1999) *The Impact of Government Policies on Foreign Direct Investment: The Canadian Experience*, *Journal of International Business Studies*, Vol.30.

тој тврди дека истите владини политики можат да го зголемат и/или намалат пазарните недостатоци, а со тоа и да го намалат и/или да го зголемат влезот на СДИ¹⁴⁶. Одредени студии ги оценуваат како позитивни ефектите преку стимулации за инвестирање, а како негативни, ефектите спроведување на поставените барања од страна на владата на земјата-домаќин при влез на СДИ¹⁴⁷. Според УНКТАД, стимулациите може да влијаат на привлекувањето на СДИ само до одредени граници, особено кога се зема предвид видот на стимулација и видот на проект¹⁴⁸. Некои студии потврдуваат дека фискалните стимулации имаат влијание врз одлуката за локација, особено кај СДИ ориентирани кон извоз, и покрај другите стимулации што се во втор план¹⁴⁹.

Меѓутоа, некои студии посочуваат дека менувањето на политиките има слабо влијание на влезот на СДИ¹⁵⁰. Исто така, од страна на одредени автори се потврдува дека влијанието на стимулациите, општо земено, е неефективно, особено кога се има предвид улогата на основните детерминанти на СДИ¹⁵¹. Овие погледи ги поддржуваат и други научни дејци кои потврдуваат дека и покрај тоа што стимулациите се корисни за привлекување на одредени видови СДИ, кога тие ќе се аплицираат на пошироко ниво во економијата не ги даваат посакуваните резултати¹⁵². Понатаму, најчесто се дискутира дали стимулациите за СДИ се праведни за земјата-домаќин од причина што се врши трансфер на ресурси од земјата-домаќин на странската компанија¹⁵³.

Како подгрупа на овие истражувања беше направена анализа на влијанието на отвореноста на трговијата и регионалните договори над влезот на СДИ, преку која се утврди дека се работи за важни детерминанти. Истражувањата утврдија дека

¹⁴⁶Brewer, T. (1993) Government Policies, Market Imperfection and Foreign Direct Investment, *Journal of International Business Studies*, 24, 1 First Quarter

¹⁴⁷Grubert, H. and John M. (1991) Taxes, tariffs and Transfer Pricing in Multinational Corporate Decision Making, *Review of Economics and Statistics*

¹⁴⁸UNCTAD (1996) Incentives and Foreign Direct Investment. *Current Studies, Series A, No 30*. New York and Geneva: United Nation

¹⁴⁹Devereux, M. and Griffith J.(1998), Taxes and Location of Production: Evidence from a Panel of U.S. Multinationals, *Journal of Public Economics*, 68

¹⁵⁰Contractor, F. (1991) Government Policies toward Foreign Investment: An Empirical Investigation of the Link between National policies and Foreign Direct investment Flows. Paper Prepared for Annual Meeting of the Academy of International Business, Miami, Florida

¹⁵¹Caves, R.E (1996) *Multinational enterprise and Economic Analysis*, Second EDITION, Cambridge: Cambridge University Press. Villela L. and Barreix (2002) Taxation and Investment promotion, Background Note for Global Economic Prospects 2003, Washington: Inter American Development Bank

¹⁵²Hoekman, B. and Saggi, K. (2000) Assessing the Case for Extending WTO Disciplines on Investment Related Policies, *World Bank Working Paper*, Washington D.C.

¹⁵³Bloomstorm, M. and Kokko, A.(2002) The Economics of Foreign Direct Investment Incentives, Working Paper 9489, NBER Working Paper Series

договорите за слободна трговија ЦАФТА и НАФТА го зголемија флукутирањето на СДИ, односно приливот и одливот на СДИ¹⁵⁴. Ефектите од регионалните трговски договори може да се поделат на две димензии, односно на индиректни ефекти над СДИ преку либерализација на трговијата и директни ефекти преку промените на инвестициските правила поврзани со регионалните трговски договори¹⁵⁵. Според овие истражувања, намалувањето на тарифите внатре во регионот ќе придонесе за проширување на пазарот и зголемување на СДИ, додека со намалување на тарифите кон надвор, може да предизвика намалување на приливот на СДИ во регионот ако СДИ имаат за цел да ги прескокнат тарифите.

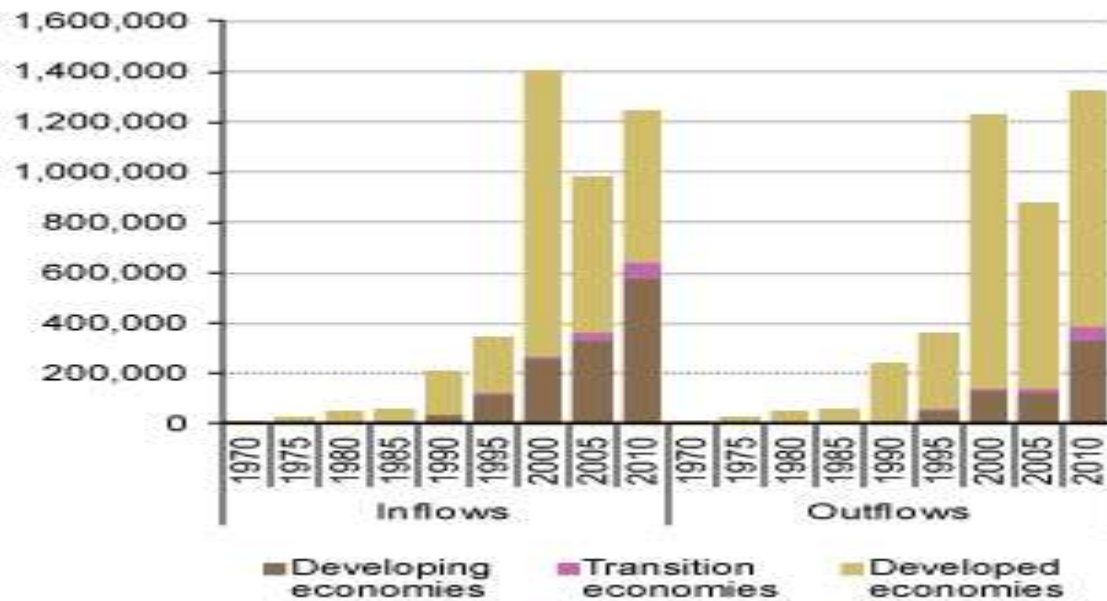
Финансиската глобализација во последните неколку декади се развиваше со многу побрзо темпо за разлика од трговската глобализација. Додека развиените економии продолжија со меѓусебната финансиска интеграција, во исто време сè повеќе земји во развој се либерализираа или делумно го отворија својот финансиски систем. Уште во раните деведесетти на минатиот век, движењето на приватниот капитал допре до земјите во развој преку два различни брана. Кризата во доцните деведесетти години, на пазарите во развој и глобалната криза во 2008–2009 година, ги отсликаа клучните движења во спротивен правец. Надвор од кризата, монетарната политика и бизнис опкружувањето во развиените земји ја овозможија другата движечка сила за глобалното движење на капиталот инволвирајќи го светот во развој.

Додека сè повеќе и повеќе земји во развој се развија во проминентни дестинации за прилив на капитал, особено по 2000 година, многу од нив, исто така, искусија пораст на одлевање на капитал.

¹⁵⁴Globerman, S. and Shaouri, D. (1999) The Impact of Government Policies on Foreign Direct Investment: The Canadian Experience, *Journal of International Business Studies*, Vol.30

¹⁵⁵Bloomstorm, M. and Kokko, A. (1997) Regional Integration and Foreign Direct Investment A Conceptual Framework and Three Cases, policy research working paper 1750, The World Bank, International Economics Department, International Trade Division

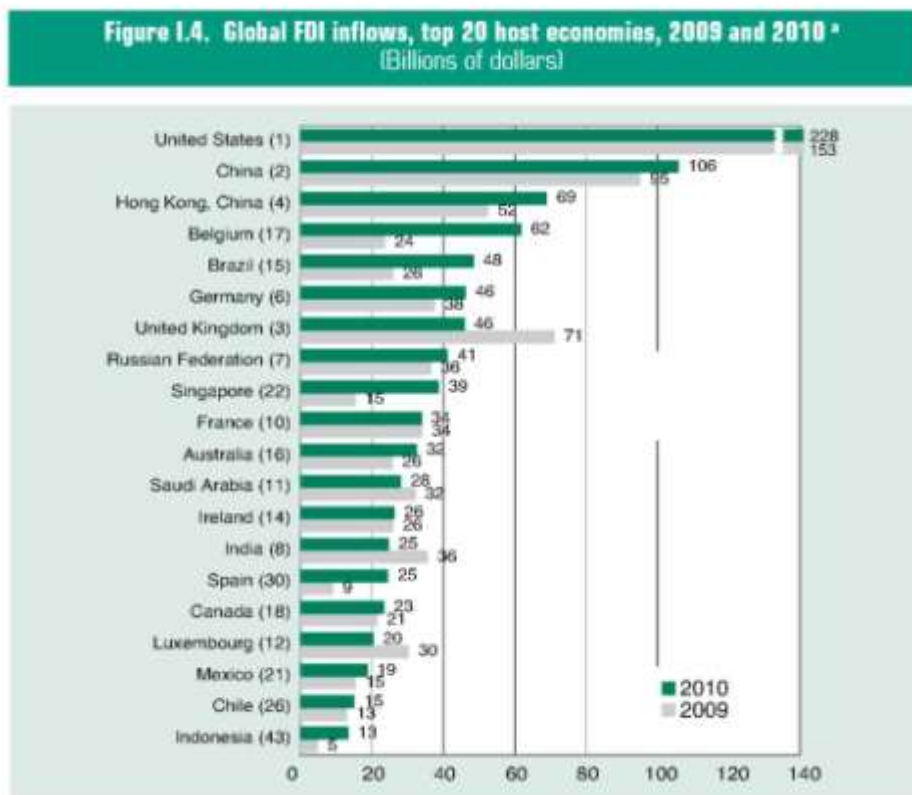
Графикон бр. 1: Прилив и одлив на капитал од 1970 до 2010 година



Извор: UNCTADStat

СДИ на глобално ниво во 2010 година достигна околу 1,244 милијарди долари, што претставува мал пораст во споредба со 2009 година кога изнесуваа 1,185 милијарди долари. Исто така, во 2010 година забележуваме намален прилив на СДИ во развиените земји. Поради брзото здравување на економиите во развој и транзициските економии од финансиската криза, се случи за прв пат да привлечат повеќе од 50% од вкупните СДИ во светот. Движењето на СДИ во земјите во развој пораснаа за 12% односно 574 милијарди долари во 2010 година, благодарение на нивното брзо економско здравување и силната домашна побарувачка. Вредноста на прекуграничните спојувања во економиите во развој се дуплираше, поради атрактивноста во проценките на компаниите, големите профити и здравите економски фундаменти, како и растот на пазарите. Следејќи го движењето на меѓународното производство од развиените земји кон земјите во развој и економиите во транзиција, во тој правец и транснационалните компании зголемено инвестираат во тие земји, сè со цел да ги намалат трошоците и да останат конкурентни во глобалните производни мрежи. Ваквиот тренд е рефлекс на промената во меѓународното консумирање на стоки и услуги.

Графикон бр.2: Глобален прилив на СДИ во топ 20 економии 2009/2010 г.



Извор: UNCTAD, based on annex table I.1 and the FDI/TNC database (www.unctad.org/fdistatistics). ^a Ranked on the basis of the magnitude of 2010 FDI inflows.

Статистичкиот податок кој се однесува на прилив на СДИ по земји, го отсликува начинот на движење на СДИ. Исто така, можеме да забележиме дека од првите 20 економии, половина од нив се земјите во развој и транзициските економии.

Промената кон земјите во развој и економиите во транзиција во вкупниот прилив на СДИ, исто така се рефлектира на промените во рангирањето на земјите од страна на *Inward Performance Index* на УНКТАД, кој мери колку е приливот на СДИ во однос на големината на економијата на земјата според БДП.

Зголемувањето на СДИ во земјите во развој крие значајни регионални разлики. Во некои од најсиромашните региони продолжува да се забележува намален влез на СДИ. Така на пример, во неразвиените земји, земјите без излез на море, малите островски земји и земјите од Африка и Јужна Азија, се забележува намален влез на СДИ, за

разлика од земјите во Источна Азија и Јужна Америка каде што е забележан силен прилив на СДИ.

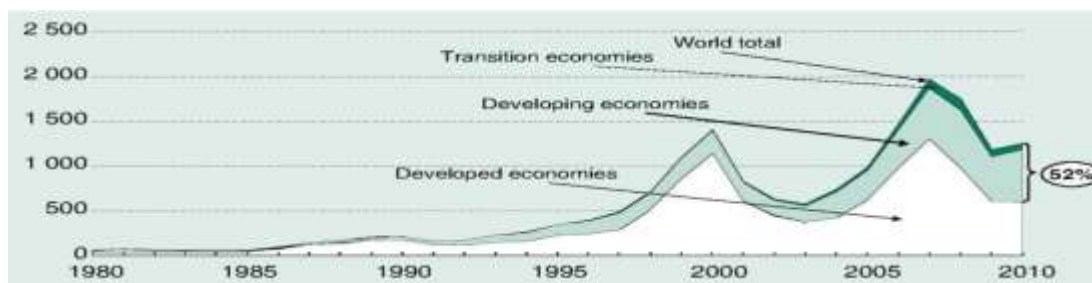
Приливот на СДИ во Јужна, Источна и Југоисточна Азија се зголеми на доста забележително ниво од 24% во 2010 година, достигнувајќи 300 милијарди долари. Порастот е особено забележан во Југоисточна и Источна Азија. Слично на ова, економскиот раст, предизвикан од домашната и меѓународна побарувачка, добрите макроекономски фундаменти и високите цени на стоките, ги придвижија СДИ за влез во Јужна Америка и Карибите со 159 милијарди долари. Прекуграничните спојувања на компаниите во регионот пораснаа до 29 милијарди долари во 2010 година по негативните резултати во 2009 година. Бразил беше најголема земја по прилив на СДИ¹⁵⁶.

Приливот на СДИ во Африка по 2008 година (кога беше забележан највисок прилив) се намали за скоро една четвртина во 2009 година. Во 2010 година дополнително е забележан пад од 8% во однос на 2009 година¹⁵⁷.

Приливот на СДИ во Западна Азија се намали за 58 милијарди долари како последица на економската криза во економиите од регионот. Исто така, забележано е зголемено трошење од страна на владите во земјите богати со нафтени резерви, што придонесе за заживување на економијата, но условите за бизнис останаа крехки во одредени земји.

Во економиите во транзиција на Југоисточна Европа и во Заедница на независни држави (ЗНД) беше забележано мало намалување од 5% на приливот на СДИ во 2010 година, односно тие изнесуваа 68 милијарди долари, за разлика од 2009 година, кога беше забележан пад на инвестициите за 41%. Приливот на СДИ во Југоисточна Европа продолжи да опаѓа поради намалените инвестиции од земјите на ЕУ кои претставуваат

Графикон бр.3: Прилив на СДИ во милијарди долари



Извор: UNCTAD, based on annex table I.1 and the FDI/TNC database (www.unctad.org/fdistatistics).

¹⁵⁶ Global Investment Trends – UNCTAD World Investment Report 2011

¹⁵⁷ Ibid.

доминантен извор на инвестиции во овој регион. Регионот на ЗНД забележа мал раст во приливот на инвестиции, (околу 1%) кој се должеше на повисоките цени на стоките и брзото закрепнување на економијата, како и берзанските пазари.

Приливот на СДИ во развиените земји се намали само за 1% и достигна 602 милијарди долари. Во Европа приливот на СДИ беше доста намален, што е резултат на економската неизвесност условена од криза. За разлика од Италија и Велика Британија, кои беа доста погодени од кризата, некои од поголемите економии во регионот имаа само мало намалување во приливот на СДИ, како на пример Франција или забележано е зголемување на приливот на СДИ во Германија. Намалување на приливот на СДИ беше забележани и во Јапонија, каде што се појавија бројни дезинвестиции. Зголемување на приливот на СДИ за околу 50% е забележано во САД, а тоа се должи на економското заздравување и реинвестирањето на добивките што ги остварија странските филијали.

4.5. Модули за влез на СДИ

Економската теорија имплицира дека СДИ може да генерираат позитивни промени кај домашните компании. Транснационалните корпорации претставуваат извор на меѓународен капитал и технологија, нивниот влез ќе обезбеди трансфер на технолошко и бизнис знаење кое ќе придонесе зголемување на производството и конкуренцијата помеѓу локалните компании. Овие ефекти од промените се развиени преку демонстрирање на знаење и негово распространување или преку креирање на линкови за поврзување на домашните со странските компании во вид на добавувачи или купувачи или преку трансфер на искусни работници од странските во домашните компании. Влезот на ТНК може да придонесе за зголемување на конкуренцијата, но во исто време и да ги натера домашните компании да воведат промени во работењето.

Домашните компании ја чувствуваат придобивката од влезот на СДИ преку можноста за зголемување на извозот и нивна меѓународната интеграција. ТНК имаат создадено глобални или регионални производствени бази каде што домашните компании (претежно мали и средни претпријатија) можат да учествуваат како добавувачи за одредени делови или услуги. Глобалните или регионалните производни мрежи

значително се зголемија во секторите како што се: автомобилската индустрија, разни машини, електроника и облека.

Постојат два вида класификација на технолошки промени од страна на СДИ спрема домашните компании, а тоа се: хоризонтални (во индустријата) и вертикални (надвор од индустријата). Хоризонталните промени се однесуваат на ефектите од присуството на ТНК во ист сектор како домашните компании, додека вертикалните промени од СДИ се појавуваат како резултат на интеракција помеѓу домашните и странските компании кои не се во иста индустрија. Ова може да придонесе за подобрување на трговските врски помеѓу домашните и странските компании, односно ТНК може да претставува извор на сировини или полупроизводи за домашните компании или креатор на контакти помеѓу домашните и странските компании.

Вредноста на проектите на СДИ во делот на производство се зголеми за 23% во 2010 година, споредено со 2009 година, достигнувајќи вредност од 554 милијарди долари. Финансиската криза погоди низа производствени индустрии, но шокот произлезе дека е благороден за секторот од причина што повеќето компании мораа да се реструктурираат, односно да воведат попродуктивни и попрофитабилни активности придружени од ефектите на СДИ. На пример, во САД, според податоците на Бирото за статистика на работна сила во 2011 година, може да се забележи дека СДИ во индустриското производство пораснаа за 62% во 2010 година, притоа придружувани од значителен раст во продуктивноста¹⁵⁸.

Во индустриското производство, сензитивните индустрии како металургијата и производите од метали, електротехниката и електронската опрема, дрвната индустрија и дрвните производи беа значително погодени од кризата, во делот на продажба и профит. Како резултат на тоа, се намалија инвестициите во овие индустрии, а воедно и нивото на побарувачка на производите, особено во развиените земји.

¹⁵⁸ <http://www.fedstats.gov> (последно пристапено 20.04.2012 г.)

Табела бр.7:Секторска дистрибуција на проекти на СДИ 2005–2011

(Билиони долари и проценти)

Година	Вредност			Дел/процент		
	Примарно	Фабрики	Услуги	Примарно	Фабрики	Услуги
Просек 2005– 2007	130	670	820	9	41	50
2008	230	980	1 130	10	42	48
2009	170	510	630	13	39	48
2010	140	620	490	11	50	39
2011	200	660	570	14	46	40

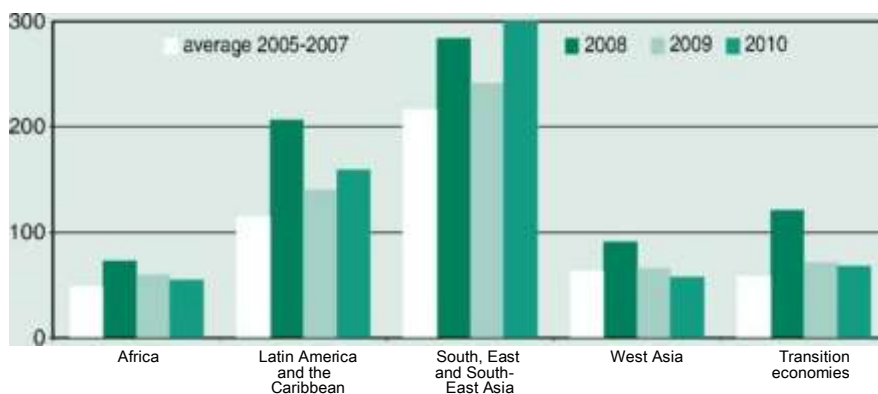
Извор: UNCTAD estimates based on cross-border M&A database for M&As, and information from the Financial Times Ltd, fDi Markets (www.fDimarkets.com) for greenfield projects.

Дел од индустриското производство, како што е хемиската, вклучително и фармацевтската индустрија, полесно беа зафатени од кризата, додека другите индустрии како што се: храна, пијалаци, тутунската, текстилната и автомобилската заздравува во 2010 година. На пример, фармацевтската индустрија остана атрактивна за СДИ, благодарение на динамиката на финалниот пазар – особено во економиите во подем. Ова се потпира и на фактот од неопходност за поставување на вакво производство и демографската старост на повеќето развиени земји. Можностите за бизнис зделки постојат од значителниот раст на бројот на научници и фармацевтски компании во економиите во подем, како што се Кина и Индија.

Во прехранбената и во тутунската индустрија и пијалациите, заздравувањето беше поттикнато од основната побарувачка за основни производи, особено во земјите во развој. Кај повеќето транснационални компании во овие индустрии беа забележани зголемени профити во 2010 година, а воедно беа реализирани и бројни аквизиции. Во случајот на текстилната индустрија заздравувањето се случи од причина на зголеменото трошење на потрошувачите особено во економиите во подем. СДИ во примарниот сектор се намалија во 2010 година од причина што имаше зголемена побарувачка на сурови материјали и извори на енергија, а на тоа свое влијание имаа и високите цени на производите. Проектите на СДИ (вклучувајќи ги спојувањата на фирмите и гринфилд инвестициите) достигнаа 254 милијарди долари во 2010 година, подигнувајќи го делот на примарниот сектор од 14% кој беше во преткризниот период,

на 22%. Компаниите што работат во делот на природни ресурси, особено од земјите во развој и економиите во транзиција, направија големи аквизиции во примарниот сектор.

Графикон бр.4: СДИ влез во земјите во развој и економиите во транзиција, по регион во периодот 2005-2007 и во периодот 2008 - 2010 (Милијарди долари)



Извор: UNCTAD, FDI/TNC database (www.unctad.org/fdistatistics).

На пример, купувањето на *Ренсол* (Бразил) од страна на кинеската група *Синопек* за 7 милијарди долари, како и купувањето на *Карабобо* во Венецуела од страна на група инвеститори од Индија за 4,8 милијарди долари¹⁵⁹.

Вредноста на проектите на СДИ во сервисниот сектор продолжи да опаѓа во 2010 година, споредено со нивото на активности во 2009 години и пред кризниот период. Сите главни сервисни индустрии (бизнис сервис, финансии, транспорт и комуникации и комуналии) опаднаа, но со различна брзина. Бизнис сервисите опаднаа 8% споредено со преткризниот период, од причина што во транснационалните компании порасна делот на бизнис поддршка од надворешни добавувачи, со цел да се намалат внатрешните трошоци со насочување на не толку важните активности на бизнис на надворешните партнери. Исто така, транспортот и комуникациите беа погодени во 2010 година, затоа што реструктурирањето во оваа индустриска гранка заврши во преткризниот период, особено во развиените земји.

Што се однесува до СДИ во финансиската индустрија, односно во епицентарот на кризата, беше забележан страшен пад и не се очекуваат големи промени, т.е. се предвидува бавно опоравување на среден рок. Во минатата декада, експанзијата беше инструментална во интеграцијата на економиите во подем во глобалниот финансиски систем и донесе значајни придобивки за финансиските системи во земјите во делот на

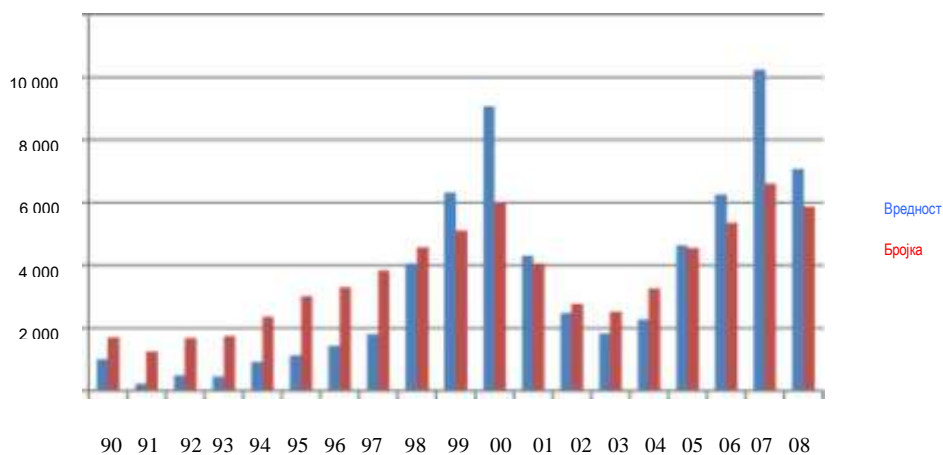
¹⁵⁹“Global Investment Trends” – UNCTAD World Investment Report 2011

ефикасност и одржливост. Но исто така и креираше „балон“ на неодржливи кредити кој мораше да пукне. Во периодот по корекциите на „балонот“, прашањата поврзани со менаџментот на ризик во земјата и процените на условите во финансискиот систем на земјата одиграа главна улога во надворешната експанзија.

4.6 Компоненти на движењето на СДИ

ТНК претставуваат движечка сила во глобалниот развој. Тие не растат само во своите корпоративни мрежи туку и преку оформувањето на нови претставништва во домашните економии и преку купување на претставништва со помош на спојување и аквизицијаво странство. Постојат различни трендови помеѓу двата главни модела на влез на СДИ – спојување или купување на фирми и гринфилд инвестиции. Следејќи ја вредноста на спојувањата во изминатите две декади, јасно се отсликува интензитетот на корпоративната глобализација.

Графикон бр.5: Број и вредност на спојувања на глобално ниво 1990-2008 г.



Извор: UNCTAD, M&A database.

По бавниот раст во првите седум години (гледано од 1990 година), трансакциите во периодот 1997–2000 година се зголемија за три и пол пати. Во овој период главна движечка сила на СДИ биле спојувањата. Од 2002 до 2004 година повторно се забележува пад, односно враќање на нивото од 1997 година поради кризата позната како *dot-ком* (dot-com). По овој период повторно е забележан раст за повеќе од четири пати во 2007 година, што претставува и рекордна година.

Вредноста на договорите за спојување или купување на фирми пораснаа за 36% во 2010 година и достигнаа вредност од 339 милијарди долари, но сепак ова претставува само 1/3 од највисокото ниво што беше забележано во 2007 година. Високите цени на акциите ја зголемија куповната моќ на инвеститорите да инвестираат надвор, како што пораснаа вредностите на корпоративниот капитал, така се покачи нивото на моќ кај инвеститорите за спојување или купување на компании и нивно плаќање преку акции. Во исто време, имаме реструктурирање на индустрискиот и корпоративниот сектор што создаваше можности за нови аквизиции, особено за богатите со кеш транснационални компании, вклучувајќи ги и тие од економиите во подем. Од друга страна, гринфилд инвестициите, како друг модел на СДИ, забележа пад во 2010 година. Различните трендови помеѓу спојувањето или купувањето на фирми и гринфилд инвестициите не се воопшто изненадувачки од причина што до одреден степен компаниите се стремат преку двата модела да влезат на одреден пазар. Како и да било, целокупната вредност на проектот на гринфилд инвестициите е доста повисока од таа на моделот на спојување или купување на компании во пост кризниот период.

Табела бр.8: Регистрирани гринфилд проекти на светско ниво 2003–2010 г.

	Број на проекти	Вредност во САД мил.долари
2003	9454	761863
2004	10232	708649
2005	10560	709747
2006	12275	884048
2007	12242	940083
2008	16418	1461732
2009	14184	951699
2010	14141	807619
Total	99506	7225440

Извор: fDi Markets.

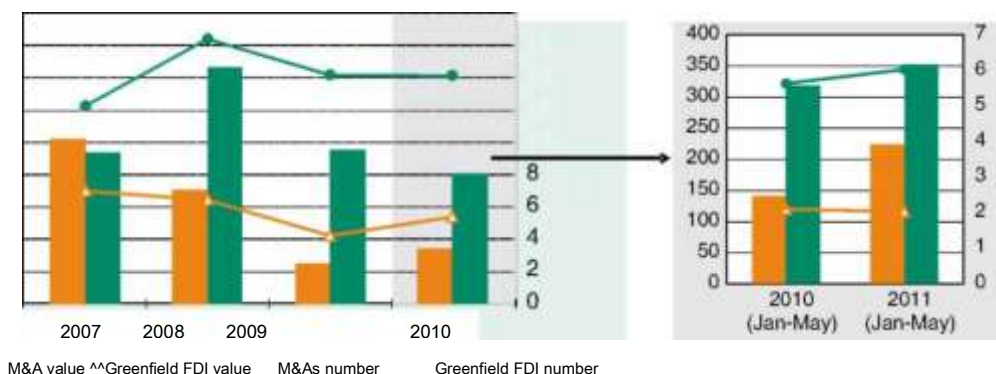
Земјите во развој и економиите во транзиција се стремат кон привлекување на гринфилд инвестиции. Повеќе од 2/3 од вкупната вредност на гринфилд инвестиции е насочена во овие економии, додека само 25% од спојувањето или купувањето на компании се случува во нив. Во исто време, инвеститорите од овие економии стануваат важни играчи во спојувањето или купувањето на компании, а претходно доминантни беа играчите од развиените економии¹⁶⁰.

Во првите пет месеци на 2011 година, двата модела на СДИ -гринфилд инвестициите и спојувањето или купувањето на компании, забележаа значителен раст во вредноста, односно спојувањето или купувањето на компании се зголеми за 58% во однос на истиот период во 2010 година¹⁶¹.

¹⁶⁰ Ibid.

¹⁶¹ Global Investment Trends – UNCTAD World Investment Report 2011

Графикон бр.6: Вредност и број наспјување или купување на компании и гринфилд инвестиции 2007-мај



Извор: UNCTAD, based on UNCTAD cross-border M&A database and information from the *Financial Times* Ltd, fDi Markets (www.fDimarkets.com).

4.7. СДИ по компоненти

Стагнираното глобално движење во 2010 година беше придружено од различните трендови во компонентите на влезните СДИ. Подобрената економска ситуација во многу делови на светот и зголемените профити на странските претставништва, ги зголемија нивните реинвестирани заработки двојно во однос на нивото во 2009 година. Ова рефлектираше генерално зголемување во профитите на глобално ниво. Профитите беа значително зголемени на фирмите во САД, Јапонија, како и во Кина и Јужна Кореја.

Сепак, сите заработки не се реинвестирани во производни капацитети. Дел од нив може да се ставени на страна и се чуваат за подобри времиња за инвестиции, а дел се користат за финансирање на одредени активности, вклучувајќи ги и тие од шпекулативна природа. Околу 40% од добивката на СДИ беше задржана како реинвестирана заработувачка во домашните земји во 2010 година¹⁶².

Зголемувањето во реинвестираната добивка беше компензирано со падот на движењето на капиталот, кое беше намалено поради намалените спојувања или купувања на компании. Континуираното депримирано ниво на капитални инвестиции беше клучен фактор за позиционирањето на движењето на СДИ на релативно ниско ниво. Ова претставува извор на загриженост, бидејќи како една од компонентите на СДИ, капиталните инвестиции споредени со реинвестираната заработка и внатрешно

Графикон бр.7: СДИ заработка 2005-2010^а



Извор: UNCTAD.

^аСе однесува на 104 земји кои зафаќаат 81 % од вкупните СДИ влез во периодот 2005-2010.

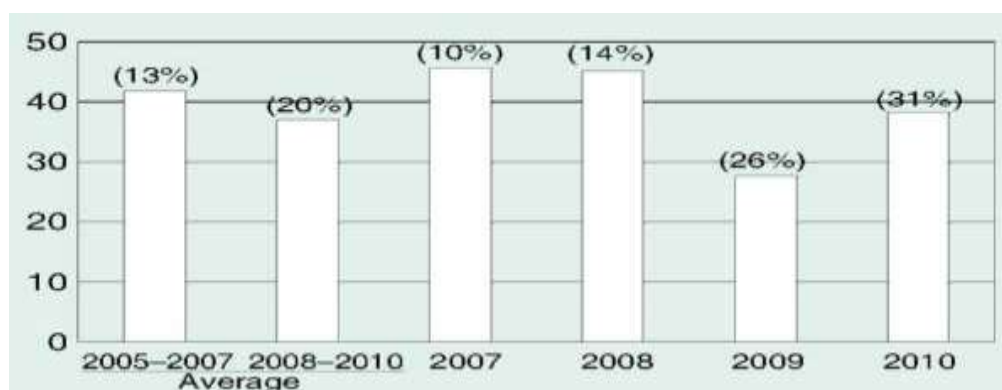
компаниските кредити е најдиректно поврзана со долгорочните меѓународни инвестициски стратегии на транснационалните компании. Исто така, внатрешно компаниските кредити се намалија од причина што мајката компанија ги повлече или ги наплати кредитите од нејзините ќерки-компани, особено во развиените економии сè со цел да ја зацврсти нејзината билансна состојба. Ова особено се случуваше во европските транснационални компании кои беа загрижени од должничката криза што се ширеше низ еврозоната, значително го намалија кредитирањето на нивните ќерки-компани во Велика Британија и САД.

Поаѓајќи од фактот дека странските филијали поседуваат значителни вредности од задржаните добивки на нивните билансни состојби, доколку не се вратени во мајката фирма, реинвестираната заработка продолжува да игра важна улога во одредување на степенот на инвестициско движење.

4.8. СДИ од специјални фондови

Во 2010 година, вредноста на приватните фондови во делот на спојување или купување на компании порасна за 14%, односно 122 милијарди долари споредено со 107 милијарди долари во 2009 година по две години последователен пад. Во исто време, беше постигнат рекорд на склучени договори за спојување или купување на компании, кој достигна бројка од 2050 склучени договори. Факторот што стои зад зголемувањето на СДИ од страна на приватни фондови, главно се однесува на стабилизирањето на макроекономските услови. Исто така, инвеститорите беа заинтересирани за заработка во средината во која имаше пад на каматните стапки. Позитивните трендови беа поддржани од активностите на приватните капитални фондови во економиите во подем. Дури 31% СДИ од страна на приватните капитални фондови, односно 38 милијарди долари беа насочени кон земјите во развој и економиите во транзиција во 2010 година, во однос на 26% во 2009 година. Ова зголемување се должи на зголемените интереси на приватните компании во земјите во развој за спојување на бизнисот со други компании, од што ќе произлезат подобри можности за бизнис.

Графикон бр.8: Купување или спојување на компании од страна на приватни капитални фондови во земјите во развој и економиите во транзиција 2005-2010
(милијарди долари и проценти)



Извор: UNCTAD, cross-border M&A database (www.unctad.org/fdistatistics)

Иако во 2010 година е забележано покачување во делот на инвестирањето од страна на приватните капитални фондови, нивната вредност сèуште е 70% под достигнатото највисоко ниво во 2007 година. Придонесот на приватните капитални фондови во целокупната вредност на СДИ, постојано е во опаѓање, односно од вкупниот удел во спојување или купување на компании на глобално ниво во 2009 година изнесуваше 19% за во 2010 година да изнесува 17%¹⁶³.

Во сè побенигната глобална економска ситуација се очекува зголемување на прибирањето фондови и инвестиции во 2011 година, како и позитивниот изглед за СДИ од страна на приватните капитални фондови. Се проценува дека приватните инвеститори поседуваа скоро трилион долари неинвестиран капитал на почетокот од 2010 година, вклучувајќи ги резервите за идно користење, кои може да резултираат во волуменот на спојување или купување на компании во 2011 година.

Табела бр.9: Спојување или купување на компании од страна на приватни капитални фондови, 1996 мај, 2011
(Број на договори и вредност)

Година	Број на договори		Вредност	
	Број	Дел од вкупно(%)	\$ милијарди	Дел од вкупно(%)
1996	932	16	42	16
1997	925	14	54	15
1998	1 089	14	79	11
1999	1 285	14	89	10
2000	1 340	13	92	7
2001	1 248	15	88	12
2002	1 248	19	85	18
2003	1 488	22	109	27
2004	1 622	22	157	28
2005	1 736	20	207	22
2006	1 698	18	271	24
2007	1 917	18	457	27
2008	1 785	18	322	25
2009	1 993	25	107	19
2010	2 050	22	122	17
2011	591	17	91	20

Извор: UNCTAD, cross-border M&A database (www.unctad.org/fdistatistics).

¹⁶³Ibid.

На страна на понуда, постојат повеќе можности што се креирани од страна на два фактора. Првиот фактор е компаниите што се во сопственост на приватните капитални фондови стануваат мета на други приватни фирми. А тоа произлегува затоа што второто купување може да се заврши многу побрзо отколку во првичните каде што треба да се запази постапката на јавно надавање. И како втора причина е тоа што купувањето по втор пат носи помал ризик. Во оваа област приватните компании не обрнуваа многу внимание во минатото иако постои голема можност да се пронајдат доста атрактивни фирми.

Меѓутоа, приватните капитални фондови продолжуваат да се соочуваат со регулации како одговор на глобалната финансиска криза, делумно и определбата на Г-20 да ги контролираат сите значителни играчи на финансиските пазари со соодветна регулација и ревизија. На пример, ЕУ со Директивата за алтернативни инвестициски фонд менаџери и САД со Реформитена Волстрит и Законот за заштита на потрошувачи особено ќе придонесе во директното и индиректното влијание на операциите од страна на приватните капитални фондови и нивните можности за прибирање на фондови, а вклучително и нивното учество во СДИ.

4.9. Суверени инвестициски фондови (СИФ)

Суверените инвестициски фондови се инвестициски фондови за посебна намена или припреми кои се поседувани од страна на владите¹⁶⁴. На крајот на 2009 година, идентификувани се повеќе од 80 СИФ со проценета вредност од 5,9 трилиони долари¹⁶⁵. Во 2010 година околу 20 влади, претежно од економиите во подем, размислуваа или одлучија да етаблираат СИФ.

Фондовите што инвестираа во државни хартии од вредност, во поголем дел не беа зафатени од глобалната финансиска криза, додека СИФ, кои имаа инвестиции - капитал во акции, се соочија со драматично намалување на вредноста на нивните инвестиции. Кон крајот на 2009 година, со заздравувањето на светскиот берзански пазар, скоро сите СИФ ги компензираат своите загуби во 2008 година.

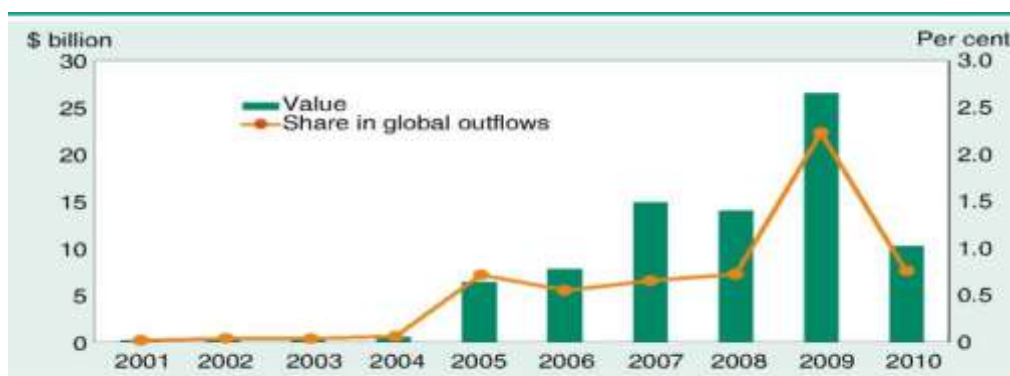
¹⁶⁴International Working Group of Sovereign Wealth Funds: "Generally Accepted Principles and Practices, the Santiago Principles", 8 October 2008

¹⁶⁵Truman, E. M.(2011), *Sovereign Wealth Funds, Threat or Solution?*, Peterson Institute for International Economics, Washington DC

Во 2010 година, позитивниот изглед за повеќето СИФ на поседувани фирми, беше поткрепено од целосното здравување на пазарот на акции. Меѓутоа, вкупно вредноста на СДИ од СИФ изнесуваше 10 милијарди долари во 2010 година, што е намалување во однос на 2009 година, кога изнесуваше 26,5 милијарди долари. Најголемите инвестиции од страна на СИФ беа инвестициите во инфраструктурата, транспортот, природните ресурси и комуналии во Австралија, Канада, В. Британија и САД.

Графикон бр. 9: Спојување или купување на компании од страна на СИФ, 2001–2010 година

(милиони долари и проценти)



Source: UNCTAD, cross-border M&A database (www.unctad.org/fdistatistics).

Падот на СДИ, спонзорирани одсуверените инвестициски фондови во 2010 година, е загрижувачка девијација на трендот на СИФ кој започна во 2005 година, а се стремеше кон повеќе активен директен инвеститор. Постојат две причини за ова. Првата причина е тоа што во 2010 година СДИ од СИФ на Блискиот Исток (пр. Обединетите Емирати) беа скоро тотално отсутни. Азиските и канадските СИФ беа главните инвеститори во 2010 година. Втората причина е тоа што СИФ покажаа слаб апетит за инвестиции во 2010 година поради високата неизвесна глобално-финансиска средина од претходните години. Поради неизвесноста во 2010 година, СИФ алоцираше една третина од своите СДИ во акции или вбризување на капитал во приватните инвестициски фондови или други фондови, а не инвестираше во акции што ги нудеше индустријата .

Иако расходите на СДИ се намалија, фундаменталните движења за појаки активности на СДИ спонзорирани од СИФ, останаа интензивни. Позитивните цени на артиклите во

2010 година особено креираа позитивна средина за СИФ, вклучително и за оние што беа активно инволвирани во СДИ во претходните години. Странскиот капитал на Катарскиот инвестициски фонд (*Qatar Investment Authority*) – активен стратешки инвеститор, беше проценет на раст од 65 милијарди долари во 2009 година, на 90 милијарди долари во 2010 година и 120 милијарди долари за 2011 година¹⁶⁶. Исто така, беше најавено дека Кинеската инвестициска корпорација (*China Investment Corporation*) – етаблирана во 2007 година, со мандат за диверзификација на кинеските надворешни холдинг компании, активен инвеститор во енергетскиот сектор, природните ресурси и инфраструктурата, доби 100 до 200 милијарди долари нови фондови во 2010 година¹⁶⁷.

Табела бр. 10: Селектирани поголеми зделки на СДИ од СФИ во 2010 година

Вредност (милиони долари)	Компанија која купува	Нација која купува	Целна компанија	Целна нација	Индустија на компанијата која купува
3 090	Canada Pension Plan Investment Board	Канада	Intoll Group	Австралија	Финансии
2 227 1 581	Qatar Holding LLC China Investment Corp	Катар Кина	Harrods AES Corp	В. Британија САД	Препродажба Електрична енергија, гас и вода
881	Canada Pension Plan Investment Board	Канада	407 ETR Concession Co	Канада	Транспорт, комуникација и логистика
800	China Investment Corp	Кина	Penn West Energy Trust	Канада	Рудници и петрол
576	Ontario Teachers Pension Plan	Канада	Camelot Group PLC	В. Британија	Заедница, социјални и персонални услуги
400	Temasek Holdings(Pte)Ltd	Сингапур	Odebrecht Oleo &Gas SA	Бразил	Рудници и петрол
259	Caisse de Depot &Placement du Quebec	Канада	HDF(UK)Holdings Ltd	В. Британија	Финансии
194	GIC Real Estate Pte Ltd	Сингапур	Salta Properties- Industrial Property Portfolio	Австралија	Бизнис-услуги
100	Temasek Holdings(Pte)Ltd	Сингапур	Platmin Ltd	Јужна Африка	Рудници и петрол
91	Canada Pension Plan Investment Board	Канада	Vornado Realty Trust	САД	Бизнис-услуги
43	Oman Investment Fund	Оман	Petrovietnam Insurance Joint Stock Corp	Виетнам	Финансии

Извор: UNCTAD, cross-border M&A database (www.unctad.org/fdistatistics)

¹⁶⁶Institute for International Finance(2010), “GCC Regional Overview”, 29 October

¹⁶⁷Financial Times (2011), “CIC set for up to \$200bn in fresh funds”, 25 April

Некои СФИ забележаа високи профит во 2010 година, поддржувајќи ја политиката на одлуки за проактивен спонзор на СДИ. Големите можности што ги нудат СФИ за купување на атрактивен капитал, заедно со подобрениот капацитет за менаџирање на фондовите, ќе резултира со тоа што СФИ ќе станат позабележителен извор на СДИ.

5. ВРСКАТА НА ВЛАДАТА СО ТНК

Во претходниот дел ги наведовме карактеристиките на транснационалните компании (ТНК) и државите како посебни актери во креирањето на глобалната економија. Меѓутоа, сèуште не ги опишавме односите помеѓу транснационалните компании и државите. Во овој дел ќе се задржиме на објаснување на генералните карактеристики на односите помеѓу транснационалните компании и државите.

Постојат различни погледи на главните причинители за наводно губење на суверенитетот на државите и нарушување на противтежата од раст на ТНК. Како најопшт пример е споредбата на големината на ТНК со националните држави. Типични аргументи се следниве:

- Од 100-те најголеми економии во светот, 51 е корпорација, само 49 се држави (се однесува на споредба на корпоративна продажба и БДП на државата). Според ова, *Џенерал моторс* (General Motors) сега е поголема од Данска или *Ројал Дојч Шел* (Royal Dutch/Shell) е поголема од Пакистан
- Продажбата во 1999 година на секоја од топ пет корпорациите (General Motors, Wal-Mart, Exxon Mobil, Ford Motor и DaimlerChrysler) е поголема од БДП на 182 држави.

Овие споредби се доста зачудувачки. Меѓутоа, прашањето е дали се потполни. Одговорот на ова е дека и покрај тоа што нивната вредност е полемична, споредбите не се потполни и целосни. Тие се површни и грешни, но сепак предизвикуваат внимание на насловните страници. Воедно, статистиките не го покриваат делот на квалитативни разлики помеѓу државата и транснационалните компании. Во овој контекст, БДП е мерка за додадена вредност, а не за остварена продажба.

Релациите помеѓу ТНК и државите се всушност многу покомплексни и поамбициозни отколку што популарните погледи ќе ни овозможат да веруваме: „Можеби најкорисно е да се гледа на односите помеѓу транснационалните компании и владите низ призмата на соработка и конкурентност или меѓусебно поддржување и конфликт. Тие

дејствуваат во целосно материјални односи, затворени во обединети но контрадикторни правила и позиции, така што никој од нив потполно не може да доминира¹⁶⁸.

Цитираниот дел ја опфаќа сржта на замрсените односи помеѓу ТНК и државата – таа содржи елементи на ривалство и соработка. Од друга страна, нема сомневање дека фундаменталните цели на државата и ТНК се разликуваат во важни аспекти. Основна цел на бизнис заедницата е максимизирање на профитот и вредноста на акционерскиот капитал, додека основна економска цел на државата е максимизирање на материјалното богатство на општеството. Во табелата број 11 се наведеи некои од димензиите на спротивни цели на ТНК и државите.

Табела бр.11: Некои спротивни цели на ТНК и државите

	Цели на ТНК	Државни цели
Перформанси	Максимизирање на профитот и вредноста на акционерскиот капитал, минимизирање на трошоците.	Максимизирање на БДП, максимизирање на квантитетот и квалитетот на можностите за вработување.
Технологија	Отворање R&D на локации кои се оптимални за фирмата како целина, добивање на влез за сите неопходни технологии .	Стимулира развој на технологија со локално потекло.
Високопоредени функции	Го лоцира седиштето на компанијата и високопоредените функции со цел оптимално да се вклопат во активностите на компанијата.	Ги одржува локалните седишта и ги привлекува и задржува главните дејности на ТНК.
Реакции	Ја задржува флексибилноста за пренос на капиталот на оптимален начин, ја задржува флексибилноста и модифицирањето на географската конфигурација на компанијата и производствената мрежа со цел да се вклопат во променливата средина, ја задржува флексибилноста да користат работна сила колку што им е потребно.	Ја задржуваат силата да добијат соодветна добивка и фер поврат од локалните дејности на ТНК преку политиките на даноци, спечување на затворање или намалување на дејностите на ТНК, развој на флексибилна, високо обучена и високо платена работна сила.

Извор: Hood, N. and Young, S, (2000) Globalization, corporate strategies, and business services

¹⁶⁸Gordon, D.M. (1988), "The global economy: new edifice or crumbling foundation?", New Left Review 168 p. 24-64

Од друга страна, иако нивните односи можеби се конфликтни во одредени услови, државите и компаниите имаат потреба едни од други. Јасно е дека државата има потреба од компании за да генерира материјално добро и да овозможи работни места за своите граѓани. Тие може да преферираат овие компании да бидат приврзани кон домашниот пазар, меѓутоа оваа позиција не е опција за капиталистичката пазарна економија. Впрочем, многу транснационални компании се продолжена рака на својата држава во делот на надворешна политика. На пример, како надолнување на сигурна контрола над клучните природни ресурси, американските политички лидери веруваат дека националниот интерес, исто така, служи за надворешна експанзија на корпорациите на САД во делот на индустрија и услуги. СДИ биле разгледувани како најбитен инструмент преку кој САД ќе можат да ја одржуваат својата релативна позиција на светскиот пазар, и на надворешната експанзија на мултинационалните компании се гледа како на одржување на доминантната светска економска позиција на САД¹⁶⁹.

Обратно, транснационалните компании имаат потреба државата да им овозможи основна инфраструктура за нивното континуирано постоење, односно физичка инфраструктура (патишта, телекомуникации, енергетика итн.), правна заштита на приватната своина, како и институционален механизам кој ќе овозможи континуирано создавање на образована работна сила. Воедно, ТНК бараат и чувствуваат потреба домашната влада да им овозможи дипломатска заштита на странските пазари.

Државите, на некој начин, претставуваат збир на бизниспрактики и култури во кои се вградени фирмите, а воедно претставуваат регулатор на активностите на бизнисот. Тие креираат дисконтинуиран тек на економските активности кои се екстремно значајни за начинот на кој ТНК ги вршат своите дејности. Особено, државите имаат можност да детерминираат два фактора кои се од фундаментално значење за ТНК:

- условите под кои ТНК може да обезбедат влез на пазарите или ресурсите;

¹⁶⁹Gilpin, R. (1987), "The political Economy of International Relations", *Princeton University Press, Princeton, NJ*
Lynn, B.C. (2005), *End of Line: The Rise and Coming Fall of the Global Corporation*, Doubleday, New York

- правила на работење кон кои ТНК треба да се приспособат кога работат на одредена национална територија.

Во исто време, фактот дека ТНК не само што ги опфаќаат националните граници, туку ги вклопуваат деловите на националните економии во своите организациски граници што создава потенцијални проблеми за државите. Природата и магнитудата на проблемот варира константно во однос на стратегиите употребувани од страна на ТНК. Најважен е размерот до кој ТНК ги користат глобално интегрираните стратегии во кои правилата и функциите на индивидуални одделенија се однесуваат на целокупната глобална стратегија¹⁷⁰. Географската сегментација и фрагментацијата на транснационалните производни мрежи станаа многу вообичаени. Државите се загрижени за автономноста и стабилноста на експозитурите на ТНК, кои се лоцирани на нивната национална територија, но постои и загриженост од губењето на приходите од даноците во услови кога ТНК имаат потенцијал и можности за дислокација на своите операции надвор од одредената држава.

На почетокот, очигледно е дека ТНК ќе побараат отстранување на сите регулаторни бариери што се однесуваат на ограничување и отежнување на нивните операции. Вакви бариери се: влез на националниот пазар, дали преку увоз или директно присуство; слобода на изнесување на капиталот или профитот надвор од земјата на работење; слобода на увоз на материјали, делови или корпоративни услуги; слобода да работат непопречено на пазарите на работна сила. Несомнено, ТНК ќе бараат начини да го надминат, заобиколат или подмитат постоењето на различен степен на регулаторни структури во глобалната економија.

Меѓутоа, во практика не е толку едноставно сето ова. ТНК може да гледаат на постоењето на регулаторни структури како на можности, создавајќи им предност со регулаторните разлики помеѓу државите преку преместување на активности помеѓу локациите според разликите во регулациската површина¹⁷¹. Еден аспект на ова е можноста ТНК да стимулираат конкурентско наддавање за нивните мобилни

¹⁷⁰Doz, Y. (1986a), "Government policies and global industries" In M.E. Porter (ed), "Competition in Global Industries. Boston", *Harvard Business School. Chapter 7.*

¹⁷¹Leyshon, A. (1992) "The transformation of regulatory order: regulating the global economy and environment" *Geoforum*, 23 p.249-267

инвестиции преку играње со една или друга држава кои меѓусебно се натпреваруваат за добијат или да задржат одредени активности на ТНК.

5.1. Процеси на преговори помеѓу државата и ТНК

Јасно е дека релациите помеѓу државата и ТНК се неверојатно комплексни. Всушност, овие односи ротираат околу нивната релативна моќ на преговори до степен до кој секоја од страните ќе ги спроведува своите преферирани стратегии. Ситуацијата е особено комплексна кога ТНК користат стратегија на транснационална интеграција и географска фрагментација на своите активности во која индивидуалните одделенија во одредена земја претставуваат само дел од целокупната работа на компанијата. Во вакви случаи владите на државите имаат бројни загрижувачки моменти:

- затоа што интегрираните ТНК може да ги прераспределат своите активности во други земји поради разликите во трошоци;
- затоа што интегрираните ТНК ги користат своите активности за сидање на т.н. трансферирани цени за да ги намалат или избегнат даноците;
- затоа што интегрираните ТНК ги извршуваат клучните операции надвор од домашната земја, а ги задржуваат само активностите што бараат ниска образовна сила и поедноставна технологија во домашните земји;
- затоа што националните одлучувачки центри веќе не ги вршат своите активности со интегрираната ТНК, со што е отежнато преговарањето помеѓу Владата и локалната филијала.

Всушност, степенот на слобода на движење на ТНК во и надвор од одредени територии е голем, па оттаму присутен е и потенцијалот за ваква локална мобилност. Ова го прави процесот на преговарање помеѓу државата и ТНК доста комплициран и доста варијабилен од еден до друг случај.

Од друга страна, колку повеќе можности има домашната економија да изнајде алтернативи толку поголеми се шансите да ги намали барањата на ТНК. Поголемата конкуренција помеѓу транснационалните компании за одредена инвестициска можност создава поголеми можности за домашната економија да ги намали барањата од страна на ТНК. Домашната економија има интерес да креира добра инвестициска клима која ќе биде проследена од политичка стабилност, уставни гаранции против експропријација итн., со што би се придонело ТНК да прифатат влез на пазарот со помала добивка¹⁷².

5.1.1. Релативна преговарачка сила на ТНК и државите

Генерално, ТНК посакуваат да ја достигнат максимална флексибилност во однос на локацијата, а со тоа да добијат предност од географските разлики и можности, квалитет и трошоци на производство во опслужувањето на постоечките и новите пазари. Идејата е да се оствари оваа цел без да се судрат со државните регулаторни мерки. Од друга страна државите се стремат да привлечат колку што е можно повеќе вредност креирана од страна на производството на нејзината територија. Во овој случај, примарна цел на државата е да се обиде да ги вгради активностите на ТНК колку што е можно поцврсто во националната економија.

Еден начин на размислување за овој специфичен процес е содржината на вградување, која толкува два вида: активно вградување и облигаторно вградување¹⁷³. Активно вградување е тоа каде што ТНК бараат да го локализираат и инкорпорираат капиталот, како нивен избор во своите активности. Локализираниот капитал е широко достапен на различни географски локации, од што произлегува дека изборот се однесува примарно на ТНК. Меѓутоа во случај кога капиталот е контролиран од страна на државата, вообичаено е државата да има повисок степен на моќ при преговарањето за условите за негово користење од страна на ТНК. Во вакви случаи најчесто се користи начинот на облигаторно вградување. Тоа значи дека ТНК се принудени да се приспособат на државните критериуми сè со цел да им се овозможи влез и достапност за користење до

¹⁷²Nixon, F. (1988), "The political economy of bargaining with transnational corporations: some preliminary observations", *Manchester Papers in Development*, IV p.377-90

¹⁷³Lui, W. and Dicken, P. (2006), "Transnational corporations and "obligated embeddedness": foreign direct investment in China's automobile industry", *Environment and Planning A* 38 p.1229-1247

посакуваниот капитал или имот. Облигаторното вградување се случува кога два критериума се исполнети. Првиот е да се поседува капитал штоим е неопходен на ТНК (природни ресурси, човечки ресурси, големина на пазарот) и потребата од влез со цел да ги постигнат своите бизнисцели. Вториот е искористувањето на ресурсите е контролирано од страна на државата на територија на која ресурсот е лоциран и државата мора да поседува моќ за да ја применува таа контрола.

Степенот до кој државата чувствува потреба да понуди стимулации за привлекување на СДИ или задржување на постоечките инвестиции или чувствува потреба да воведи одредени услови за влез и работење, зависи од нејзината преговарачка моќ во одредени ситуации. Обратно на ова е степенот до кој ТНК се во можност да ги користат стимулациите или да работат како што посакуваат, што ќе зависи од нивната преговарачка моќ. Исходот ќе зависи од бројни фактори¹⁷⁴.

Од една страна е цената што треба да ја плати државата во функција на:

- бројот на странски компании што се натпреваруваат за инвестициската можност;
- официјални мерки на уникатност за странска контрибуција;
- посакуван степен на домашна потреба од контрибуција.

Од друга страна, условите што ТНК ќе ги прифатат се функции од:

- потреба на компанијата за нови инвестиции;
- атрактивност на специфичната инвестициска можност понудена од страна на државата и споредена со други слични можности во други држави;
- степенот на претходен ангажман во земјата, односно изградената позиција на пазарот.

¹⁷⁴Gabriel, P. (1966), "The investment in the LDC: asset with a fixed maturity" *Columbia Journal of World Business* 1 p.113-120

Релативната преговарачка моќ на ТНК и државата е функција од три поврзани елементи:

- релативната побарувачка на двата учесника за ресурсите кој другиот ги контролира;
- ограничувањето на учесниците кое ќе влијае врз моќта на преговарање за постигнување на контрола врз крајниот исход;
- преговарачки статус на учесниците.

Генерално, државите се предмет на поширока принуда отколку ТНК, од причина што ТНК поседуваат потенцијал на флексибилност во промена на нивните активности на други алтернативни локации. Исто така, степенот до кој ТНК ќе ја спроведе глобалната интегрирана стратегија е условена од однесувањето на државите. Кога компаниите имаат потреба од влез на одредена локација каде што државата има моќ, тогаш просторот за преговори е ограничен и може да ги принуди ТНК на одредени отстапки. Всушност, колку ресурсот е повеќе баран (дали од ТНК или од државата), толку поголема е релативноста на преговарачката моќ на контролираниот капитал на тој ресурс и обратно.

На пример, државите кои претставуваат големи и богати пазари имаат зголемена моќ на преговарање во однос на ТНК кои користат пазарна стратегија, во споредба со државите кои имаат домашен мал пазар – Кина е очигледен пример. Тоа е ситуација во која домашната земја има можност да ги претстави своите барања во однос на работењето на ТНК на нејзиниот пазар. Воедно, земјата-домаќин има доволно моќ да го убеди инвеститорот да етаблира функции на високо ниво како што се центрите за истражување и развој (R&D). Од друга страна, природата на домашниот пазар може да не биде во разгледувањето на ТНК за интегрирана производна стратегија. Во случај кога ТНК бараат влез на пазари со евтина работна сила тогаш има широк избор и преговарачката моќ на државата е лимитирана. Во целина, евтината работна сила не е ресурс во недостиг на глобално ниво.

Од друга страна, државите поседуваат моќ да го ограничат до одреден степен или дури да го исфрлат интегрираното производство на ТНК и нивните трговски мрежи со помош на зголемени регулации и рестрикции на влезот на странски инвестиции на

домашниот пазар¹⁷⁵. Во екстремни ситуации и двете страни можат да воведат процес на санкции една кон друга. Ултимативната санкција на ТНК е да не инвестира во одредена локација или да ги повлече досегашните инвестиции, додека државата како ултимативна санкција може да исклучи одредена странска инвестиција или да ги присвои досегашните инвестиции.

Проблемот е во тоа што целиот тој процес е исклучително динамичен. Во повеќето студии насочени кон преговарачкиот процес ТНК – држава, се таканаречени „застарени преговори“ во кои еднаш инвестираното, фиксниот капитал постанува заложник и извор на преговарачка моќ. Високиот ризик поврзан со истражувањето и развојот се намалува кога производството ќе започне. Технологијата со текот на времето созрева и станува достапна на отворениот пазар. Низ развојот и трансферот на СДИ, домашната земја има придобивки од видот на нови технологии и менаџерски вештини кои ја редуцираат вредноста на тоа што е поседувано од страна на странци¹⁷⁶.

Во овој поглед, по направената почетна инвестиција, балансот на преговарачка моќ од ТНК се префрла на државата. Меѓутоа, ова може да се рефлектира врз индустријата која се базира на природни ресурси и многу помалку над индустријата каде што постојано имаме технолошки промени или каде што глобалната интеграција на одредени дејствувања е општо позната. Во вакви услови преговарањето бавно застарува и релативната моќ на ТНК дури може и да се зголеми со тек на времето¹⁷⁷.

Постојат неколку студии на тема преговарачки процес ТНК – држава. Учесниците ги наведуваат нив како многу сензитивни или дури и понижувачки. Редок пример е студијата на Сејдлер (Seidler) која се однесува на влезот на гигантот *Форд* на шпанскиот пазар во раните седумдесетти на минатиот век¹⁷⁸. Овој случај демонстрира колку е моќна големата транснационална компанија во делот на убедување на домашната земја за измени на нејзината постоечка регулатива. Шпанскиот автомобилски пазар во почетокот на седумдесеттите беше силно заштитен. Тарифите за увоз биле значително високи (81% на автомобили и 30% на делови), а дополнителен

¹⁷⁵Doz, Y.(1986b), *Strategic Management in Multinational Companies, Pergamon, Oxford*

¹⁷⁶Kobrin, S.J. (1987), "Testing the bargaining hypothesis in the manufacturing sector in developing countries", *International Organization*, 41 p.609-638

¹⁷⁷Ibid.

¹⁷⁸Seidler, E. (1976), *Let's Call it Fiesta, Stephens, London*

услов бил автомобилите што се произведуваат во Шпанија да бидат склопени со 95% делови од локален карактер. Воедно, како услов било поставено странска компанија да не поседува повеќе од 50% од компанијата која дејствува во Шпанија. Целта на *Форд* беше не само да произведува и да го опслужува локалниот пазар туку и да креира извозна платформа за целиот европски пазар. Во однос на ова *Форд* побара од шпанската влада најниски тарифи на увоз на делови и минимален степен на учество на локални компоненти во производството со цел нивно обезбедување преку транснационалната мрежа. Исто така, *Форд* побара комплетно сопственичко право на своите филијали. Од друга страна, шпанската влада беше особено заинтересирана за градење на своја автомобилска индустрија, а посебно за зголемување на извозот.

По две години на преговарање на највисоко политичко ниво, произлезе како рефлексија, новата дипломатија на глобалната економија во која претседателите на ТНК разговараат директно со претседателите на државите. Постигнатиот договор презентираше колку е моќна позицијата на *Форд*. Фактот дека сите европски држави го посакуваа *Форд*, на нивната територија дополнително ја зголеми неговата преговарачка моќ. Од друга страна, *Форд* ја посочуваше Шпанија како витална локација за неговите идни дејства на европскиот пазар. Во потпишаниот договор сите барања на *Форд* беа содржани и исполнети. За него тарифите на увоз на делови беа намалени од 30% на 5%, локалните компоненти во финалниот производ беа намалени од 95% на 50% со услов две третини да се извезува, а ова му одговараше на компанијата и доби право на 100% сопственост на своите филијали. Сепак, придобивката не беше еднонасочна. За возврат, Шпанија доби масовна поддршка во делот на автомобилска индустрија која беше привлечена за влез на други ТНК, вклучително и *Џенерал Моторс*. Како резултат на ова Шпанија стана еден од светските лидери во производство на автомобили.

Меѓутоа, државите не се секогаш слаби како што често се проценуваат. Пример за ова е Кина и нејзината политика кон автомобилските компании. Најголемиот и најбрзорастечкиот светски пазар натера многу автомобилски компании да се обидат да влезат во Кина. Кинеската влада има комплетна контрола за влез, а воедно усвои политика на ограничен влез на странски компании. Оттука имаме многу несекојдневна ситуација. Во повеќето случаи државите се натпреваруваат помеѓу себе за привлекување на што подобра инвестиција, меѓутоа во случајот на Кина и нејзината уникатна преговарачка моќ овозможува ТНК да се натпреваруваат меѓу себе за влез.

Се разбира, Кина е посебен случај. Меѓутоа и некои од земјите во развој имаат атрактивни производствени капацитети или локациски предности за кои ТНК се натпреваруваат меѓу себе.

Особено е важно да не се подлегне на стапицата на проценка дека предноста во преговарачкиот процес е секогаш кај ТНК и дека државата е во послаба позиција. Исто така, не би требало да се перципира дека преговарачката моќ на државата останува непроменлива. Економиите во транзиција во Источна Европа го илустрираат ова доста јасно. Како високо централизирани, државно контролирани економии пред 1989 година, тие беа во можност да ги постават правилата по кои ТНК ќе може да влезе и да дејствува во нивните економии. Со политичката либерализација по 1989 година, доведе до реструктурирање кон неолибералното уредување и воведување на пазарно ориентиран економски политики. Ова особено ја намали преговарачката моќ на државите во однос на ТНК. Западните ТНК уживаа во погодните услови за влез во Источна Европа повеќе отколку во другите региони за време на почетните фази на СДИ. Малите по големина, економски слаби и географски ранливи источноевропски држави ги поттикнаа локалните политичари да им понудат на странските инвеститори даночни ослободувања и репатријација на профитот. Глобалната стратегија на либерализам ги намали националните бариери за СДИ и го интензивира натпреварувањето за СДИ меѓу земјите давајќи им можност на западните компании да добијат олеснувања на локално ниво и други концесии од посткомунистичките влади¹⁷⁹.

Меѓутоа со зголемената политичка интеграција на источноевропските држави во ЕУ, со посебни регулации за концесии и стимуланти за ТНК, овозможи тие држави да повратат дел од својата преговарачка моќ. Случајот на *Форд* во Унгарија е типичен за ова. Драматичните случувања во 1989 година го спречија планот на компанијата да се користи *Форд Унгарија* како инструмент за балансирање на трговијата, од причина што Унгарија постојано се реформираше и ги воведуваше западните норми за трговија што придонесе да ги спречи обидите на *Форд* да ги користи концесиите од посткомунистичките влади¹⁸⁰. Сепак, ова беше можно поради тоа што ЕУ ја одигра

¹⁷⁹Bartlett, D. and Seleny, A. (1998), "The political enforcement of liberalism: bargaining, institutions, and auto multinationals in Hungary", *International Studies Quarterly* 42 p.319-338

¹⁸⁰Ibid.

улогата на силна држава. Оставени на себе, пост комунистичките земји во Источна Европа би биле релативно немоќни да преговараат со моќните ТНК. Интензитет на конкуренција помеѓу државите за мобилни инвестиции во Европа е екстремно висок. Исто така, сèуште постојат бројни локации што нудат подобности за потенцијалните инвеститори, а оттаму овозможуваат и значително да ја задржат својата моќ на преговарање.

6. МЕЃУНАРОДНИ ДОГОВОРИ И МЕЃУНАРОДНИ ПРАВИЛА НА ИГРА

СДИ играат важна улога во просперитетот и развојот на многу земји, особено на помалку развиените земји. Без механизам за заштита на инвестициите, инвеститорите не се подготвени да ризикуваат и да ги донесат своите ресурси во странска земја со турбулентно законодавство и политика. За да се адресираат вакви загрижувачки моменти, развиени се неколку механизми со цел да се намали неизвесноста во врска со инвестирањето во овие земји со помош на осигурување и обезбедување на странските инвеститори. Правото на директна арбитража помеѓу државата и инвеститорот е моментално еден од најважните примери за вакви механизми. Понатаму, меѓународните договори за инвестиции што се склучуваат помеѓу државите се со цел да се адресираат прашања релевантни за прекугранични инвестиции, особено за заштита, промоција и либерализација на инвестиции. Исто така, меѓународните договори кои се есенцијални за одржувањето на економски раст, се договорите за заштита на интелектуалната сопственост. Постојат две причини за заштита на интелектуалната сопственост со закон:

- првата е да се даде статутарно изразување на моралот и економските права на креаторите и нивните креации и права на јавноста за влез или користење на тие креации;
- втората е да се промовира како намерен акт на владина политика, креативноста, раширеноста и апликативноста на нејзините резултати, како и да овозможи фер трговија што ќе придонесе за економски и социјален развој.

Договорот за трговско против законско фалсификување АКТА (Anti-Counter feiting Trade Agreement - АСТА) говори дека е потребно ефективно спроведување на правата за интелектуална сопственост бидејќи тие се круцијални за обезбедување на одржлив економски раст во сите индустрии на глобално ниво.

Исто така, соработката во делот на истражување и развој е доста важен сегмент за постигнување на економски раст. Фирмите зголемено се потпираат на надворешни

актери во нивниот иновациски процес. Интеракцијата со овие актери може да биде формална (преку договори за соработка) или неформална (надворешните актери се само извор на информации).

6.1. Меѓународни договори за инвестиции

Меѓународниот договор за инвестиции е договор меѓу државите во кои се адресираат предмети релевантни за прекугранични инвестиции, особено со цел да се заштитат, промовираат и либерализираат ваквите инвестиции. Повеќето меѓународни договори за инвестиции ги опфаќаат СДИ и портфолио инвестициите. Државите што склучуваат вакви договори се обврзуваат да создадат одредени стандарди за третман на СДИ во рамките на нивната територија. Во договорите се содржани и мерки за разрешување на спорни ситуации доколку обврзаните страни не ги почитуваат своите обврски. Најчести видови договори се: билатералните инвестициски договори и преференцијалните трговски и инвестициски договори. Меѓународните договори за даноци и договорите за избегнување на двојно оданочување се исто така дел од меѓународните договори за инвестиции од причина што даноците играат важна улога во делот на привлекување на СДИ.

Билатералните инвестициски договори се однесуваат примарно со прифаќање, третман и заштита на СДИ. Особено тие ги покриваат инвестициите од компаниите или индивидуите на една држава на територијата од договорниот партнер. Преференцијалните трговски и инвестициски договори се договори меѓу државите за соработка во делот на економијата и трговијата. Особено тие покриваат бројни предмети кои се веќе потпишани на билатерално или регионално ниво. Со цел да се класифицираат како меѓународни договори за инвестиции покрај другата содржина треба да содржат специфични прописи за СДИ. Меѓународните договори за даноци примарно се однесуваат со предметот на двојно оданочување во меѓународните финансиски активности (на пр. регулираат даноци на профит, имот и финансиски трансакции). Вообичаено, овие договори се потпишуваат билатерално или преку други договори вклучуваат повеќе држави.

6.1.1. Билатерални договори за инвестиции

Во висока мера меѓународните правни аспекти на односите меѓу државите и странските инвеститори се адресираат билатерално помеѓу две држави. Потпишувањето на билатералните договори за инвестиции датира од втората половина на минатиот век, а денес ги содржат клучните елементи на модерното меѓународно право за странски инвестиции. Конференцијата на Обединетите нации за трговија и развој (УНКТАД) ги дефинира билатералните договори за инвестиции како договор помеѓу две држави за реципрочно стимулирање, промоција и заштита на инвестиции на нивните територии од страна на компании во која било од државите. Додека основната содржина на билатералните договори за инвестиции остана иста низ годините, фокусирајќи се главно на заштита на инвестициите, проблематика која се рефлектира на јавното мнение (на пр. здравство, безбедност, заштита на животната средина) во последните неколку години сè почесто се инкорпорира во овие договори.

Типичен билатерален договор за инвестиции започнува со преамбула која ја подвлекува генералната интенција на договорот и одредбата во склоп на неговото применување. Ова е проследено со клучни термини, појаснувајќи ги значењата на инвестицијата и инвеститорот. Потоа овие договори ги адресираат предметите кои се во релација на примање и етаблирање на СДИ, вклучувајќи ги стандардите на третман кој ги ужива странскиот инвеститор (минимум стандарди, фер и рамноправен третман, целосна заштита и безбедност, национален третман и повластен третман). Слободниот трансфер на средства преку границите, исто така е регулиран со овие договори. Во билатералните договори за инвестиции се дефинирани предметите на експропријација и штета на инвестициите, во строго пропишани норми и случаи во кои ќе биде исплатена компензација на инвеститорот. Исто така, пропишуваат колкав степен на заштита и компензација може да очекува инвеститорот во ситуација на војна и цивилни немири. Друг важен елемент е дека во овие договори се регулирани спорни елементи што можат да настанат помеѓу инвеститорот и државата, каде што се напомнати кои институции се надлежни за евентуална меѓународна арбитража (на пр. ИЦСИД, УНКИТРАЛ, ИКК(ИСС)) и како ќе се реализираат процедурите на исплаќање. Вообичаено, овие договори содржат и клаузула на спор помеѓу двете држави. На крај се споменува временската рамка, начинот на продолжување или поништување на

договорот, а воедно и се определува до кој степен инвестициите што се реализирани пред потпишувањето на договорот, се опфатени по неговата ратификација.

6.1.2. Преференцијални трговски и инвестициски договори

Преференцијалните трговски и инвестициски договори се пошироки економски договори помеѓу државите кои се потпишуваат со цел да ја олеснат меѓународната трговија и трансферот на факторите за производство преку границите. Тие можат да бидат договори за економска интеграција, слободна трговија, економско партнерство или слични видови договори кои, покрај другите работи, покриваат делови што се однесуваат на СДИ. Делот во овие договори кој се однесува на СДИ е доста мал, вообичаено, целата содржина е во два параграфа. Други предмети што ги содржат овие договори се: трговија на добра и услуги, тарифни и нетарифни бариери, царински постапки, провизии на одредени сектори, конкуренција, интелектуална сопственост, привремен влез на луѓе и друго. Преференцијалните трговски и инвестициски договори имаат широк спектар кој се однесува на либерализација на трговијата и инвестициите. Многу често, структурата на делот за СДИ е сличен како во билатералните договори за инвестиции.

Постојат доста примери за вакви договори. Позначаен договор е НАФТА кој се однесува на широк сет мерки, односно на регулирање на трговијата меѓу Канада, Мексико и САД, а исто така содржи и детални прописи за СДИ, слично како во билатералните договори за инвестиции. Други примери за ваков тип договори потпишани на билатерална основа може да се најде во ФТА помеѓу Јапонија и Сингапур, ФТА помеѓу Кореја и Чиле и ФТА помеѓу САД и Австралија.

6.1.3. Меѓународни договори за даноци

Главната причина за меѓународните договори за даноци е да се регулираат даноците на приход на мултинационалните компании на глобално ниво, меѓу државите. Во повеќето случаи ова е направено преку елиминација на двојното оданочување. Проблемот е во тоа што има доста несогласувања меѓу државите во однос на

јурисдикцијата на данокот на приход што го остваруваат мултинационалните компании. Најчесто ваквите конфликти се адресирани во билатералните договори кои исклучиво се однесуваат на даноците на приход и во некои случаи и на имот.

Во современата практика на договори, отстранувањето на двојното оданочување е постигнато преку апликација на два одделни пристапа. Првиот пристап е елиминација на дефиницијата која е погрешна за термините на престој и профит која во друг случај може да предизвика двојно оданочување. Вториот пристап е ослободување од двојното оданочување преку една од трите методи. Кредитниот метод дозволува странскиот данок да биде покриен со данокот платен во земјата на престој. Според методот на изземање, странскиот профит и произлезениот данок е просто запоставен од земјата на престој. И третиот метод е одбивање на данокот за платен данок на профит во странство, но овој метод е ретко употребуван.

6.2. Развојна димензија

Со овозможувањето на дополнителна безбедност и сигурност на инвеститорите за извршување на нивните дејности во странски држави, со помош на меѓународното право, компаниите се охрабруваат да инвестираат надвор од земјата. Додека постои научна дебата за степенот до кој меѓународните договори за инвестиции го зголемуваат нивото на движењето на СДИ до земјата-потписничка, креаторите на политиките се стремат да предвидат дека меѓународните договори за инвестиции ги охрабруваат преку граничните инвестиции и оттаму го поддржуваат економскиот развој. Покрај другото, СДИ може да го олесни влезот на капитал и технологија во земјата-примач, како и да генерира вработувања и други позитивни ефекти. Според ова, владите на земјите во развој се стремат да етаблираат адекватна мрежа за да го поттикнат приливот на СДИ и покрај другото потпишуваат меѓународни договори за инвестиции.

Покрај овој потенцијал кој генерира проразвојни бенефиции, развива комплексност на системот на меѓународните договори за инвестиции, кој може да креира и предизвици. Комплексноста на денешните мрежи на меѓународни договори за инвестиции, креира незгодни ситуации за одржување на цврсти политики на земјите. Договорените

мерки, утврдени во еден меѓународен договор за инвестиции, може да не се совпаѓаат со мерките вклучени во други меѓународни договори за инвестиции. Во земјите во развој, кои немаат соодветен капацитет да учествуваат во глобалниот систем на меѓународни договори за инвестиции, оваа комплексност на рамката на меѓународни договори за инвестиции можат доста тешко да ја спроведат. Како надополнување се предизвиците што произлегуваат од потребата да се задржи конзистентноста помеѓу националното законодавство и меѓународните инвестициски закони со цел да се дизајнираат инвестициски политики кои најдобро ќе го поддржат развојниот план на одредена земја.

Понатаму, дури и ако владите ги потпишат меѓународните договори за инвестиции за генерални развојни цели, овие договори сами по себе директно не влијаат над проблемите за економски развој. Меѓународните договори за инвестиции ретко содржат специфични обврски за промоција на инвестиции. Некои од нив содржат делови во кои се вршат размени на информации за можностите за инвестирање, охрабрување за користење на повластици за инвестирање или сугестии за создавање на агенции за промоција на инвестиции. Исто така, некои од договорите содржат делови во кои се адресираат јавните политики во однос на развојот, здравството, животната средина и безбедноста.

Дополнителен товар се појавува од зголемувањето на спорите помеѓу државата и инвеститорот, кој како феномен зголемено се јавува кај земјите во развој. Овие спорови се доста скапи за одредената земја бидејќи треба да се издвојат големи суми за процесот на арбитража, адвокати и финансиски компензации, доколку судот оцени дека инвеститорот е во право. Проблемите понатаму се влошуваат од причина што во правото се случува судот за слични случаи да пресуди различно. Ова ја зголемува неизвесноста за инвеститорите и државите во крајното решение на спорите.

Клучна организација која се грижи за развојната димензија на меѓународните договори за инвестиции е УНКТАД (UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development), која претставува централна точка во Обединетите нации (ОН), за работа на материјата поврзана со меѓународните договори за инвестиции и нивната развојна димензија. Оваа програма е наменета за земјите во развој со цел да им се помогне во нивните напори за ефективно учество во комплексниот систем за создавање на закони

за инвестиции. УНКТАД им нуди на државите услуги за градење на административни капацитети, а воедно прави истражувања и анализи на политики кои се однесуваат на меѓународните договори за инвестиции. Исто така, функционира како важен форум за меѓувладини разговори и градење на консензус за предмети поврзани со меѓународното право за инвестирање и развој.

II ДЕЛ – ГЛОБАЛИЗАЦИЈА НА МАКЕДОНСКАТА ЕКОНОМИЈА

1. Економските движења во Република Македонија

Табела бр.12: Основни економски показатели за Република Македонија во периодот 1999 -2014 година

БДП (стапки на реален пораст, во %)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
4,3	4,5	-3,1	1,5	2,2	4,7	4,7	5,1	6,5	5,5	-0,4	3,4	2,3	-0,5	2,7*	3,2*	4,4*	4,1*
Инфлација (крај на период, на годишна основа, во%)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
2,3	6,1	3,7	1,1	2,6	-1,9	1,2	2,9	6,1	4,1	-1,6	3,0	2,8	4,7	1,4	0,2	-1,1	-0,7
Стапка на невработеност (во %)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
32,4	32,2	30,5	31,9	36,7	37,2	37,3	36,0	34,9	33,8	32,2	32,1	31,4	31,0	29,0	28,4	28,2	27,9
Буџетски биланс (салдо на централен буџет и фондови, % од БДП)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
0,0	2,4	-5,9	-5,2	-1,0	0,0	0,2	-0,5	0,6	-0,9	-2,6	-2,4	-2,5	-3,8	-3,9	-2,1	-0,7	-0,5
Извоз на стоки (во милиони евра)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
1.122,6	1.436,7	1.293,3	1.178,3	1.207,1	1.345,9	1.644,4	1.917,5	2.477,1	2.697,6	1.937,0	2.534,9	3.214,9	3.124,0	3.211,8	814,3	938,4	982,9
Увоз на стоки ц.и.ф. (во милиони евра)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
1.676,4	2.271,2	1.893,4	2.105,9	2.038,2	2.354,0	2.605,5	2.979,7	3.833,6	4.664,4	3.636,8	4.137,1	5.052,9	5.070,6	4.968,4	1.240,4	1.366,8	1.401,1

Трговски билан (во милиони евра)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
-553,8	-834,5	-600,1	-927,6	-831,1	-1.008,0	-961,1	1.062,2	1.356,5	1.966,9	1.699,8	1.602,2	-1.838,0	1.946,7	1.756,6	-426,1	-428,3	-418,2
Директни инвестиции - нето (% од БДП)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
2,4	5,7	12,0	2,6	2,4	5,7	1,5	6,2	8,4	6,1	2,0	2,2	4,5	1,5	3,3	1,3	0,5	0,7
Директни инвестиции - нето (во милиони евра)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
/	/	/	/	100,1**	259,7	74,9	344,7	506,9	409,4	136,9	156,9	344,6	117,3	263,8	112,8	42,6	57,9
Девизни резерви (во милиони евра, крај на период)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
/	/	/	/	715**	716,9	1.122,9	1.416,7	1.524,4	1.494,9	1.597,5	1.714,5	2.068,9	2.193,3	1.993,0	1.941,2	1.873,0	2.435,0
Бруто надворешен долг (во % од БДП)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
/	/	/	/	/	49,8	47,7	48,0	50,1	47,0	57,6	57,9	59,8	70,0	66,8	67,6	68,2	/
Бруто надворешен долг (во милиони евра, крај на период)																	
1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Кв.1	Кв.2	Кв.3
															2014	2014	2014
/	/	/	/	/	2080,2**	2.528,2	2.503,4	2.841,1	3.304,2	3.780,4	4.105,7	4.846,6	5.171,7	5.219,7	5.628,7	5.741,6	/

Извор: НАРОДНА БАНКА НА РМ (www.nbrm.mk последо пристапено 10.06.2015 г.)

Влегувањето на Република Македонија во глобалниот економски систем започна со програмите за стабилизација и структурно приспособување на ММФ и Светска банка. Овие програми беа интегрален дел од стратегијата на двете меѓународни финансиски институции, која во основа претставуваше комбинација од „неокласичен либерализам и ортодоксен монетаризам“¹⁸¹. Програмите и аранжманите базирани на ваквата стратегија ја поставија парадоксалната макроекономска рамка на земјата која се крепи на два столба: либерализација и стабилизација!¹⁸² Таквата рамка беше безусловно поддржана и промовирана како од ММФ и Светска банка, така и од Светската трговска организација и Европската унија, кои наметнаа политика на брза (шок) либерализација на пазарот, намалување на царинската заштита до ниво на развиени пазарни економии, укинување на квантитативните ограничувања и на субвенциите во стопанството – барања кои Република Македонија беспрекорно и во краток рок ги спроведе и го сруши протекционистичкиот ѕид помеѓу светскиот и домашниот пазар. На тој начин, македонската економија, која долг период беше затворена (гравитираше кон поранешниот југословенски пазар), сосема неподготвена и со штотуку започнат процес на институционално реструктурирање, влезе во системот на глобална конкуренција.

Резултатите по две децении се видливи преку Глобалниот индекс на конкурентност 2014–2015 година. Република Македонија се наоѓа на 63-тата позиција од вкупно 144 земји на листата на конкурентност направена од страна на Светскиот економски форум¹⁸³. Глобалниот економски форум пронаоѓа низа компаративни недостатоци во однос на конкуренцијата и пред сè во улогата на државата и корпоративниот сектор, како и во однос на заштита на интересите на

¹⁸¹Николовска Н. (2004), „Транзиција кон третиот свет“, Македонија во глобализацијата, Економски факултет – Скопје

¹⁸²Ibid.

¹⁸³Концептот што се застапува во трудовите на *Global Competitiveness Forum* транзитските земји ја симплифицира конкурентноста како макроекономски феномен кој е пред сè детерминиран од макроекономската стабилност. На тој начин на прв план избиваат критериумите на номиналната конвергенција (стабилност на цените, курсот ...) а не индустриската политика и подигањето на националната продуктивност како пат на реална конвергенција (Pitelis 2008).

инвеститорите. Неповолната глобална конкурентност на Р. Македонија (меѓутоа повеќе заради дезиндустријализацијата, а помалку заради критериумите на глобалната конкурентност) се рефлектира на состојбата на платниот биланс. Дефицитот на платниот биланс, како трајна компонента на македонските економски односи на глобалниот пазар, е извор на дополнителна акумулација меѓутоа и израз на прекумерна апсорпција и станува ограничувачки фактор за идниот стопански развој¹⁸⁴.

Класичните теории на платните биланси тргнуваат од дефицитот на тековниот платен биланс како состојба која укажува на здраво наспроти болно стопанство. Новиот приод на ММФ сугерира финансирање на дефицитот на тековниот платен биланс со увоз на капитал, како долгорочен така и краткорочен, допуштајќи значително поголемо задолжување на државата со што концептот на дефинирање на нивото на ризично надворешно задолжување е проширено. Така, неолибералната економска доктрина на ММФ формира солидна платформа за создавање на должничка криза со текот на времето, а државата за тоа не е свесна. Мисијата на државата е успешна доколку го одржува стабилно нивото на цените и курсот¹⁸⁵. Така, во Македонија имаме состојба на валутен одбор (*currency board*) и по согледувањата на голем број автори курсот е преценет. Меѓутоа, во концептот на вкупниот биланс (*overall balance*) увозот на капиталот и меѓународното задолжување е извор на понуда на девизниот пазар и водат кон апрецијациски притисоци на курсот, па дури кога извозот и домашното стопанство стагнираат, а дефицитот е стабилно висок.¹⁸⁶ Излезот е увоз на капитал од меѓународниот пазар. Тој пак зависи од кредитниот рејтинг. Кредитниот рејтинг на Р. Македонија е стабилен ББ- според кредитната агенција *Стандард и Пурс* или ББ+ според

¹⁸⁴Николовска Н. (2015), “Глобализационен парадокс – Државата агент кочничар на економскиот развој (Случајот на Р. Македонија)”, Економски факултет - Скопје

¹⁸⁵Ibid.

¹⁸⁶Ibid.

кредитната агенција *Фич* (*Fitch*) во 2015 година¹⁸⁷. Меѓутоа, макроекономската стабилност како основен столб на компаративните предности на државата, не е доволна за привлекување на капитал од меѓународниот пазар. Така, македонското економско опкружување го рефлектира парадоксот¹⁸⁸. Исполнувањето на критериуми од Мастрихт на номинална конвергенција (ниска стапка на инфлација, стабилен девизен курс, јавен долг до 60%, буџетски дефицит околу 3%). Истовремено тече процесот на реалната дивергенција. Тој е презентираан во зголемувањето на трговскиот дефицит од -553,8 милиони евра (1998 г.) на 1756,6 милиони (2013г.) што е пред сè резултат на отворениот процес на дезиндустријализација и деаграризација на земјата. Ваквите поместувања се резултат на истиснување на македонскиот извоз или тешкотиите на пласманот во услови на економска криза во ЕУ. Како резултат на тоа, стапката на невработеност, иако во последните години е симболично намалена, во 2015 година изнесуваше високи 27,6% или 265,370 илјади лица со што Македонија е на лидерската позиција во Европа во недоволно користење на продуктивниот работен контингент¹⁸⁹.

Во контекст на состојбата на атрофија на производствениот потенцијал на земјата, се случува постојан раст на бруто задолженоста на земјата, што во 2014 година достигна 5.628,7 милиони евра или 67,6% од БДП, додека во 2004 година надворешниот долг изнесуваше 49,8% од БДП¹⁹⁰.

Споредувајќи го периодот од осамостојувањето до денес, од 1994 година кога СДИ изнесуваа скромни 24 милиони долари, до 447 милиони долари во 2001 (со приватизацијата на *Телеком*) за да може во 2007 година да се забележат рекордни 700 милиони долари. Во 2008 година, забележан е прилив од 587 милиони долари,

¹⁸⁷ Народна Банка на Република Србија (http://www.nbs.rs/internet/latinica/18/18_3/18_3_2/rejting_region.html последно пристапено 06.10.2015)

¹⁸⁸ Николовска Н. (2015), "Глобализационен парадокс – Државата агент кочничар на економскиот развој (Случајот на Р. Македонија)" Економски факултет - Скопје

¹⁸⁹ Државен завод за статистика на Република Македонија (www.stat.gov.mk) последно пристапено 13.3.2015 година

¹⁹⁰ Државен завод за статистика на Република Македонија (www.stat.gov.mk) последно пристапено 19.3.2015 година

следува намалување на приливот на СДИ во (2009 и 2010 година), за во 2014 година да имаме прилив од скромни 260 милиони долари¹⁹¹.

Вообичаено е да се очекува, странските директни инвестиции да придонесат пораст на стопанската активност и намалување на стапката на невработеност. Наспроти тоа, според макроекономските индикатори, Република Македонија не покажува значајно забрзување на растот на економијата или пак намалување на невработеноста. Таквиот факт зборува дека макроекономските ефекти од странските директни инвестиции изостануваат или слабо се чувствуваат¹⁹².

Токму затоа речиси целата своја активност државата ја посветува на формулирање на политики за создавање на поволен амбиент за странските инвеститори. Успешноста на таквите политики може да се согледа преку разни видови публикации коишто ги рефлектираат рејтинзите на државите во однос на компаративните предности за водење бизнис и претставуваат ориентири за насочување на инвестициските текови во глобалниот економски поредок.

2. Макроекономски профил на Република Македонија

2.1 Фискална политика

Растот на економската активност е резултат на комбинирано дејствување на фактори што влијаат врз расходите за лична потрошувачка и јавна потрошувачка, инвестициската побарувачка, извозот и увозот. Имајќи го предвидова, нарушувањето на довербата на инвеститорите, како што беше случај со колапсот на финансискиот систем во 2011 година на глобално ниво, ја прави фискалната политика една од главните компоненти за ублажување на последиците врз економската активност, особено ако се има предвид дека преку фискалната политика се регулира структурата на јавната потрошувачка.

¹⁹¹ Народна Банка на РМ (www.nbrm.mk последно пристапено 10.6.2015 година)

¹⁹² Стапката на раст на македонската економија во последната декада покажува просечна вредност 3%, додека стапката на невработеност се движи околу 28%.

Фискалната политика подразбира мерки на Владата за дефинирање на насоките на буџетски трошења и даночна политика. Во литературата, најчесто се издвојуваат три основни функции што ги спроведува фискалната политика: алокативна, дистрибутивна и стабилизациона функција.

Самуелсон (1998) разликува два вида фискална политика и тоа: краткорочна, која се однесува на улогата на фискалната политика во ублажување на јазот во економијата и долгорочна, која е поврзана со создавање на можност за економскиот раст.

Во последните години фискалната стратегија се извршува во услови на глобална економска криза под директно влијание на последиците од кризата, кои ги диктираа насоките и претпоставките за развојот на македонската економија. Македонската економија, која во последните години својот развој го базирала на порастот на домашните и странските инвестиции со повисок дефицит во тековната сметка, со здрави извори на финансирање во форма на директни и портфолио инвестиции, со девизни дознаки од странство и слично, за време на глобалната економска криза ги почувствува негативните ефектите предизвикани од слабиот прилив на странски инвестиции поради резервираноста на инвеститорите за вложувања. Исто така, екстерната побарувачка (извозот) се намали поради намалените економски активности на глобално ниво што доведе до контракција на домашната побарувачка, а тоа се одрази и во реалниот сектор, особено врз металургијата, текстилната индустрија и транспортот. Оттаму, наместо државата да се повлекува од економијата, таа се трансформира во главен корпоративен менаџер. Таквата тенденција е забележлива во Република Македонија каде што буџетот изнесува речиси 40% од ОБП.

Државата се претвори во најголем работодавач, а најголем дел од буџетот се реализира преку платите во јавната администрација. Тоа предизвика фискалната сфера да покажува резистентен волумен на потрошувачка на државата, во услови

на пад на економијата. Ваквиот парадокс е нагласен во контекст на импликацијата од монетаристичката доктрина дека стабилизационската економска политика може успешно да се води со помош на фискалната политика. Оперативната стратегија на стимулирање на побарувачката заради надминување на депресијата, се манифестира со поддржување на политиката на фискални дефицити, коишто последните години, почнувајќи од 2008 година, се движат во рамките утврдени според критериумите од Мастрихт, односно до 3% буџетски дефицит. Задолжувањето на државата се случува со цел да се поттикне инвестициската потрошувачка, што е особено нагласено во градежниот сектор.

Толеранцијата на краткорочна фискална нерамнотежа се поткрепува со неокензијанскиот став дека фискалната експанзија има позитивно влијание врз производството и вработеноста (мултипликативно дејство на државната потрошувачка). Задолжувањето на државата, кое е актуелно, може да се спореди со задолжувањето на компаниите. Имено, во недостиг на сопствени средства позајмуваат екстерен капитал со определена каматна стапка. Исходот има две сценарија:

- креирање на висока акумулација на долг и загуба;
- создавање на можности за зголемување на производството што ќе овозможи раст на БДП.

Кој би бил исходот од овие две сценарија, зависи од тоа дали моменталната стапка на раст на економијата ќе ја надмине реалната каматна стапка со која се акумулира долгот. Доколку државата покажува расчекор во раст на општествениот бруто производ и буџетскиот дефицит, тогаш се зголемува нејзиниот ризик (*sovereign risk*) и каматната стапка е повисока за позајмуваните средства.

Рејнхарт (Reinhart) и Рогоф (Rogoff), посочуваат дека триесетина земји во периодот 1970 – 2008 година, биле доведени во состојба на неможност за исплата

на долгот. Анализата покажува дека дваесетина земји банкнотирале со долг од 40% ОБП. Оттука, можеме да заклучиме дека Македонија е во рамките на запалено црвено светло во однос на чувствителноста за кризно сценарио. И покрај тоа што ММФ констатира дека предвидениот курс на фискална политика на Република Македонија е соодветен, на среден рок препорачува фискална консолидација и намалување на буџетските дефицити со што би се овозможило задржување на јавниот долг на одржливо ниво и обезбедување на доволен простор за реализација на евентуални негативни шокови, кои би дошле како последица на негативните шокови врз деловниот циклус во наредниот период¹⁹³.

2.2 Монетарна политика

Меѓутоа за разлика од фискалната политика која директно влијае врз економијата, монетарната политика влијае индиректно, преку влијанието врз каматните стапки што се особено важни за инвестициите. Зголемувањето на паричната маса ги намалува каматните стапки, со што се стимулира побарувачката на инвестиции. Со зголемувањето на квантитетот на парите во економијата, инвеститорите ќе утврдат дека нивните портфолија на актива вклучуваат премногу пари. Тие ќе ги ребалансираат своите портфолија преку купување хартии од вредност, како што се обврзниците, со што ќе ги зголемат цените на обврзниците, а ќе ги намалат цените на каматните стапки¹⁹⁴.

Монетарната политика во Република Македонија врз основа на законски определени функции ја осмислува и ја спроведува Народната банка на Република Македонија (НБРМ), како централна банка која е независна во остварувањето на

¹⁹³ IMF (2011), "Macedonia - Article Consultation – Concluding Statement of the Mission", Skopje December 13, www.imf.org

¹⁹⁴ Боди З., Кејн А., Маркус Ц. (2010) Инвестиции, *Таберанкул (преведена со проектот на Владата на РМ за преведување на стручни, научни книги и учебници)*

функциите. Оваа цел е поставена во согласност со емпириски потврдените сознанија дека ценовната стабилност создава најповолен макроекономски амбиент за долгорочно одржлив економски развој.

За остварување на оваа цел, НБРМ утврдува посредна цел на монетарната политика. Така, од април 1992 година до септември 1995 година, НБРМ ја применуваше стратегијата на целење на паричната маса М1, како посредна цел на монетарната политика. Почнувајќи од октомври 1995 година наваму, НБРМ спроведува монетарна стратегија на целење на номиналниот девизен курс на денарот во однос на германската марка, а од јануари 2002 година во однос на еврото. Всушност, одржувањето на стабилноста на девизниот курс на денарот претставува посредна цел на монетарната политика¹⁹⁵.

Примената на стратегијата на целење на девизниот курс произлегува од¹⁹⁶:

- важноста на девизниот курс во мала и отворена економија;
- потребата од номинално сидро за одржување кредибилитет и;
- транспарентноста на политиката на девизниот курс и можноста за секојдневно следење од страна на економските субјекти.

Во услови кога монетарната политика е насочена кон одржување на стабилноста на девизниот курс на денарот, каматните стапки и понудата на пари се зависни категории, одредени од остварувањето на посредната цел. Преку својата каматна политика, НБРМ настојува да влијае врз висината на активните и пасивните каматни стапки на банките. Тековно, основна каматна стапка на НБРМ е каматната стапка остварена на аукциите на благајнички записи. Преку управувањето со нивото на каматните стапки, НБРМ влијае врз нивото на ликвидните средства на банкарскиот систем, како оперативна цел, а со тоа влијае врз нивото на

¹⁹⁵ Народна Банка на Република Македонија (www.nbrm.mk последно пристапено на 13.3.2015 година)

¹⁹⁶ Ibid.

девизниот курс, како посредна цел на монетарната политика. Остварувањето на ценовната стабилност, НБРМ го спроведува со различни инструменти за монетарно регулирање, како¹⁹⁷:

- операциите на отворениот пазар;
- задолжителна резерва;
- расположливи депозити;
- расположлив кредит преку ноќ;
- интрадневен кредит.

Водењето на стабилна монетарна политика овозможува одржување на стапката на инфлација во проектирана рамка, како и одржување на макроекономска стабилност на земјата што е еден од основните услови за привлекување на странски инвеститори.

2.3. Надворешно трговска политика

Со оглед на фактот дека Република Македонија е мал пазар, надворешните трговски релации претставуваат особено битен дел од нејзината матрица. Во таа смисла, интеграцијата во ЕУ, набљудувана како процес на формирање на македонската економија како ентитет способен да остварува економски развој во услови на натпревар за заедничкиот европски пазар, уште повеќе го потенцира значењето на меѓународната трговија и приливот на странски капитал.

Од почетокот на транзицијата, Република Македонија спроведува политика на надворешно економско отворање и либерализација. Македонија има потпишано договори за слободна трговија со земјите-членки на ЦЕФТА (Србија, Црна Гора, Молдавија, Босна и Херцеговина, Албанија и Косово), ЕФТА (Швајцарија,

¹⁹⁷Ibid.

Норвешка, Исланд и Лихтенштајн), ССА со ЕУ (28 земји-членки) и билатерални договори за слободна трговија со Турција и Украина. Сите овие договори овозможуваат пазар од приближно 650 милиони потрошувачии што особено придонесуваат во атрактивноста на Република Македонија во процесот на привлекување на странски инвестиции.

Во април 2003 година, Република Македонија стана 143 членка на Светската трговска организација (СТО), што наметна натамошна либерализација во трговската политика на Република Македонија и спроведување на бројни реформи и хармонизација на законодавството со меѓународните правила и со правилата на СТО. Зачленувањето во СТО значеше приспособување на надворешно трговскиот и на економскиот систем со обврските од трите спогодби на СТО: Општата спогодба за царини и трговија ГАТТ, Општата спогодба за трговија со услуги ГАТС и Спогодбата за трговските аспекти на правата од интелектуална сопственост ТРИПС која наметна измени и во царинскиот систем и во царинската заштита. Во рамките на надворешната трговска размена се наметнаа и обврски поврзани со нецаринските бариери и можноста за примена на заштитни мерки и др., прашања кои за прв пат биле опфатени со ГАТТ, како: Спогодбата за увозни дозволи, Спогодбата за технички бариери, Спогодбата за санитарни и фитосанитарни мерки, Спогодбата за субвенции и компензаторни царини, Спогодбата за антидампинг мерки и Спогодбата за трговските аспекти на инвестициите. Пристапувањето кон СТО наметна измени и во царинскиот систем и во системот на царинска заштита, отпочна процесот на постепено намалување на царинските стапки, кој заврши во 2012 година¹⁹⁸.

Во 2006 година, Република Македонија пристапи кон Меѓународната конвенција за привремен увоз (Истанбулска конвенција), која ги замени претходните конвенции од оваа област, а во 2009 година кон Меѓународната конвенција за

¹⁹⁸Министерство за надворешни работи на Република Македонија (www.mfa.gov.mk последно пристапено на 13.03.2015 година)

поедноставување и усогласување на царинските постапки (ревидирана Кјото конвенција) како една од најзначајните мерки за имплементација на еднообразни царински постапки во сите договорни страни, за олеснување на трговијата, спроведување на транспарентни царински постапки, користење на информатичката технологија и управување со ризик, како и партнерство со бизнис заедницата. Сето ова придонесува за зголемување на атрактивноста за странски директни инвестиции во Република Македонија¹⁹⁹.

Посебно е важна улогата на надворешната трговска политика на Република Македонија за промовирање на економските потенцијали и на можностите за инвестирање во Република Македонија, преку развивањето на активна економска надворешна политика во функција на интензивирање и квалитативно збогатување на билатералните економски односи со државите од регионот, Европа и целата меѓународна заедница. За прв пат во Република Македонија, економската дипломатија стана составен дел на ангажманот на македонските дипломатско-конзуларни претставништва во странство и е создадена уникатна институционална структура што ја рефлектира посветеноста кон оваа цел.

Директоратот за економска дипломатија при Министерството за надворешни работи активно беше вклучен во спроведувањето на економската програма. Притоа, ја зајакна економската димензија на дипломатијата која во континуитет има значајна улога во унапредувањето и координирањето на надворешната економска политика и на надворешните економски активности и остварување на економски раст кој би обезбедил подобрување на животниот стандард на граѓаните на Република Македонија, намалување на стапката на невработеност, намалување на сиромаштијата и воопшто, подобрување на бизнис климата. За постигнување на овие цели, презема сериозни мерки за привлекување на странски директни инвестиции, како и за зголемување на извозот во други земји.

¹⁹⁹Ibid.

Како една од најзначајните оперативни задачи и мерки е промоцијата на Република Македонија, на нејзините предности за правење бизнис, преку поттикнување на македонскиот извоз, како и преку зајакнување на позицијата на земјата како доверлив партнер за бизнис и нејзино презентирање како привлечна дестинација за странски инвестиции. Со цел да се зголеми перцепцијата за Република Македонија од страна на АСИПИ се испраќаат економски промотори, чија главна задача е економска промоција на Република Македонија како поволна дестинација за бизнис, како и идентификување и упатување на потенцијалните инвеститори во Република Македонија преку директно воспоставување на контакти со потенцијалните инвеститори и преку презентација на инвестициските можности на Република Македонија. До крајот на 2015 година, бројот на ангажирани економски промотори во различни земји ќе достигне вкупно 40²⁰⁰.

²⁰⁰ Агенција за привлекување на странски инвестиции и промоција на извозот www.investinmacedonia.com (последно пристапено на 13.2.2015 година)

3. СТРАНСКИТЕ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ И ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

Недостигот од сопствени ресурси ги донела сите транзициски економии пред многу важна потреба, потреба од привлекување на странски капитал, разбирливо, заради поддршка на нивните реформи. Првенствено поради недостиг од искуство, зголемување на невработеноста, економиите во транзиција се надевале дека странските директни инвестиции ќе претставуваат движечка сила во нивните стопанства. Со навлегувањето на СДИ, транзициските економии се надевале на полесен пристап до нови технологии и иновации, нови начини на производство, нови пазари за нивните производи, подобро искористување на нивните ресурси, како и нови менаџерски вештини.

Со дозволување на влез на странски капитал, транзициските економии се соочиле со дилемата дали да применат привилегиран третман на странските инвеститори низ даночни, царински, инфраструктурни и други бенефиции или рамноправен третман на домашните и странските инвеститори. И во двата случаи постоел ризик кој националните економии требало да го имаат предвид.

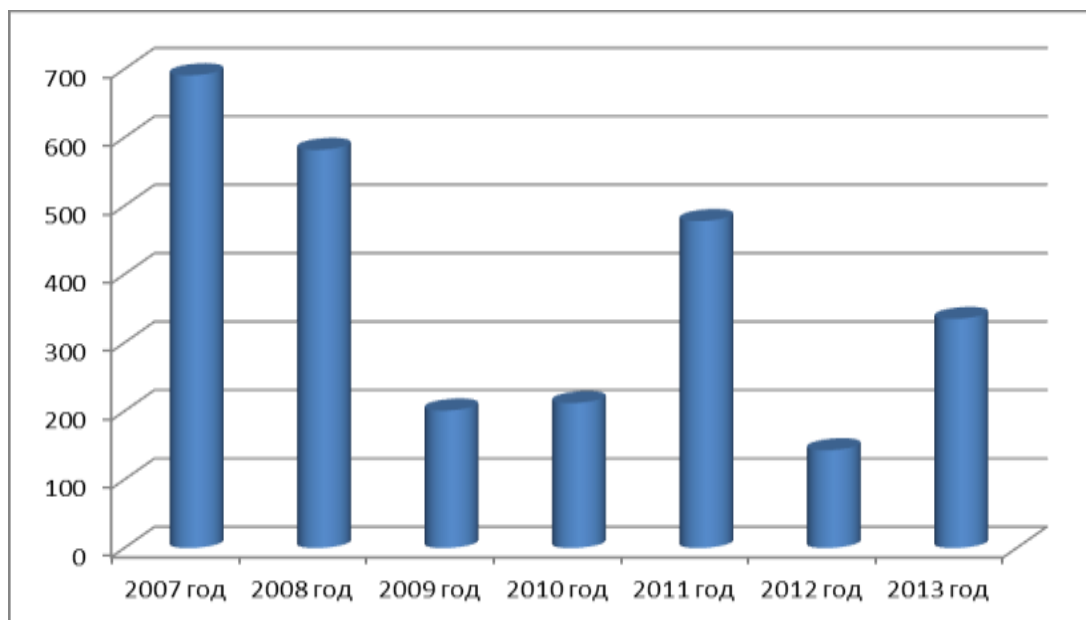
По овој период на спроведување на реформите заради трансформација на сопственоста и создавање на пазарно стопанство, транзициските економии сфатиле дека со доаѓањето на СДИ не се решаваат нивните проблеми. СДИ требало да ги сфатат како појдовна сила која ќе им даде поттик за излегување од кризата.

2.1. Структура на приливот на СДИ во Република Македонија

Македонија, како мала земја, има некои специфичности што имаат силно влијание во процесот на нејзиното вклучување во меѓународната поделба на трудот. Во годините по осамостојувањето во земјата, настанале бурни политички, економски и

социјални промени. Впрочем, како последица на низа настани (санкции воведени од Советот за безбедност на ООН, блокада на јужната граница од страна на Грција и воените дејства во 2001 година, структурата на производство врзана во рамките на заедничкиот пазар на поранешна СФРЈ) доведоа до рапидно намалување на користењето на производните капацитети, се зголемила невработеноста, се отворила инфлационата спирала која во еден период добила галопирачки размери, се отворил процесот на дезинвестирање, се покачиле цените на стоките и се намалила конкурентноста на македонските стоки и услуги на светскиот пазар. Вака накратко можат да се сублимираат тешкотиите пред кои се соочуваше Македонија во процесот на транзиција.

Табела бр.13: Странски директни инвестиции во РМ по години



Извор: Државен завод за статистика на Република Македонија (www.stat.gov.mk последно пристапено 19.3.2015 година)

Како и сите транзициски економии од регионот на Југоисточна Европа и Македонија проаѓаше низ слични потешкотии при спроведувањето на пазарните реформи. Поради состојбите што настанале при осамостојувањето на македонската држава, а воедно и со губењето на постојните дистрибутивни канали, настанале

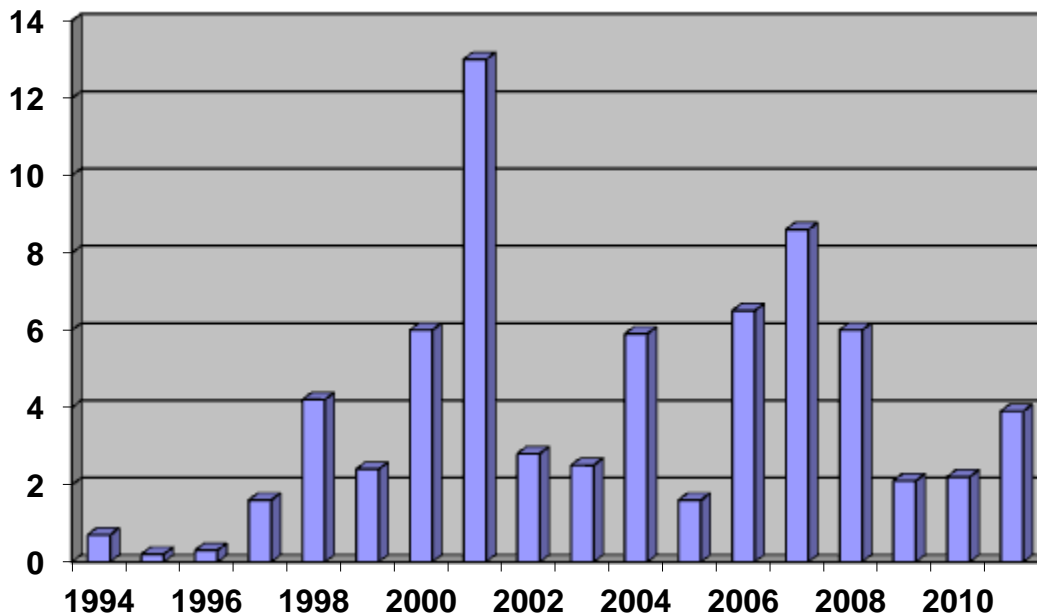
тешки периоди за целото македонско стопанство. Но, анализирајќи го минатото, се добива впечаток дека Македонија не се потрудила доволно за измена и доследно воведување на транзиционите реформи. Може да се каже дека дури во втората половина на 90-тите години, Македонија прави поголеми чекори кон вистински промени што ќе го извлечат стопанството од инвестициската депресија. За ова говори и податокот што во периодот од 1991 до 1995 година во Македонија влезе капитал од 40,7 милиони долари. Од овој дел дури 82,1% биле инвестиции во опрема.

Едно од првите успешни вложувања на странски инвеститори во земјата е онаа на италијанските инвеститори во претпријатието *Баргала* од Штип, кои купија 51% од акциите. Оваа инвестиција е успешна поради зголемената продуктивност и рентабилност, како и зголемување на квалитеот на производството. Исто така, позитивно за оваа инвестиција е што фирмата е ориентирана кон извоз (за домашниот пазар одвојува само 2-5%), а својот дел од профитот го остварува така што самата ги пласира своите производи на странските пазари. Поголем инвеститор во овој период е австриската фирма *Кнауф* која инвестираше во производство на гипс.

Во овој временски интервал, Владата успеала да го реши проблемот со хиперинфлацијата и да ги репрограмира странските долгови, со што се подобрила макроекономската стабилност во земјата. Паралелно се направени и промени во правниот систем во согласност со потребите на пазарно ориентираната економија, но сепак не се отстранети бројните проблеми од административна природа (комплицирани процедури за регистрација на фирмите, бавност и недостатоци на судскиот систем, корупција во административните структури итн.), со кои се соочувале инвеститорите, а чие решавање е многу битен елемент во процесот на привлекување на СДИ.

Општо прифатливо е дека приливите на СДИ до 1998 година беа многу мали. Во периодот помеѓу 1998 и 2007 година, приливите на СДИ беа зголемени, претежно поради приватизацијата на државните компании и преземањето на големи компании и банки од страна на странски инвеститори. Продажбата на националниот телекомуникациски оператор на *Маџар телеком*, унгарска филијала на *Дојче телеком* во 2001 година, се смета за најголема СДИ, со вкупен прилив од 346,5 милиони долари. Потоа следува период на мирување за во 2007 година да се забележи рекорден прилив на СДИ од 700 милиони долари. Од 2008 до 2010 година забележуваме намалување на СДИ, најмногу поради околностите на меѓународната сцена. Во 2011 година, повторно е забележан пораст на СДИ во однос на претходните две години.

Табела бр.14: Учество на СДИ како процент од БДП



Извор: Народна банка на Република Македонија (www.nbrm.mk последно пристапено на 13.3.2015 година)

Како резултат на некоординираните напори за привлекување на СДИ и долгогодишниот политички ризик во регионот и во Република Македонија, досегашните СДИ во Република Македонија се релативно скромни и изнесуваат од 0,8% до 8,6% од бруто домашниот производ, што претставува многу мало учество. Исклучок е 2001 година кога СДИ изнесуваа 13,0% од БДП, што се должеше на продажбата на македонскиот *Телеком* од една страна и од друга страна на падот на бруто домашниот производ заради воениот конфликт и 2007 година кога е забележано учеството на СДИ од 8,6% од БДП или 699,1 милиони американски долари²⁰¹. Влијанието на глобалната економска криза во 2008/2009 година се почувствува и врз прекинувањето на растот на странските директни инвестиции во Република Македонија. Иако во 2008 година имаше мал пад во приливот на странски директни инвестиции кој изнесуваше 587 милиони американски долари, веќе во 2009 година има значителен пад на 197,1 милиони американски долари што претставува скромни 2,1% од БДП. Во 2010 година забележуваме мал раст во однос на 2009 година, односно 211 милиони американски долари или 2,2% од БДП. Наредната години се карактеризираат со мали приливи на странски директни инвестиции и поради финансиската криза во ЕУ. Во 2011 година е забележан прилив од 473,9 милиони американски долари или 4,5% од БДП, додека во 2012 година имаме повторен пад 1,5% од БДП или 147 милиони американски долари. Што се однесува до 2013 година, приливот на странски директни инвестиции е 350 милиони американски долари, односно 3,3% од БДП што е далеку под нивото достигнато во 2007 година.

²⁰¹ www.nbrm.mk (последно пристапено 12.3.2013 г)

Табела бр.15: Најголеми странски инвестиции во Република Македонија во периодот на транзиција и потоа

Инвеститор	Земја	Инвестиција	Милиони САД долари	Година
Stonebridge	Различни земји	Македонски телеком	346,5	2000
EVN	Австрија	ЕСМ дистрибуција	270,2	2006
Telecom Slovenije	Словенија	Cosmofon, Germanos, OnNet	247	2009
Johnson Matthey	В. Британија	Green field	71,5	2009
Sparkasse AG	Австрија	Инвест банка	65,3	2008
National bank of Greece	Грција	Стопанска банка Скопје	46,4	2000
Demir -Halk Bank	Холандија	ИК Банка	34,3	2008
Balkanbrew Holding	Грција	Скопска Пивара	34,0	1998
Hellenic Petroleum	Грција	ОКТА рафинерија	32,0	1999
Societe General	Франција	Охридска банка	30,4	2007
Titan, Holderbank	Грција, Швајцарија	Усје цементарница	30,0	1998
NLB Group	Словенија	Тутунска банка	24,2	2000
Balkan Steel	Лихтенштајн	Ладна валалница	21,0	1997
Centralna Kooperativna Banka	Бугарија	Силекс банка	19,6	2008
QBE Insurance	В. Британија	АДОР	14,8	2000
Elbisko SA Atika	Грција	Жито лукс	14,0	2001
Duferco Skop Investments	Лихтенштајн	Макстил	11,5	1997
East West Trade	Австрија	Центро	11,0	1996
FHL Kirjakidis SA	Грција	Мермерен комбинат Прилеп	9,6	2000
Milestone	Исланд	КИБ Куманово	6,4	2007
Knauf Gmb	Австрија	Радика Дебар	3,5	1997
Gerlico Group	Холандија	Steel Con	3,5	2011
KuppBall-Transthandel	Германија	ФЗЦ Куманово	3,4	2000
Tobacna Ljubljana	Словенија	Тутунски комбинат Скопје	3,0	1999
ERA Velenje	Словенија	Скопски саем	2,9	2001
Alskop GmbH	Германија	Фабрика за кабли Неготино	2,9	2000
Intabex	Холандија	Југотутун Кавадарци	2,4	1997
SCMM	Франција	Фени Кавадарци	2,3	2000

Извор: Народна банка на Република Македонија (www.nbrm.mk последно пристапено на 10.6.2014 година)

Најголем дел од досегашните СДИ во Република Македонија се во услужните дејности, посебно во телекомуникацискиот и финансискиот сектор (129,3 милиони долари во 2000 година, 402,1 милиони долари во 2001, 61,9 милиони долари во 2004 година, 270,2 милиони долари во 2006 година и 247 милиони во 2009 година), што не изненадува многу поради атрактивноста на услужните дејности на глобално ниво. Друг фактор на привлечност на услужните дејности е можноста за заземање на доминантна положба на пазарот каде што се инвестира, а во многу случаи дури и заземање на монополска положба, која овозможува побрзо ефектуирање на инвестициите. Кај малите економии како Република Македонија, кои не се многу атрактивни за странски инвеститори, овој фактор има голема улога. Се разбира, можностите за монополизам или доминантна положба на пазарот во голема мера се детерминирани од договорите што странските инвеститори успеваат да ги постигнат со владите на земјите приматели на инвестиции. Во таа смисла, неопходни се институции со капацитет за креирање на политики за донесување на одлуки во интерес на државата и граѓаните.

Странските инвеститори вложиле капитал најмногу во фирми што имаат монополска или олигополска позиција на пазарот. Честопати тие сакаат да ја задржат таквата позиција на пазарот, при што наместо да се подобрува пазарната клима во земјата се продлабочува диференцираната структура во стопанството.

2.1.1. Прилив на СДИ по сектори

Република Македонија има потенцијал да привлече нови инвестиции не само во претходно споменатите сектори, туку исто така и во други сектори каде што досега СДИ беа поограничени, како што се земјоделството (храна и пијалаци), производството (челик, цинк, олово и цемент), индустријата за автомобилски компоненти, високата технологија во ТИРЗ, текстилната индустрија, енергетскиот

сектор, банкарството, осигурителниот сектор, аутсорсингот, недвижностите и туризмот.

Земјоделство

Климатските услови, повеќе годишното стекнување на вештини и градење на традиција го прават земјоделскиот сектор да биде особено значајна стопанска гранка за македонската економија. Но, ова не претставува основен критериум за привлекување на СДИ. Генерално гледано, секаде во светот СДИ во земјоделското производство се незначителни. Во принцип, можностите за СДИ се и во делот на исхраната, особено во активности како што се: складирање, малопродажба и производство на храна.

Во индустријата за храна и пијалаци можеме да забележиме неколку поголеми инвестиции, како што се: *Атинската пивара Хајнекен* (Heineken) и грчката компанија *Хеленик Ботлинг* (HellenicBottling) која има удел од 51% во *Скопска Пивара* (најголема инвестиција), потоа *Идеал – Шипка* која беше заеднички формирана во 1997 година со инвеститори од Бугарија (компанија со 95 вработени и втора најголема млекарница во Македонија) која во 2007 година беше преземена од страна на хрватската компанија *Дукат*, а истата година откупена од француската компанија *Лакталис* (Lactalis) која го имаше назначено *Дукат* за проширување на мрежата во ЈИЕ. Во делот на големо продажбата на храна и пијалаци присутна е хрватската компанија *Агрокор груп* (Agrokor Group) која изгради откупен центар во југот на Македонија. Во тутунската индустрија присутна е *Имperiјал тобако* (Imperial Tobacco) која поседува 99% од *Тутунски комбинат – Скопје* од каде што произведува, дистрибуира и продава тутунски производи и *Филип Морис* (Philip Morris) во *Тутунски комбинат – Прилеп*.

Голем инвестициски потенцијал постои во винската индустрија. Производството на вино во Република Македонија има долга традиција. Оваа индустрија, заедно со

другите релевантни индустрии (производство на буриња, тапи, стаклени шишиња итн.) дистрибутивна мрежа и други релевантни активности (хотели и туристички услуги поврзани со винскиот туризам) има потенцијал да стане динамична гранка која ќе овозможи поголем раст на економијата во земјата. Улогата на странските инвеститори е релативно ограничена во производството на вина, но се важни партнери во меѓународната дистрибуција на вина.

Производство на челик, цинк и олово

Поаѓајќи од фактот дека Република Македонија располага со ресурси на метали и вода, ја прави атрактивна дестинација за производство на челик. Швајцарската компанија *Дуферко* (Dufenco) влезе на македонскиот пазар во 1997 година за време на приватизацијата и реконструкцијата на поранешните рудници за железо и челик. Оваа компанија започна со интензивна програма за модернизација со 15 милиони евра во 1999 година, а дополнителни 22 милиони евра се вложени во 2007 година, како и 20 милиони евра на проекти за заштита на животната средина. Во 2004 година, на македонскиот пазар се појави и друг стратешки инвеститор *Митал стил* (Arcelor Mittal) што дополнително придонесе за зголемување на производството на метали. Исто така, во 2006 година, филијала со седиште во В. Британија, а поврзана со Мумбаи – Бинани индустриите ги откупи рудниците *Злетово* и *Тораница* и го рестартираше производството.

Индустрија за автомобилски компоненти

Во оваа особено значајна гранка има пет големи корпорации што функционираат во технолошко индустриските развојни зони во Скопје 1, а тоа се: *Џонсон Мети* В.Британија (Johnson Matthey), *Џонсон контрол*, САД (Johnson Controls), *Кемет електроник*, САД (Kemet Electronics), *Ван Хол*, Белгија (Van Hool) и *Техно хозе*, Италија (Tekno Hose).

Исто така, во индустриските зони во Битола и Кавадарци се приклучија уште два инвеститора во оваа индустрија од Германија и тоа: *Кромберг и Шуберт* (Kromberg & Schubert) и *Дрекслер и Мајер* (Drexler & Mayer), потоа Маркарт (Германија) во Велес и *Кеј сејфти систем* (Key Safty System) од САД во Кичево, а од неодамна и компанијата *Гентерм* (Genterm) од САД во индустриската зона во Прилеп која е во фаза на реализација на инвестицијата. Исто така, во овој сектор ја имаме компанијата *Амфенол* (САД) која инвестираше во Кочани преземајќи ја фирмата *Атом*.

Текстилна индустрија

Текстилната индустрија беше во опаѓање во 90-тите години, особено во поглед на бројот на вработени. Во 2004 година оваа индустриска гранка успеа да се опорави по завршувањето на Програмата за приватизација во 2001 година, како и зачленувањето на Република Македонија во СТО во 2003 година. Вработеноста се зголеми од околу 4000 во 2002 година на 7000 во 2006 година во Штип, кој претставува водечки град за текстилно производство²⁰². Сите домашни компании се во тесна соработка со други меѓународни компании преку договори за производство познато како лон. Македонските компании најмногу работат за европски и американски брендови како што се: С&А (Белгија), Бос, (Boss) Германија, *Мекс* (Mexx) Холандија, *Бонита* (Bonita) Германија, *Манго* (Mango) Шпанија, *Лиз Клејборн* (LizClaiborne) САД, *Кенет Кол* (Kenneth Cole) САД и други. Од страна на странските инвеститори присутен е *Гришко* (Русија) во Демир Хисар, најголем производител на балетанки и *Техникал текстил* (САД) во Штип. Поради близината до европските пазари, компаниите можат брзо да реагираат и да се приспособат на евентуални промени во бројот на порачки. Сепак, во оваа индустриска гранка треба да се развиваат други процеси, како и капацитети за дизајн и основно производство на материјали.

²⁰² Kathuria S ed (2008). Western Balkan Integration and the EU: An Agenda for Trade and Growth, World Bank, Washington D.C.

Енергетски сектор

Во делот на енергетскиот сектор меѓу позначајните инвестиции се: продажбата на ОКТА на *Хеленик петролеум* во 1999 година, како и влезот на ЕВН (Австрија) во 2006 година на македонскиот пазар преку купување на делот за дистрибуција на ЕСМ – Македонија. Исто така, во овој дел е и руската компанија *Лукоил*, која се занимава со големопродажба и малопродажба на нафтени деривати, присутна на пазарот од 2005 година. Во 2014 година за инвестирање во овој сектор одлука донесоа две германски компании: *ОДВ Електрик* ја започна својата инвестиција во охридско – струшкиот регион, а во истиот регион преку *браунфилд* инвестиција се приклучи и компанијата *Костал*. Потоа *Etanol Europe Rewable* најави инвестиција во Прилеп и *Енергија* (Украина) во Скопје.

Банкарски сектор

Во банкарскиот сектор учествуваат 18 банки и 8 штедилници во кои странските акционери го имаат мнозинството во 13 финансиски институции и контролираат 93% од вкупните банкарски средства. Две од трите најголеми банки се во целосна сопственост на странски акционери, *Стопанска банка* - Скопје ја поседува Националната банка на Грција, додека *НЛБ Тутунска банка* е купена од страна на *Нова Љубљанска банка* (Словенија). Други инвеститори во овој сектор се: *Сосиете женерал* (Societe Generale) Франција, *Мајлстон Исланд* (Milestone EHF Island), *Алфа банка* (Alpha Bank) Грција, *ТЗ Зират банка* (TZ Ziraat Bankasi) Турција, *Халк банка* (Halk Bank) Турција, *СКВ Бугарија*, *Алфа финансиски холдинг* (Alfa Finance Holding) Бугарија, *Шпаркасе* (Sparkasse) Австрија и *Прокредит холдинг* (Pro Credit Holding) Германија.

Осигурителен сектор

Осигурителната дејност е мала, но бележи постојан пораст. Во 2000 година, QBE (Австралија) влезе на пазарот и стана мнозински акционер во македонското осигурување. Во 2008/2009 се случија покрупни измени во кои домашните акционери беа заменети со осигурителни куќи од Словенија, Австрија и Хрватска, а со тоа се зголеми капиталот и се доби поголема експертиза во градењето на капацитетите на институциите.

Аутсорсинг

Ова е доста нова индустриска гранка која забележува огромен раст на светско ниво. Во Република Македонија најголем дел од приливите на СДИ во овој сектор доаѓаат од услуги од областа на телекомуникациите. Како поважни инвеститори се: Еуроансверс (Euroanswers) од В. Британија во делот на повеќе јазичен контакт-центар и софтверските компании *Сивус* (Seavus) Шведско-македонски капитал, *Нетцетера* (Netcetera) од Швајцарија, *Космик девелопмент* (Cosmic Development) од Канада и *Ендава* (Endava) од В. Британија.

Недвижности и туризам

Во изминатиот период, странските инвестиции во туризмот беа недоволни, односно заземаа само 1% од вкупните прилив на СДИ. Позначајни инвеститори во овој сектор се: *Принцес* (Princess) од Турција, *Балфин* (Balfin) од Албанија, *Коч холдинг* (Koc Holding) и *Цеваир холдинг* (Cevahir Holding) од Турција.

Фармација

Во овој сектор СДИ се незначителни, во моментот имаме само еден странски инвеститор - *Протект* (Русија).

4. КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОД ВЛАДИНИТЕ ПОЛИТИКИ ЗА ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА СДИ – СЛУЧАЈОТ НА МАКЕДОНИЈА СПОРЕД *ДУИНГ БИЗНИС*

Во овој дел ќе го анализираме извештајот на Светска банка, *Дуинг бизнис 2013*, со цел да извлечеме во кои делови е неминовно реформирање на владините политики за привлекување на СДИ. Битно е да се напомене дека овој извештај на Светската банка и Меѓународната финансиска корпорација не врши мерење на директните странски инвестиции во рангираните држави, но ја посочува директната врска помеѓу олеснувањето на работењето за малите и средни домашни претпријатија, привлекувањето странски инвестиции, како и економскиот раст во целина. Според Светска банка, земјите што се наоѓаат на врвот на ранг-листата, во просек имаат 50 пати поголеми шанси да привлечат странски инвестиции од земјите што се во најниските 10 проценти на ранг-листата.

Според овој извештај, Република Македонија е една од земјите што постигнала поголем напредок во однос на поставените параметри во оваа студија, односно го достигнала високото 23 место. Резултатите што ги постигнала Република Македонија, се должат на над 30 реформи анализирани во изминатите 7-8 години. Република Македонија е петта на списокот држави кај кои е забележано подобрувањена условите за водење бизнис во изминатите години. Повисоко од нивната стартна позиција се искачиле само Грузија, Руанда, Белорусија и Буркина Фасо, што и не се некои репер-држави за Македонија.

Табела бр.15: Генерално рангирање на земјите според извештајот на *Дуинг бизнис2013*, според условите за водење на бизнис

Земја	Ранг во леснотија за водење на бизнис	Започнување на бизнис	Справување со дозволите за градба	Достап до електрична енергија	Регистрација на имот	Достап до кредит	Заштита на инвеститори	Плаќање на даноци	Надворешна трговија	Спроведување на договори	Решавање на несолвентност
Сингапур	1	4	2	5	36	12	2	5	1	12	2
Хонг Конг	2	6	1	4	60	4	3	4	2	10	17
Нов Зеланд	3	1	6	32	2	4	1	21	25	17	13
САД	4	13	17	19	25	4	6	69	22	6	16
Данска	5	33	8	14	6	23	32	13	4	34	10
Норвешка	6	43	23	14	7	70	25	19	21	4	3
Обединето Кралство	7	19	20	62	73	1	10	16	14	21	8
Република Кореа	8	24	26	3	75	12	49	30	3	2	14
Грузија	9	7	3	50	1	4	19	33	38	30	81
Австралија	10	2	11	36	37	4	70	48	44	15	18
Финска	11	49	34	21	24	40	70	23	6	9	5
Малезија	12	54	96	28	33	1	4	15	11	33	49
Шведска	13	54	25	9	35	40	32	38	8	27	22
Исланд	14	45	40	1	9	40	49	41	82	3	11
Ирска	15	10	106	95	53	12	6	6	28	63	9
Тајван	16	16	9	6	32	70	32	54	23	90	15
Канада	17	3	69	152	54	23	4	8	44	62	4
Тајланд	18	85	16	10	26	70	13	96	20	23	58
Мауритиус	19	14	62	44	60	53	13	12	15	58	64
Германија	20	106	14	2	81	23	100	72	13	5	19
Естонија	21	47	35	52	14	40	70	50	7	31	72

Саудиска Арабија	22	78	32	12	12	53	19	3	36	124	107
Македонија	23	5	65	101	50	23	19	24	76	59	60
Јапонија	24	114	72	27	64	23	19	127	19	35	1
Латвија	25	59	113	83	31	4	70	52	16	24	33
ОАЕ	26	22	13	7	12	83	128	1	5	104	101
Литванија	27	107	48	75	5	53	70	60	24	14	40
Швајцарија	28	97	50	8	15	23	169	18	35	20	45
Австрија	29	134	75	24	34	23	100	77	26	7	12
Португалија	30	31	78	35	30	104	49	77	17	22	23
Холандија	31	67	89	67	49	53	117	29	12	32	6
Ерменија	32	11	46	101	4	40	25	108	107	91	63
Белгија	33	44	57	82	176	70	19	75	29	18	7
Франција	34	27	52	42	146	53	82	53	27	8	43
Словенија	35	30	61	31	83	104	17	63	57	56	42
Кипар	36	37	80	98	99	53	32	31	18	108	25
Чиле	37	32	84	40	55	53	32	36	48	70	98
Израел	38	41	139	91	144	12	6	82	10	94	47
ЈАР	39	53	39	150	79	1	10	32	115	82	84
Катар	40	109	18	25	40	104	100	2	58	95	36
Порто Рико	41	12	156	37	128	12	19	104	96	101	24
Бахреин	42	88	7	48	29	129	82	7	54	113	27
Шпанија	44	136	38	70	57	53	100	34	39	64	20
Словачка	46	83	46	100	8	23	117	100	98	69	38
Црна Гора	51	58	176	69	117	4	32	81	42	135	44
Унгарија	54	52	55	109	43	53	128	118	73	16	70
Полска	55	124	161	137	62	4	49	114	50	56	37
Луксембург	56	93	33	63	134	159	128	14	32	1	52
Чешка	65	140	74	143	27	53	100	120	68	79	34

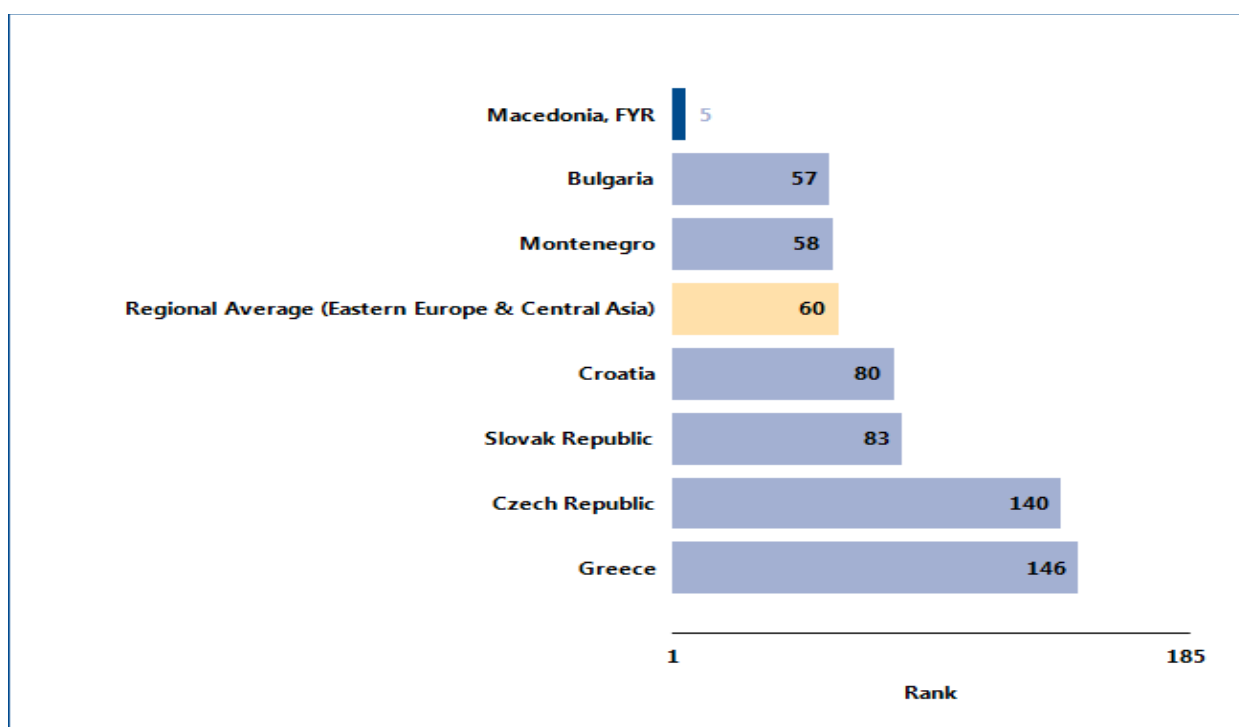
Бугарија	66	57	123	128	68	40	49	91	93	86	93
Азербејџан	67	18	177	175	9	53	25	76	169	25	95
Турција	71	72	142	68	42	83	70	80	78	40	124
Романија	72	68	129	168	72	12	49	136	72	60	102
Италија	73	84	103	107	39	104	49	131	55	160	31
Грција	78	146	31	59	150	83	117	56	62	87	50
Молдавија	83	92	168	161	16	40	82	109	142	26	91
Хрватска	84	80	143	56	104	40	139	42	105	52	97
Албанија	85	62	185	154	121	23	17	160	79	85	66
Србија	86	42	179	76	41	40	82	149	94	103	103
Кина	91	151	181	114	44	70	100	122	68	19	82
Косово	98	126	144	116	76	23	100	44	124	138	87
Малта	102	150	167	111	80	176	70	27	34	121	67
БиХ	126	162	163	158	93	70	100	128	103	120	83

Извор: World Bank "Doing Business 2013"

4.1. Започнување на бизнис

На глобално ниво, Република Македонија е петта во ранг-листата од вкупно 185 економии во однос на олеснувањето за отпочнување на бизнис. Во однос на економиите во Југоисточна Европа и Централна Европа, можеме да забележиме дека во Република Македонија е наједноставно да се започне бизнис.

Графикон бр.10: Рангирање на Република Македонија според постапката за започнување на бизнис



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

Според податоците од страна на *Дуинг бизнис*, за отпочнување на бизнис во Република Македонија потребни се две процедури, односно временски гледано, два дена.

Република Македонија, како и други реформаторски економии во светот, презеде чекори кои дадоа придонес за полесно започнувањето бизнис, односно рационализација на постапките со поставување на едно шалтерски систем, поедноставни или побрзи процедури преку воведување на нова технологија и намалување или елиминирање на минимум потребниот капитал. Реформите во делот на регистрација на бизнис најчесто се

реализираат во фази и тие често се дел од една поголема регулаторна реформа. Меѓу придобивките за фирмите се зголемување на задоволството и заштедите на финансиски средства, како и отворање на можности за работа.

Табела бр.16: Кои реформи ги направи Република Македонија за полесно отпочнувањето на бизнис според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

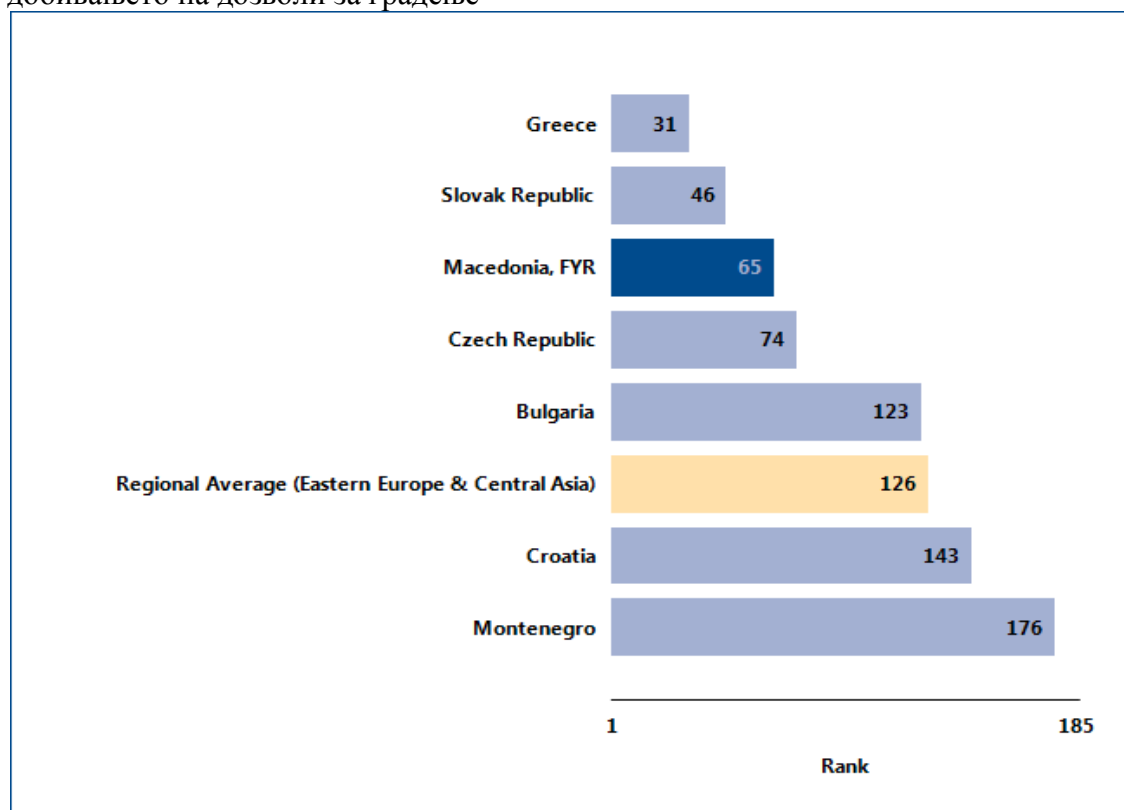
Doing Business	Реформа
DB 2008	Република Македонија ги намали уплатите на минималниот потребен капитал и вовеле онлајн систем на регистрација за започнување на бизнис.
DB 2009	Едно шалтерскиот систем е надграден за извршување на целосен спектар на почетните (startup) процеси на бизнис и намалување на бројот на процедури и денови.
DB 2010	Република Македонија го поедностави почетокот на бизнис со интегрирање на постапките на едно место.
DB 2011	Република Македонија направи полесно започнување на бизнис со натамошно подобрување на едно шалтерскиот систем.
DB 2012	Нема реформи
DB 2013	Република Македонија го направи започнувањето на бизнис полесно преку поедноставување на процесот за добивање на печат на фирмата

Извор: World Bank „Doing Business 2008 – 2013“

4.2. Дозволи за градење

Еден индикатор по кој Република Македонија постигна најмногу успех во целиот регион е издавањето дозволи за градба. Само за илустрација во 2005 година требало да се завршат околу 20 процедури за да се добие градежна дозвола, а временскиот период бил околу една година. Преку спроведените реформи во изминатите години, со цел подобрување на тој индикатор, моментално се потребни 10 процедури за добивање на градежна дозвола, односно временски период од околу четири месеци. Тоа е релативно краток период за издавање на градежна дозвола, ако се има предвид дека треба да се спроведат одреден број на регулативи.

Графикон бр.11: Како Република Македонија и други земји се рангираат според добивањето на дозволи за градење

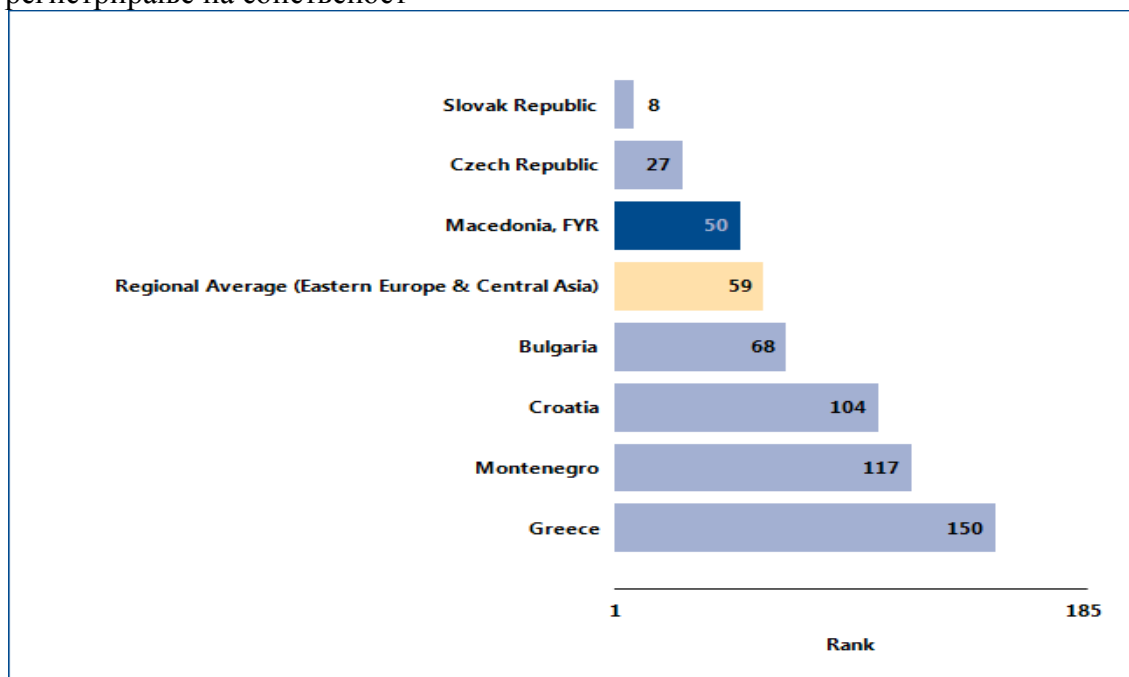


Извор: World Bank „Doing Business 2013“

4.3. Регистрирање на сопственост

На глобално ниво, Република Македонија, се наоѓа на 50 место во ранг од 185 економии за олеснување на регистрирањето на имотот. Споредено со економиите во регионот, Македонија се наоѓа на многу подобра позиција.

Графикон бр.12: Како Република Македонија и другите земји се рангираат според регистрирање на сопственост



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

Тоа е направено со помош на реформите во делот на дозволи за градба, рационализација на постапките и пренесување на надзорните процеси на приватниот сектор. Регистрацијата на имот е олеснета со намалување на нотарските надоместоци и спроведување на временските рокови утврдени во Законот за катастар на недвижности. Дополнително, воспоставувањето на приватно кредитно биро го подобри кредитниот информативен систем. Исто така, законските измени ја зголемија транспарентноста на стечајната постапка.

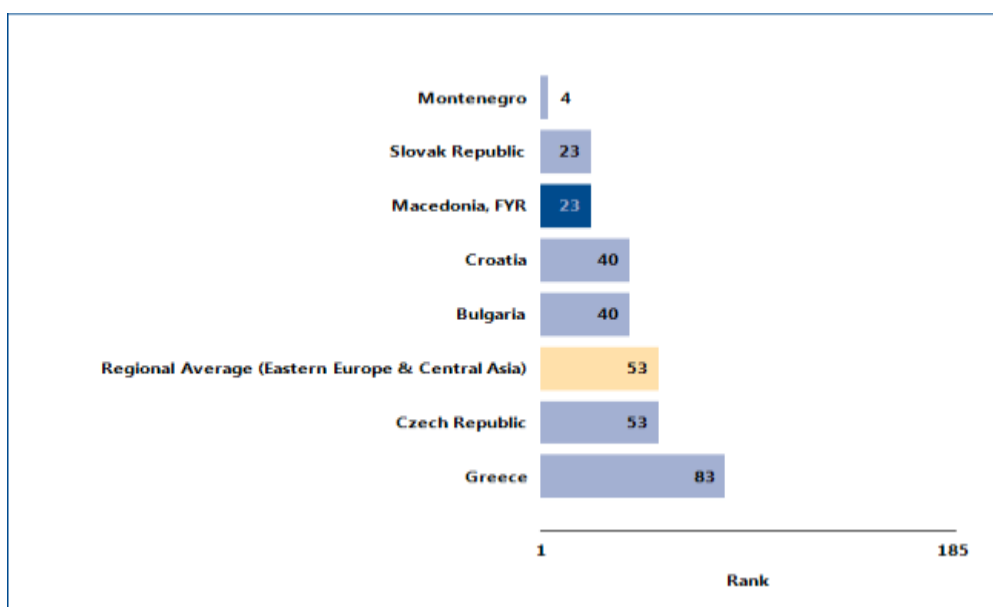
Табела бр.17: Кои реформи ги спроведе Република Македонија за полесна регистрација на имот според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

Doing Business	Реформа
DB 2008	Без реформи според DB.
DB 2009	Новиот Закон за катастар го намали времето потребно за регистрација на имот преку зголемување на персоналот во канцеларијата на Катастарот. Како резултат на зголемениот капацитет, намалено е времето за добивање на копија од имотен лист од Катастарот и време за добивање на нов имотен лист.
DB 2010	Република Македонија го олесни процесот на регистрација на имот со нови рокови во Катастарот на недвижности, намалување на просечното време за регистрирање на имотен лист од 8 дена, додека Сертификат за неоптовареност на недвижности сега може да се добие од Централен Регистар наместо преку суд.
DB 2011	Без реформи според DB.
DB 2012	Македонија го направи регистрирањето на имот полесно со намалување на нотарските надоместоци и спроведување на временски ограничувања.
DB 2013	Без реформи според DB.

4.4. Достапност до кредити

Според овој индикатор, Македонија има резултат од индекс 6 на обем на кредитни информации и индекс 7 во сила на законските права. Повисоките оценки укажуваат на повеќе кредитни информации и посилни законски права за должниците и кредиторите. На глобално ниво, Македонија, се наоѓа на 23 место во ранг на 185 економии во делот на олеснување на постапката за добивање на кредит.

Графикон бр.12: Рангирање на Република Македонија според достапност до кредит



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

По направените реформи, што може да се видат во табелата бр.18, можеме да заклучиме дека е постигнат напредок, но и дека сèуште постои добар простор за унапредување на постојната ситуација.

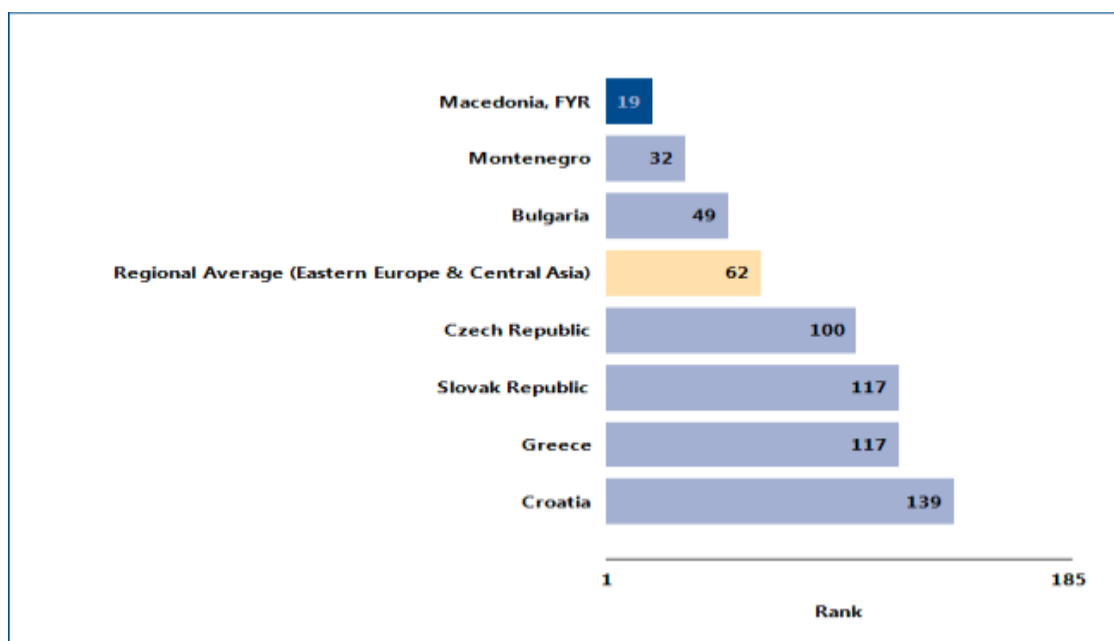
Табела бр.18: Кои реформи ги направи Република Македонија за полесна достапност до кредит според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

<u>Doing Business</u>	Реформа
DB 2008	Без реформа според DB.
DB 2009	Во Република Македонија, новиот Закон за заштита на личните податоци гарантира дека должниците се во можност да ги видат податоците зачувани во јавниот кредитен регистар. Должниците сега може да ги проверат своите кредитни информации, подобрување на квалитетот и точноста на информациите во регистарот.
DB 2010	Јавното кредитно биро во Република Македонија ја зголеми покриеноста која се должи на подобрената база на податоци, вклучување на повеќе информации и намалување на минималниот кредитен праг.
DB 2011	Без реформа според DB
DB 2012	Македонија го подобри својот кредитен информативен систем, преку воспоставување на приватно кредитно биро.
DB 2013	Без реформа според DB

4.5. Заштита на инвеститорите

Економијата има индекс од 7,0 според силата на заштита на инвеститорите. Додека на глобално ниво Република Македонија го зазема 19-тото место во конкуренција на 185 економии во делот на заштита на инвеститорите. Но овој индикатор не ги мери сите аспекти поврзани со заштитата на малцинските инвеститори. Повисокото рангирање не укажува на тоа дека регулативите на економијата нудат посилна заштита на инвеститорите.

Графикон бр.13: Рангирање на Република Македонија според заштитата на инвеститори



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

Сепак, со направените реформи прикажани во табела бр.19, Република Македонија е далеку во подобра ранг-позиција од земјите во регионот.

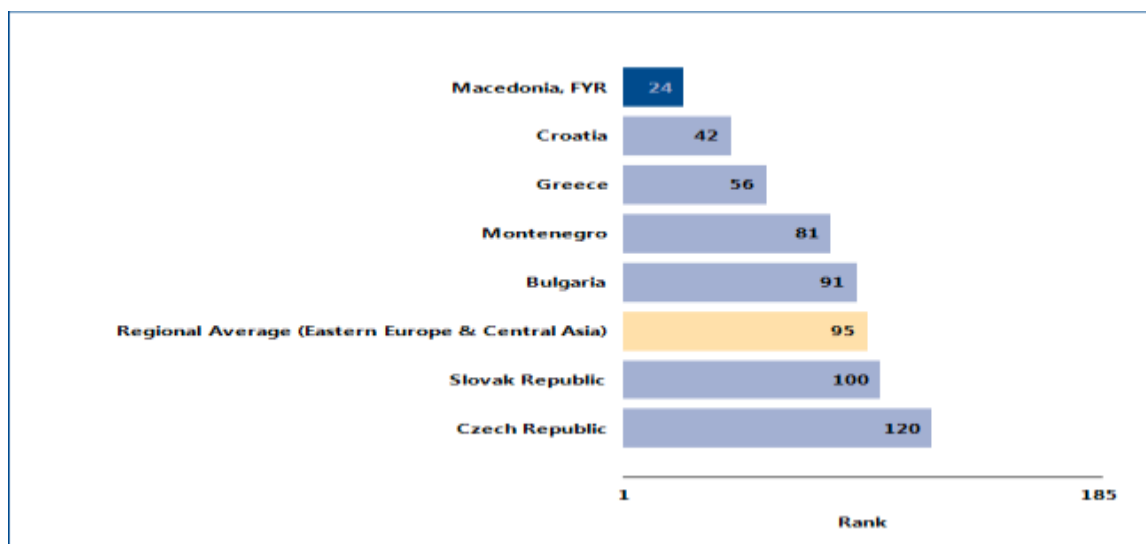
Табела бр.19: Кои реформи ги направи Република Македонија за поголема заштита на инвеститорите според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

<u>Doing Business</u>	Реформа
DB 2008	Без реформа според DB.
DB 2009	Без реформа според DB
DB 2010	Македонија ја зголеми заштитата на инвеститорите преку регулирање на одобрување на трансакциите помеѓу заинтересираните страни, зголемување на барањата за поголема транспарентност во годишните извештаи, како и правејќи го полесен процесот на покренување на тужби во случај на штетни трансакции помеѓу инволвираните страни.
DB 2011	Без реформа според DB.
DB 2012	Без реформа според DB.
DB 2013	Без реформа според DB.

4.6. Плаќање даноци

Во овој параметар е утврден административниот товар во согласност со даноците во Република Македонија и колку фирми плаќаат даноци. Според истражувањата на Светска банка, во студијата утврдиле дека во просек фирмите прават 29 даночни плаќања годишно, а трошат 119 часа годишно на подготовка и плаќање наданоци, додека вкупните даноци што се платени, во просек изнесуваат 9,4% од добивката. На глобално ниво, Република Македонија се наоѓа на 24 место во ранг од 185 економии во олеснување на плаќањето даноци.

Графикон бр.14: Рангирање на Република Македонија според плаќање на даноци



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

Република Македонија во овој дел направи бројни реформи кои придонесоа до намалување на даноците, но и процедурите за нивно плаќање, а тоа можеме да го забележиме во табелата број 20.

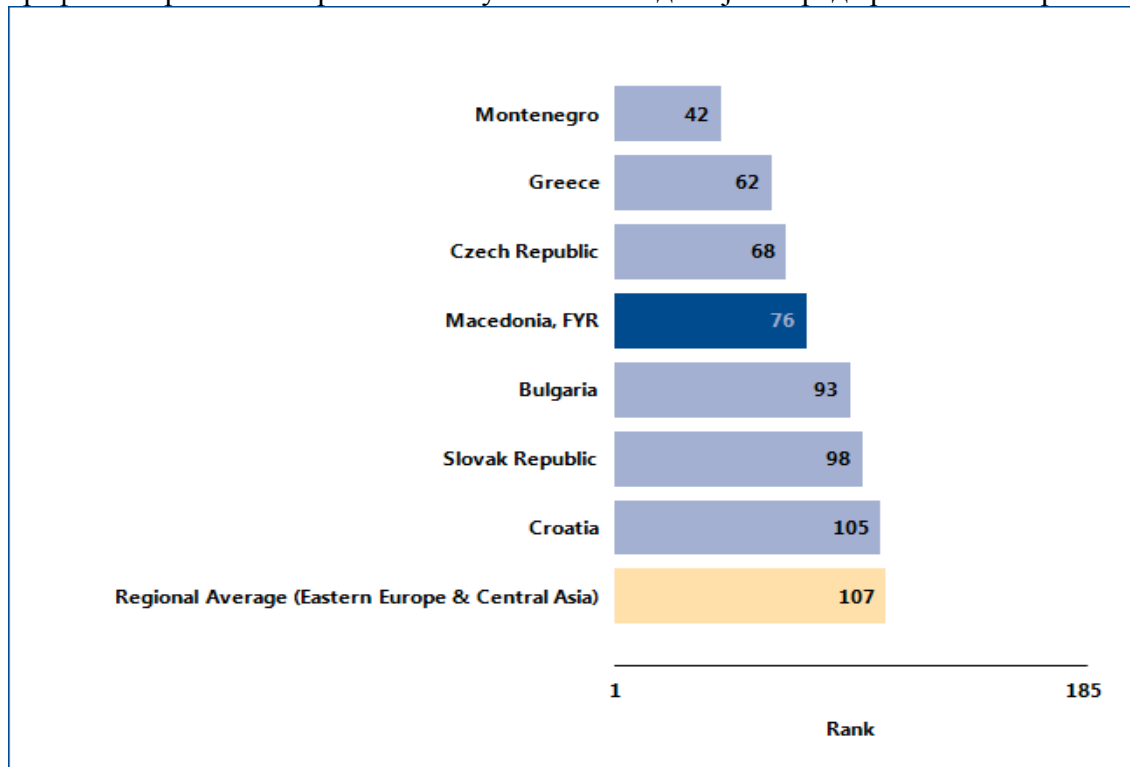
Табела бр.20: Кои реформи ги направи Република Македонија за олеснување во плаќањето на даноци според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

<u>Doing Business</u>	Реформа
DB 2008	Македонија го намали даночното оптоварување на компаниите преку намалување на данокот на добивка и овозможи полесно плаќање даноци за компаниите преку воведување на електронски средства за пријавување на даноци за исплата.
DB 2009	Од 1 јануари 2008, данокот на добивка се намали до 10%.
DB 2010	Македонија ја зајакна исплатата на социјалната сигурност според пет вида и вовеле намалени стапки за социјално осигурување.
DB 2011	Македонија ги намали трошоците на данок за бизнис со барање за корпоративниот данок на доход да се плаќа само за распределена добивка
DB 2012	Без реформа според DB.
DB 2013	Без реформа според DB.

4.7. Прекугранична соработка

Според податоците собрани од страна на *Дуинг бизнис*, за остварување на извозот, неопходни се шест документи, а временски трае 12 дена и целокупната постапка чини 1376 САД \$. За увозот на ист контејнер на стоки се неопходни шест документи, а временски се потребни 11 дена и чини 1380 САД \$. На глобално ниво, Република Македонија, се наоѓа на 76 место на ранг-листата од 185 економии во делот на прекугранична трговија.

Графикон бр.15: Рангирање на Република Македонија според трговската соработка



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

Табела бр.21: Кои реформи ги направи Република Македонија за олеснување на постапките во делот на прекуграничната соработка според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

<u>Doing Business</u>	Реформа
DB 2008	Без реформа според DB.
DB 2009	Рационализација наплаќање на царина, структурни дозволи, подобрување на инспекцијата, поедноставување на царинската постапка, како и укинување на еден документ кој доведе до намалување на времето за извозот и увозот
DB 2010	Без реформа според DB.
DB 2011	Без реформа според DB.
DB 2012	Без реформа според DB.
DB 2013	Без реформа според DB.

Индикаторите за Македонија се базираат на еден сет конкретни процедурални барања за тргување и стандардна испорака на стоки во преку океанскиот превоз. Информациите за постапките, како и потребните документи и време, а воедно и трошоците за завршување на секоја постапка се собираат од локалните шпедитери, превозни линии, царински брокери, пристаништа и официјални лица во банките.

Табела бр.22: Процедури и потребни документи за увоз и извоз од Република Македонија

Процедури за извоз	Време (денови)	Трошоци (САД \$)
Подготовка на документи	4	86
Царинење и техничка контрола	1	50
Пристаништа и терминал	5	560
Внатрешен транспорт	2	680
Вкупно	12	1376

Процедури за увоз	Време (денови)	Трошоци (САД \$)
Подготовка на документи	4	90
Царинење и техничка контрола	1	50
Пристаништа и терминал	4	560
Внатрешен	2	680
Вкупно	11	1380

Документи за извоз
Фактура
Сертификат за потекло
Комерцијална фактура
Документ за превоз - ЦМР
Царинска извозна декларација
Прием на царински извозен терминал

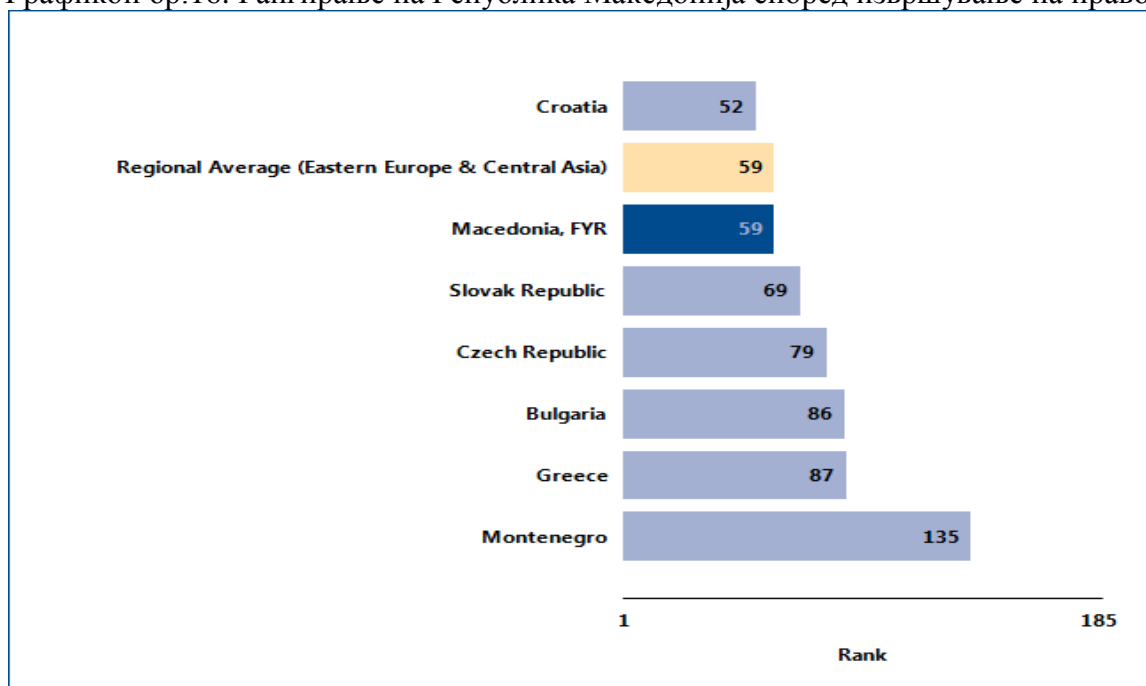
Документи за увоз
Фактура
Комерцијална фактура
Документ за превоз - ЦМР
Царинска увозна декларација
Прием на царина - увозен терминал
Транзитен документ

Извор: World Bank „Doing Business 2013“

4.8. Правосилност на договор

Во овој параметар се утврдува колку е ефикасен процесот на решавање на спорите преку судовите во Македонија. Според податоците од *Дуинг бизнис*, за спроведување на договорот се потребни 370 дена, додека трошоците изнесуваат 31,1% од вредноста на побарувањето, а неопходни се 37 постапки. На глобално ниво, Македонија, се наоѓа на 59 место на ранг-листа од 185 економии за олеснување на спроведувањето на договорите.

Графикон бр.16: Рангирање на Република Македонија според извршување на правото



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

Иако се направени одредени реформи во судството, сепак не може да сме потполно задоволни со спроведувањето на правосилноста на договорите, што се потврдува и со рангирањето на глобално ниво. Еден од битните елементи за влез на странските директни инвестиции е ефикасен правен систем и ефикасно спроведување на правото.

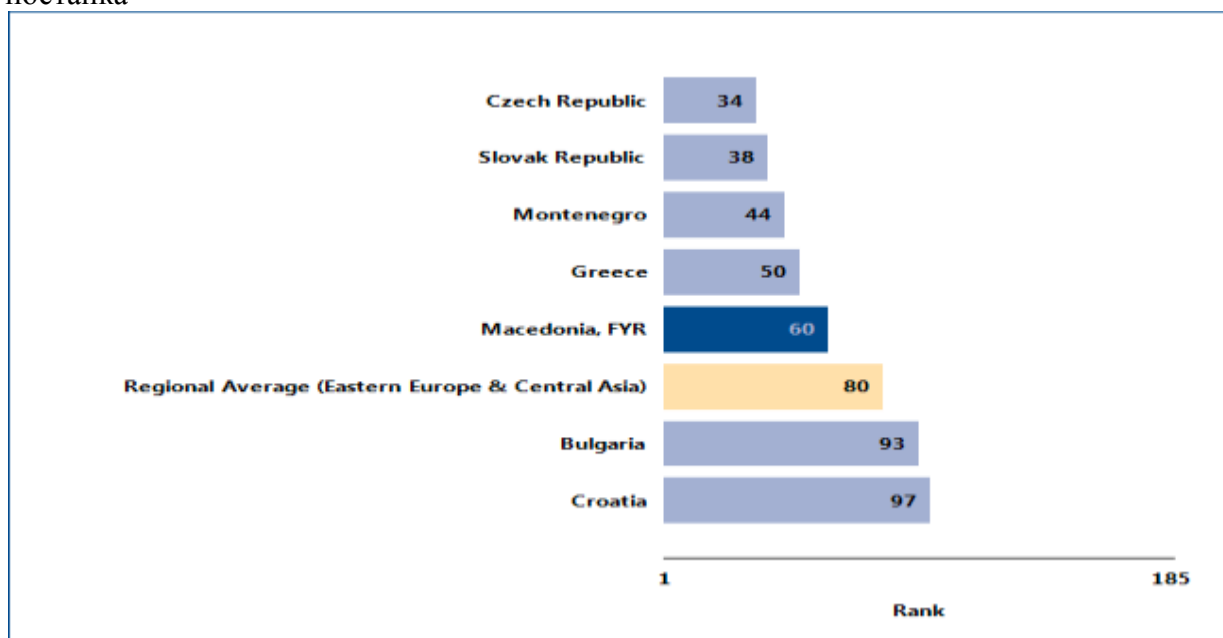
Табела бр.23: Кои реформи ги направила Македонија за олеснување во спроведувањето на комерцијални договори според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

<u>Doing Business</u>	Реформа
DB 2008	Без реформа според DB.
DB 2009	Македонија продолжи со систематско екипирање на судовите со електронски систем. Основните судови во Скопје станаа оперативни.
DB 2010	Без реформа според DB.
DB 2011	Без реформа според DB.
DB 2012	Без реформа според DB.
DB 2013	Без реформа според DB.

4.9. Разрешување на стечајна постапка

Брзината, ниските трошоци, како и продолжувањето на одржлив бизнис се карактеристики на топ-реформаторските економии. Овој параметар утврдува колку ефикасно се спроведува стечајна постапка во Република Македонија. Според податоците собрани од страна *Дуинг бизнис* за решавањето на постапката за несолвентност, временски трае во просек две години, а чини во просек 10% од имотот на должникот. На крај, најверојатниот исход е компанијата да се продава на делови. Просечната стапка на поврат е 42,2 центи на долар. Според овие показатели на глобално ниво, Република Македонија е рангирана 60 од вкупно 185 економии.

Графикон бр.17: Рангирање на Република Македонија според разрешување на стечајна постапка



Извор: World Bank „Doing Business 2013“

Табела бр.24: Кои реформи ги направи Република Македонија во делот на разрешување на стечајната постапка според извештајот на *Дуинг бизнис* 2008 – 2013 година

<u>Doing Business</u>	Реформа
DB 2008	Без реформа според DB.
DB 2009	Без реформа според DB.
DB 2010	Без реформа според DB.
DB 2011	Без реформа според DB.
DB 2012	Република Македонија ја зголеми транспарентноста на стечајните постапки преку измени и дополнувања на Законот за стечај на компаниите.
DB 2013	Без реформа според DB.

5. КОМПАРАТИВНА АНАЛИЗА НА ПАРАМЕТРИТЕ ЗА ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА СДИ–МАКЕДОНИЈА ВО ОДНОС НА РЕГИОНОТ НА ЈИЕ

Во последната деценија, забележуваме значајни промени во инвестициската политика на земјите од регионот на ЈИЕ кои резултираа со создавање на поволна клима за бизнис за привлекување на СДИ. Во тој поглед, оваа анализа ќе ја засноваме на компарација на амбиентот за привлекување на инвестиции во Република Македонија во споредба со регионот на ЈИЕ, базиран на три основни елементи кои ја детерминираат одлуката на идните инвеститори:

- стандардни или општи ризици на работењето на странските инвеститори (политички ризик, финансиски ризик, ниво на транспарентност на процедурите, административен систем итн.);
- ниво на достигнати законски реформи за создавање на општи услови за работење на домашните и странските инвеститори, заедно со нивото на остварени фискални, регулаторни и финансиски поттикнувања за привлекување на СДИ;
- ниво на основни оперативни трошоци за работењето (работна сила, енергија, земјиште);

5.1. Стандардни или општи ризици на работењето

Прв индикатор на земјите за нивната инвестициска клима, претставуваат стандардните ризици на кои инвеститорите посветуваат особено внимание во делот на донесување на одлука за инвестирање. Овие ризици пред сè се однесуваат на политичката, макроекономската и фискалната стабилност.

5.1.1 Индекс на економски слободи

Еден од најдобрите показатели што ги опфаќа стандардните ризици претставува Индексот на економски слободи²⁰³, кој претставува вредност на најзначајните макроекономски индикатори (фискална, инвестициска, трговска, монетарна слобода итн). Според податоците на *Фондацијата Херитиџ* од 2013 година, во регионот на ЈИЕ најдобро рангирана е Македонија (42 место), а најлошо рангирана е Босна и Херцеговина (102 место).

Табела бр.25: Индекс на економски слободи

Земја	Оценка	Правна заштита на имот	Корупција	Бизнис слобода	Слобода на пазарот на труд	Монетарна слобода	Владини трошења	Фискална слобода	Трговска слобода	Слобода во инвестирање	Финансиска слобода
Македонија	68,2	35	39	80,3	78,4	84	69,1	91,4	84,6	60	60
Албанија	65,2	30	31	81	49	78.4	75.1	92.6	79.8	65	70
Хрватска	61,3	40	40	63	42.4	81.1	48.7	75.4	87.5	75	60
Србија	58,6	40	33	60.2	70.4	65.3	40.3	84.2	77.9	65	50
Црна Гора	62,6	40	40	72.7	71.4	79.9	41.5	92.4	83	55	50
БиХ	57,3	20	32	54.3	61.2	79	26.9	83.2	86.4	70	60

Извор: www.heritage.org/index/ranking

Според категоризацијата на *Херитиџ*, сите земји од регионот се оценети главно како слободни (од 61,3 до 68,2), освен Србија и Босна и Херцеговина, кои се наоѓаат во категоријата претежно не слободни. Ако ги разгледаме параметрите ќе забележиме дека сите земји имаат добиено доста високи оценки во делот на фискална, монетарна и трговска слобода. Спротивно на ова, во делот на правна заштита на имот, корупција, добиле доста слаби оценки.

²⁰³Индексот на економски слободи (IEF) ги рангира земјите според десет категории кои воедно претставуваат одлични индикатори за инвеститорите. Тие параметри се: слобода за правење бизнис, трговска слобода, фискална слобода, владини трошења, монетарна политика, движење на капиталот и СДИ, финансиска слобода, корупција, пазар на трудот и правна заштита на имот. Врз основа на овие категории се оформува конечната оценка за земја. Земјите се поделени во пет категории: слободни (79,9-100), претежно слободни (70-79,9), главно слободни (60-69,9), претежно неслободни (50-59,9) и рестриктивни (0-50). За определувањето на финалниот резултат за економска слобода на секоја од земјите се користат статистичките податоци на: Светска банка, ММФ и EIU. Извор: www.heritage.org/index/ranking

5.1.2. Финансиски ризик на земјите според *Стандард и Пурс*

Табела бр.26: Кредитен рејтинг според *Стандард и Пурс*

Рејтинг	Q4.10	Дец-11	Јан-12	Феб-12	Мар-12
Албанија	Б+	Б+	Б+	Б+	Б+
БиХ	Б+	Б	Б	Б	Б
Македонија	ББ	ББ	ББ	ББ	ББ
Црна Гора	ББ	ББ	ББ	ББ	ББ
Србија	ББ-	ББ	ББ	ББ	ББ
Хрватска	ББ+	ББ+	ББ+	ББ+	ББ+

Извор: Standard & Poor's

Според утврдените рејтинзи за земјите од ЈИЕ од страна на *Стандард и Пурс*, може да се констатира дека сите земји поседуваат стабилен кредитен рејтинг кој придонесува за понатамошно зголемување на приливот на СДИ во наредниот период. Хрватска има најдобар кредитен рејтинг во регионот, а најслаб БиХ, додека Македонија, Црна Гора и Србија имаат приближно идентичен кредитен рејтинг.

5.1.3. Индекс на транспарентност

Како еден од најзначајните ризици, кој транснационалните компании го окарактеризирале како клучен за регионот на ЈИЕ, а кој се однесува и на Република Македонија, претставува ризикот од корупција, односно транспарентност. Овој и финансискиот ризик се карактеристични за земјите од ЈИЕ, како земји од пост-транзициски регион. Како квантитативен облик за истражување на капацитетот на транспарентност на земјите се користи индексот на транспарентност. Скалата е од 0 до 100 поени каде што 0 е највисок степен на корупција, додека 100 е најнизок степен на корупција. За да биде земјата вклучена во определување на индексот на перцепција на корупцијата, мора да поседува минимум три извори на проценка на земјата.

Табела бр.27: Индекс на перцепција на корупцијата 2014 година²⁰⁴

Држава	Индекс на перцепција на корупција	Број на користени студии	Ширина на доверба
Албанија	33	7	31-35
БиХ	39	7	37-41
Хрватска	48	9	43-53
Македонија	45	6	35-55
Србија	41	7	36-46
Црна Гора	42	4	35-49

Извор: Transparency International Corruption Perceptions Index 2014

<https://www.transparency.org/cpi2014/results> (последно пристапено 17.10.2015г)

Од табелата бр.27 можеме да забележиме дека индексот на перцепција на корупција во земјите од регионот се движи од 33 поени како највисок степен на корупција забележан во Албанија до 48 поени како најнизок степен на корупција, забележан од страна на Хрватска. Во споредба на 175 земји, најдобро рангирана земја од регионот е Хрватска, која се наоѓа на 61 место, додека Албанија е на 110 место. Македонија го зазема 64 место кое го дели со Оман и Турција, потоа доаѓаат другите земји од регионот.

Имајќи ја предвид значајноста на ризикот од корупција кој странските инвеститори го наоѓаат како причина за неинвестирање во регионот на транзициски земји, очигледна е интенцијата на Владата на Република Македонија за посебно третирање на овој проблем во нејзината стратегија, а со цел зголемување на транспарентноста на постапките и намалување на корупцијата. Тоа има за цел создавање на имиџ за Република Македонија, во поглед на создавање на ефикасен систем.

²⁰⁴Transperency International the Global Coaliton agninst corruption <https://www.transparency.org/cpi2014/results> (последно пристапено 17.10.2015г)

5.1.4. Индекс на правата на интелектуална сопственост

Ризикот од заштита на правата на интелектуалната сопственост не спаѓа во конвенционални ризици, но последниве години претставува ризик чија значајност во перцепцијата на инвеститорите е нагло зголемена. Причина за тоа е растечкиот тренд за инвестирање во развој и истражувања, како и отворање на голем број центри за управување во земјите во развој, кои не ги заобиколуваат ни земјите од ЈИЕ. Во Република Македонија постои законска рамка за заштита на правата на интелектуална сопственост иако сèуште е дискутабилна и имплементацијата во практика поради уочливата слабост на целокупниот законски систем во државата.

Табела бр.28: Индекс на заштита на интелектуалната сопственост

Земја	Индекс/ранг место
Албанија	4,4/102
БиХ	4,3/107
Хрватска	5,3/65
Македонија	4,7/87
Србија	4,2/113
Црна Гора	5,1/72

Извор: International Property Right Index, Report 2012

(www.internationalpropertyrightsindex.org, последно пристапено 13.09.2013)

Македонија го дели 87 место со Аргентина, Хондурас, Филипини, Виетнам и Замбија од вкупно 130 држави опфатени во рангирањето. Најдобро рангирана е Хрватска на 65 место, додека најлошо рангирана е Србија на 113 место.

5.2. Ниво на достигнати законски реформи за создавање на општи услови за работење

Компаративната анализа на законските реформи и административните поттикнувачки мерки на Република Македонија со другите земји од ЈИЕ, се базира на најзначајните информации, важни од аспект на интересот на странските инвеститори.

Табела бр.29: Компаративен приказ на одредени параметри кои се од интерес на странските инвеститори

Земја	Данок на добивка	Данок на добивка на корпоративно ниво	Големина на пазар	БДП пер capita	Невработеност	Прилив на странски инвестиции (во милиони)
Албанија	10%	10%	3,2	7741	13,5	1031,4
БиХ	10%	10%	3,9	8133	43,3	435,1
Хрватска	40%	20%	4,4	18192	17,7	1494,1
Србија	15%	10%	7,4	10642	23,4	2709,3
Македонија	10%	10%	2,1	10367	31,4	421,9
Црна Гора	9%	9%	0,6	11545	11,5	558,1

Извор: Heritage Organization/Explore the Data (www.heritage.org/index, последно пристапено 27.08.2014 г.)

Регионот на ЈИЕ, генерално, е конкурентен во поглед на даночната политика и фискалните поттикнувања на кои се инсистира. Овој регион има најкомпетитивна стапка на данок на добивка на персонално и корпоративно ниво во европскиот регион.

Но, забележително е дека се работи за релативно мали пазари со доста помала економска моќ во споредба со пазарот на ЕУ. Невработеноста е доста висока во целиот регион и покрај преземањето мерки од страна на владите за нејзино сузбивање и креирање на нови работни места. Во однос на приливот на СДИ, Србија е лидер во регионот, додека Македонија го зазема последното место.

Стремејќи се Македонија да биде дел од европското семејство во својство на полноправна членка на ЕУ, усвоени се низа закони кои се усогласени со законодавството и стандардите на ЕУ. Истите закони поставија подобра рамка за спроведување на економската политика, но сепак треба континуирано да се работи на подобрување на стандардите и нивно приближување до оние што ги бара ЕУ. Мораме да напоменеме дека Македонија направи значајни чекори во насока на подобрување на законската регулатива и создавање на поволни услови за инвеститорите, како и создавање на институции за привлекување на инвестиции, но сепак треба да се обрне поголемо внимание на т.н. имплементациски јаз (бавност или непочитување на примената на законите), кој се карактеризира како главен проблем за инвестирање во Република Македонија.

5.3. Ниво на оперативни трошоци за инвестирање на странските инвеститори

Третата група индикатори која е карактеристична за завршната фаза на донесување на олуки за инвестирање, претставува висината на оперативните трошоци .

Табела бр.30: Оперативни трошоци за инвестирање

Земји	Ценовно ниво за инвестирање	Ценовно ниво во градежништво	Цена на струја	Цена на природен гас	Цена на вода
Албанија	57	41	€11,60/100kWh	n/a	€0,22/m ³
БиХ	57	38	€3,60-13,20/100kWh	€0,45-0,46/Sm ³	€1,53-1,66/m ³
Македонија	56	39	€3.85/100kWh	€0,45/Sm ³	€0,20-107/m ³
Србија	63	42	€4,76/100kWh	€0,35-0,42/Sm ³	€0,20-0,75/m ³
Хрватска	70	56	€9,04/100kWh	€0,21/Sm ³	€1,07/m ³
Црна Гора	66	52	€6,28/100kWh	n/a	€0,37/m ³

Извор: Eurostat, Vienna institute for International Economic Studies (www.data.wiiw.ac.at, последно пристапено 25.08.2014 г.)

Во однос на земјите од регионот, најевтино да се инвестира е во Македонија, според статистичките податоци на Еуростат. По Македонија, следуваат БиХ и Албанија со 57 поени, додека најскапа земја за инвестирање претставува Хрватска со 70 поени. Што се однесува до рангирањето според ценовното ниво во делот на градежништвото, во БиХ е најевтино да се гради, потоа во Македонија, Албанија и Србија, додека, повторно, најскапо да се гради е во Хрватска.

Според споредбата во однос на просечните трошоци за електрична енергија, можеме да забележиме дека цената на струјата е најниска во Македонија додека највисока е во Албанија. Цената на природниот гас е најевтин во Хрватска, додека највисок е во БиХ и Македонија. Највисока цена за вода се плаќа во БиХ додека најниска во Македонија, Србија и Албанија.

Што се однесува до просечната плата во регионот, најниска е во Албанија, каде што изнесува скромни 292 евра, во Македонија просечната плата изнесува 497 евра, па потоа следува Србија со 512 евра, Црна Гора со просечна плата од 643 евра, БиХ со 651 евро и Хрватска со највисока просечна плата во регионот која изнесува 1051 евра.

5.4. Целна група инвеститори и целни сектори за промоција

Врз основа на претходните анализи и компарации на Република Македонија во однос на регионот, може да се позиционираат или утврдат целните групи на странски инвеститори, како и целните сектори на кои и понатаму треба да се фокусира државата во идните промотивни активности. Тоа се:

- средни и големи претпријатија од соседните и блиските развиени земји кои се соочуваат со потреба од ширење на производството;
- интернационални компании кои не се присутни во регионот;
- интернационални компании кои веќе се присутни во соседните држави, а на кои може да им се понуди конкурентна локација за логистички и дистрибутивни центри;
- компании кои веќе соработуваат со македонски фирми и се едни од главните надворешни трговски партнери.

Врз основа на досегашното искуство, а разгледувајќи го досегашниот влез на СДИ, најзначајни се оние сектори во кои Македонија има традиција и искуство, како и знаење. Тие сектори би биле: индустријата за храна и пијалаци, металната индустрија, енергетиката, телекомуникациите, текстилната индустрија, автомобилската индустрија, фармација и туризам.

Концептот за промоција и привлекување на инвестиции во Република Македонија се состои од неколку активности неопходни за реализација на зацртаните цели, односно обезбедување на што поголем прилив на инвеститори во земјата. Тие активности би ги групирале како:

- Промоција на погодностите на Република Македонија како привлечна локација за странски директни инвестиции. Овој процес е уште познат како процес на градење имиџ. За спроведување на оваа активност треба да се идентификува перцепцијата

на потенцијалните инвеститори и врз основа на тоа да се постават целите на перцепција. Ударните промотивни пораки што се користат за остварување на целите, мора да ги имаат предвид и да ги содржат специфичните конкурентски предности на државата. Изборот на начинот за промоција зависи од целната група. Активностите на огласување треба да бидат ускладени со другите активности кои се во релација на придобивање на странски инвеститори.

- Обезбедување на странски директни инвестиции преку непосредна промоција. Привлекувањето на СДИ со непосредна промоција е најдобар начин за воспоставување на врска со нови потенцијални инвеститори, затоа што станува збор за директен пристап приспособен за инвеститорите. Република Македонија ја спроведе оваа активност преку организирање на форуми за бизнис, *роуд-шоу* и учество на светски саеми за индустриски гранки, кои се од особен интерес за привлекување на странски инвеститори.
- Услуги за странските инвеститори. Овие услуги можеме да ги поделиме во три групи и тоа:
 - услуги во прединвестицискиот период – обезбедување на информации, поддршка на посетите на инвеститорите и воспоставување на врска со други институции;
 - услуги во процес на инвестирање – обезбедување на помош во процесот на добивање дозволи и согласности од надлежни органи, обезбедување на соодветна локација за инфраструктура и помош во решавањето на почетните проблеми што се јавуваат кај сите нови инвестиции, како и преговарање за евентуални субвенции;
 - услуги во постинвестицискиот период – одржување на бизнис врска со постоечките инвеститори, анимирање и помош при нови инвестиции, помош при формирање на доставувачки мрежи меѓу домашните фирми и странските инвеститори.

Табела бр.31:СВОТ анализа на Република Македонија во однос на привлекување на СДИ

ПРЕДНОСТИ	СЛАБОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> - Макроекономска стабилност - Регионално компетитивен финансиски ризик - Даночен амбиент - Достигнато ниво на приватизација и солидно ниво на остварени економски реформи - Обновување на постоечките и креирање на нови институции - Реструктуриран и приватизиран банкарски систем - Развиена телекомуникациска структура - Солидно ниво на високообразован кадар - Национален третман на странските инвеститори - Ниски царински стапки - Постојење на ТИРЗ - Кратко време за регистрирање на фирма (4 сати) - Можности за користење на даночни олеснувања и погодности - Субвенции за градење до 500.000 евра во ТИРЗ - Одлична локација (близина до западно европските пазари) - Погодна временска зона за работење на светските берзи (Азија и САД) - Посветеност на Владата на РМ за создавање на поволен амбиент за привлекување на СДИ 	<ul style="list-style-type: none"> - Недоволно развиена инфраструктура - Лимитирани природни ресурси - Имплементациски јаз во примарните клучни закони - Лош судски систем - Големина на пазар - Недоволна координација помеѓу институциите задолжени за привлекување на СДИ - Чести промени на урбанистичките планови - Недоволно ниво на <i>ноу-хау</i> (know-how) (особено во менаџерските вештини) - Немање излез на море - Чести законски измени - Политичка неизвесност
МОЖНОСТИ	ОПАСНОСТИ
<ul style="list-style-type: none"> - Понатамошен развој на финансиските пазари - Усогласување на законските прописи од областа на работничките односи согласно со стандардите на ЕУ - Изградба на капитални инфраструктурни објекти преку задолжување кај меѓународни финансиски институции или преку давање на истите на концесии - Реформи во образованието во склад со потребите на развојните сектори во Р. Македонија 	<ul style="list-style-type: none"> - Продлабочување на светската економска криза, особено во делот на ЕУ - Република Македонија не е член на НАТО и ЕУ што ја намалува сигурноста кај инвеститорите - Политички проблеми (добрососедски односи) - Нивото на корупција - Политичка криза

Инвеститорите, при одлучувањето, покрај горенаведените фактори ги земаат предвид и следните четири вида барања:

1. Барање на производни ресурси (input resource seekers)
2. Барање на пазар (market seekers)
3. Барање на намалени трошоци (reducing cost seekers)
4. Барање на клиенти (client followers).

Наведените целни облици на инвестирање се примарни во процесот на одлучување и во врска со нив Македонија не може директно да привлече внимание. Меѓутоа, за инвеститорите е истовремено многу важна и бизнис климата во една земја. Тоа значи дека, макроекономската стабилност, сопственичката структура и заштитата на сопственичките права по процесот на приватизација, присуство на останати конкуренти, нивото на *ноу-хау* (know how), итн., претставуваат важни елементи во донесување на одлуки, но дури тогаш кога регионот за инвестирање е веќе позициониран²⁰⁵.

²⁰⁵Haico, E. (2004), "FDI Theory: The investment Development Path", *International Journal of Emerging Markets* p.57

III ДЕЛ –СТРАТЕГИЈАТА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО ПРОМОЦИЈА И ПОТТИКНУВАЊЕ НА СДИ

1. ЗНАЧЕЊЕТО И УЛОГАТА НА ИНВЕСТИЦИСКАТА ПОЛИТИКА И НАЦИОНАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

Инвестициската политика претставува економска категорија која ги разгледува клучните и едни од најзначајните фактори на економскиот развој, односно инвестициите. Од нивниот обем, структура и ефикасност на употребата е детерминиран процесот на економскиот развој на една земја.

Најзначаен дел од развојната макроекономска политика е инвестициската политика која игра голема улога во делот на постигнување на економски раст, а оттаму и повисоко ниво на економска развиеност. Поаѓајќи од целите на економскиот развој, можеме слободно да истакнеме дека инвестициската политика ги определува начините како најефикасно да се постигнат целите во секоја фаза од развојот на националната економија.

Оттука можеме да ги донесеме следните заклучоци поврзани со функцијата на инвестициската политика, а тоа се:

- инвестициската политика означува збир на владини мерки со кои се влијае врз остварување на инвестициската активност, односно
- инвестициската политика ги опфаќа мерките и инструментите што се однесуваат на инвестициите и економскиот развој.

Исто така, мора да истакнеме дека се разликуваат две нивоа на инвестициска политика, и тоа:

- макро ниво на инвестициска политика водена од страна на Владата и
- микро ниво на инвестициска политика што ја водат бизнисмените

Во основа, улогата на Владата е да создаде поволен амбиент за инвестирање, а потоа бизнисмените ги донесуваат крајните одлуки за инвестирање. Затоа и нема посебен

инструментариум на економската политика кој би се однесувал само на инвестициската политика, туку мерки и инструменти на инвестициската политика се оние на другите видови економска политика.

Во пазарната економија, државата со помош на инструментите на монетарната политика може да влијае врз обемот на пари во оптек и да го поттикне инвестирањето, но не и да се меша директно во инвестициското одлучување.

Со инструментите на фискалната политика може да се влијае врз забрзување на амортизацијата и стапката на реинвестирање, а со помош на царинската политика врз цената на увозната технологија.

Анализирајќи, можеме да заклучиме дека трите клучни предизвици на инвестициската политика се:

- обемот на инвестиции;
- секторската структура на инвестициите и
- ефикасноста на инвестициите.

Но, кога би ја разгледале инвестициската политика на националната економија ќе забележиме дека се занимава со следниве централни прашања²⁰⁶:

- **Обем на инвестиции.** Тоа е всушност, прашање за воспоставување односи помеѓу штедењето (инвестициите) и потрошувачката. Врз тие односи дејствуваат објективни економски законитости и постојат објективни граници за обемот на инвестициите. Во секоја развојна фаза, со инструменти на инвестициската политика, може да се влијае врз обемот на инвестициите, врз изворите на инвестициите – домашни и странски, како и врз односите во распределбата на доходот.

²⁰⁶Несторовски М.(2002) Економија на инвестиции, Економски факултет, Скопје стр.5

- **Секторска структура на инвестициите.** Се работи за воспоставување на пропорции помеѓу одделните сектори од економијата, имајќи ги предвид факторите на развој, можностите за развој, можностите за развој на одделни сектори. Во тие рамки, при постоење на значајна лимитираност на ресурсот инвестиции, се наметнува и проблемот на избор на секторските приоритети, како глобални развојни правци.
- **Определување на моделот на инвестирање и на технолошката варијанта.** проблемот се состои во избор на модел на развој во конкретната етапа од развојот – дали ќе бидат присутни повеќе елементи на екстензивен процес на инвестирање преку формирање нови капацитети и ширење на секторската структура или развојот ќе се потпира претежно врз елементите на модел на интензивен растеж, преку подигнување на техничкото ниво, преку зголемување на ефикасноста на постојната структура.
- **Регионална структура на инвестиции.** Прашањето се однесува на изборот на начините како преку инвестициите да се влијае за постигнување порамномерен развој на подрачјата во земјата.
- **Поддршка на извозните сектори со инвестиции.** Ова е прашање поврзано со извозната стратегија на националната економија, а во тие рамки се димензионира поддршката на инвестициската активност на стожерните извозни сектори, преку кои земјата би се вклучила во меѓународниот пазар.
- **Политика на формирање на нови претпријатија и поттикнување на процесот на реструктурирање.** Тоа реструктурирање е во производно, сопственичко, пазарно и технолошко.

Што се однесува до инвестициската политика на ниво на претпријатие, таа е насочена кон реализирање на целите на развојот на одделните деловни системи. Целите на секој деловен систем во услови на пазарни односи и конкуренција се состојат во обезбедување на опстанок, ширење на пазарното учество, раст на добивката и одржување на ефикасен развој. Овие цели можат да се постигнат со континуирано инвестирање.

Деловните субјекти ја реализираат инвестициската политика преку инвестициски проекти. Проектот можеме да го дефинираме како конкретна активност која има определен рок на започнување и завршување, а е насочен кон извршување на конкретна цел²⁰⁷.

Инвестициски проекти може да бидат:

- замена на постојана застарена опрема;
- реконструкција и проширување на капацитетите;
- подобрување на работните услови;
- технолошки модернизации;
- воведување на нови производи и производни програми;
- подигнување на стручното ниво на работниот кадар;
- воведување на нови форми на менаџмент;
- проширување на трговската мрежа;
- нови истражувања и развој.

²⁰⁷ Јовановски, П.(2006) Кредитна политика, ЕУРМ, Скопје стр. 225

1.1. Поим и видови инвестиции

Во оваа точка ќе ги опфатиме дефинициите за инвестиции, потоа основните поделби на инвестициите, а на крај ќе ги разгледаме инвестициските фондови кои претставуваат важни инструменти за прибирање на финансиски средства.

1.1.1. Дефиниции за инвестирање

Инвестициите или инвестициските средства се користат за обновување и проширување на производната основа на економијата. Инвестициите претставуваат преод на заштедите во капиталните фондови, односно тие во основа произлегуваат од делот на БДП издвоен како амортизација и делот од БДП издвоен како заштеди, т.е. новосоздадена вредност.

Поимот инвестиции ги опфаќа инвестициските средства, т.е. инвестициската потрошувачка и чинот на нивна употреба, односно претворањето на паричните средства од заштеди во инвестирање. Овој процес уште се нарекува инвестициска активност²⁰⁸.

Инвестициите може да се претстават и како „жртвување“ на дел од тековната потрошувачка за сметка на иднината. Ова всушност се остварува на начин што наместо да се наменат средствата денес, средствата се наменуваат за изградба на нови капитални добра од кои се очекува пораст на потрошувачката во иднина.²⁰⁹ Исто така, инвестициите ги активираат и другите фактори на развој, како што се: техниката, технологијата инфраструктурата, природните богатства, знаењето итн. Сето тоа придонесува и до зголемување на продуктивноста, модернизација на постојните капацитети, креирање на нови работни места и активирање на природните ресурси.

Во суштина, инвестициите не се ништо друго туку заштеди, односно разлика помеѓу вкупниот доход и потрошувачката во еден одреден временски период, што се трансформира во фиксни и обртни капитални добра. Во принцип, повисокиот доход создава повисоки заштеди, што пак придонесува за создавање на повисока стапка на

²⁰⁸Нефовски С.(2007) Инвестициската политика – случајот со Република Македонија, Скопје

²⁰⁹Ibid.

инвестиции, но дали дел од заштедите ќе се трансформираат во инвестициите, зависи од целината, т.е.од квалитетот на економскиот систем²¹⁰.

Доколку потребниот обем на инвестиции не може да се обезбеди со домашно штедење, како во случајот со Република Македонија, се оди кон странско задолжување. Меѓу најзначајните фактори на економскиот развој особено во неразвиените економии се инвестициите кои претставуваат катализатор на другите фактори што придонесуваат за развој на економијата. Облици на капитал како фактори на економски развој се: природен капитал (ресурси), финансиски капитал, инфраструктура, институционален капитал, човечки капитал, културен капитал и капитал како знаење.

Македонија се наоѓа во фаза во која ѝ се потребни инвестиции поради неопходноста од технолошки и други иновации. Економиите всушност се поделени на лидери и следбеници на технолошкиот процес, што во случајот со Република Македонија би се донел заклучокот дека е речиси целосен следбеник на светските научно-технолошки текови. Ако ја погледнеме состојбата на Република Македонија во однос на капиталот, може да заклучиме дека имаме недоволни инвестициски вложувања и мали домашни заштеди кои повлекуваат вишок кредити од странство, а воедно и недоволен прилив на странски директни инвестиции.

²¹⁰Ibid.

1.2. Основни поделби на инвестициите

Во основа, инвестициите се јавуваат во два облика, односно како кредитно задолжување на државата во странство и како странски директни инвестиции. Исто така, инвестициите можеме да ги поделиме на²¹¹:

- инвестиции за замена, претставуваат дел од капиталот што се обезбедува преку амортизација (амортизациските отписи) а се вршат во производството како вид „заштита“ на постојните фиксни фондови;
- нето-инвестициите ја претставуваат новосоздадената вредност (заштедите) што се трансферира во нови капитални инвестиции;
- бруто-инвестициите ги опфаќаат сите форми на инвестирање, без разлика на облиците што се јавуваат или нивното потекло;
- дезинвестициите или дезинвестирање постои кога има намалување и уназадување, т.е. кога се подјадуваат постојните инвестициски фондови (при посебни ситуации).

Според некои автори, инвестициите се поделени според тоа каде се насочени (основни или обртни средства) и во однос на развојот (демографски и економски кои се износот над демографските).

²¹¹Ibid.

1.3. Инвестициски фондови

Според Законот за инвестициски фондови на Република Македонија, како инвестициски фонд се третира секое физичко и правно лице што прибира парични средства од инвеститори преку јавен повик за нивно колективно инвестирање во хартии од вредност, односно во акции, обврзници, благајнички записи, комерцијални записи, државни записи, сертификати за депозит и исправи за вложување во заеднички потфат. Нивна цел е стекнување добивка врз основа на претприемачки напори на други лица²¹².

Инвестициските фондови претставуваат финансиски посредници кои прибираат финансиски средства од индивидуални вложувачи и ги вложуваат во потенцијалниот асортиман на хартии од вредност или во друга актива. Тие претставуваат основа за здружување на парични средства наменети за инвестирање, кои се прибираат од инвеститорите преку јавен повик, со кои во интерес на инвеститорите управува друштво за управување со фондови²¹³.

Исто така, инвестициските фондови можат да се основаат како отворени или затворени фондови. Отворените фондови се основаат со прибирање на парични средства преку јавен повик за продавање на документи за удел, додека затворените фондови се основаат преку прибирање на средства преку јавен повик за продавање на акции. Со помош на јавниот повик се повикува на купување документи за удел во отворен фонд, односно запишување на акции во затворен фонд.

Отворениот фонд претставува посебен имот, без својство на правно лице, а сопствениците на документи за удел имаат право на сразмерен дел во добивката на фондот, а воедно поседуваат право да бараат откуп на документи за удел. За основање на отворен фонд, друштвото за управување со фондови донесува статут, ја утврдува содржина на јавниот повик во согласност со инструкциите на Комисијата за хартии од вредност, изготвува проспект на фондот и склучува договор со депозитна банка во согласност со одредбите на Законот за инвестициски фондови на Република Македонија.

²¹² Закон за инвестициони фондови на РМ (Сл. Весник на Р. Македонија, бр.188 од 31.12.2013 година)

²¹³ Јовановски, П. (2004) Финансиски пазар и институции, ФОН, Скопје, стр. 219

Овој тип фондови се основаат од страна друштвото за управување со фондови, односно фонд-менаџер, а заеднички се управува и води со депозитната банка во која се чува портфолиото на хартии од вредност. Документот за удел му овозможува на сопственикот да учествува сразмерно во нето-добивката на фондот, зголемување или намалување на уделот во друштвото, како и право на сразмерно учество во остатокот на ликвидациската маса на фондот.

По налог на друштвото за управување со фондови, а во согласност со статутот на фондот, депозитната банка им ја исплатува добивката на фондот на сопствениците на документите за удел, сразмерно на нивното учество во имотот на фондот. Исто така, врз основа на писмено барање на сопствениците на документите за удел, добивката може автоматски да се реинвестира.

Затворениот фонд е акционерско друштво кое се основа за прибирање на парични средства преку јавен повик за продавање на сопствени акции и вложување на тие средства во хартии од вредност. За основање на затворен фонд, друштвото за управување со фондови донесува статут, изготвува јавен повик и проспект на фондот и склучува договор со депозитната банка. Одобрение за основање на затворен фонд донесува Комисијата за хартии од вредност.

Акциите на затворениот фонд се обични акции што се преносливи без никакви ограничувања. Тие се плаќаат со парични средства и мора да бидат уплатени во целост пред уписот на затворениот фонд во трговскиот регистар. Цената на акциите зависи од односот помеѓу понудата и побарувачката за нив и се утврдува на берза или на друг регулиран пазар.

Во однос на распределбата на добивката, друштвото за управување со фондови му предлага на собранието на затворениот фонд распределба на добивката на фондот, и во согласност со одлуката на собранието, се дава налог до депозитната банка за исплата на дивиденда на акционерите на затворениот фонд. Дивидендата се исплаќа во согласност со статутот на фондот и одлуката на собранието на затворениот фонд.

1.4. Развојна политика и јавни инвестиции на Владата на Република Македонија како предуслов за создавање на атрактивни услови за СДИ

Програмата за поттикнување на инвестиции во Република Македонија 2011–2014 година е четврта по ред изготвена програма која се фокусира на развојот на политиките и спроведување на реформите што би требало да доведат до подинамичен економски раст и развој на земјата. Оваа програма е во согласност со стратешките цели на Програмата за работа на Владата на Република Македонија за периодот 2011 – 2015 година, а тоа се²¹⁴:

- зголемување на економскиот раст и вработеноста, како предуслов за пораст на животниот стандард на граѓаните и подобар и поквалитетен живот;
- интеграција на Република Македонија во ЕУ и НАТО;
- без компромисна борба против корупцијата и криминалот и ефикасно спроведување на правото, преку длабоки реформи во судството и јавната администрација;
- одржување на добри меѓуетнички односи врз принципите на меѓусебна толеранција и почитување и спроведување на Охридскиот рамковен договор;
- инвестирање во образованието, науката и информатичката технологија како елементи на општество базирано на знаење.

Исто така, основни принципи на економскиот дел на Програмата се: економска слобода и еднакви услови за работење на економските субјекти, поддршка на претприемаштвото, продолжување со динамично спроведување на економските реформи за подобрување на бизнис климата и зајакнување на конкурентноста на македонската економија, како и продолжување со партнерскиот однос на државата со приватниот сектор и синдикатите.

Во овој дел на Програмата се опфатени и реформски политики и мерки во пет основни групи тоа:

- стабилни макроекономски и фискални политики;
- даночна и царинска политика;
- унапредување на бизнис климата и конкурентноста;

²¹⁴Програма за поттикнување инвестиции во Република Македонија 2011-2014, Скопје, 2011

- поттикнување на инвестиции и
- поддршка на мали и средни претпријатија.

Притоа, клучните цели што ќе се остварат со реализација на економската програма се:

- зголемување на производството, извозот и инвестициите;
- намалување на невработеноста и подобрување на животниот стандард на граѓаните;
- развој на земјоделството и подобар стандард на земјоделците;
- заштита на животниот стандард на ранливите категории на граѓани и
- развој на економската инфраструктура.

Програмата за работа на Владата и програмата за поттикнување на инвестиции се тесно поврзани и во нив се вградени владините приоритети и цели. Исто така, програмата за поттикнување на инвестиции е добиена како резултат на внимателната анализа на политиките, проследена со детални консултации со релевантни јавни институции и приватни заинтересирани страни.

Владата на Република Македонија дава нагласен приоритет на создавањето услови и претпоставки за успешна имплементација на Спогодбата за стабилизација и асоцијација со ЕУ и Спогодбата со Светската трговска организација. Овие спогодби, заедно со склучените договори, односно спогодби со други земји во делот на слободна трговија, претставуваат солидна основа за зголемување на економската соработка со странство, квалитетно реструктурирање на економијата, а со тоа и вкупниот развој. Тоа доведува и до зголемување на приливот на инвестиции во Република Македонија.

И покрај неодамнешните случувања на глобално ниво, како финансиската и економската криза, се поставуваат нови предизвици кои македонската економија не смее да ги игнорира, доколку сака да се издигне во конкурентна економија која генерира работни места и капитал.

Исто така, Владата, сметајќи го јавниот сектор како потенцијален генератор на развој, се определи за продлабочување и динамизирање на структурните и законските реформи во овој сектор, во насока на комерцијализација и демонополизација, притоа имајќи ги во вид потребите што развојно се наметнуваат со својата приоритетност. Процесот на

комерцијализација се спроведува во насока на подобрување на ефикасноста на јавниот сектор, односно подобрување на неговите перформанси.

Поддршката на динамизирањето на инвестициите во јавниот сектор се наметнува со својата приоритетност, поради потреба од надминување на состојбите на недоволна развиеност и незаокруженост на инфраструктурата, како и релативно техничко-технолошка застареност и ниска ефикасност на капацитетите. Развојната политика на Владата на Република Македонија за инвестирање во јавната инфраструктура на земјата на среден рок и подолгорочно, се базира на динамична инвестициска активност. Се очекува тоа да резултира со оптимизација на користењето на постојните капацитети, реконструкција и модернизација на јавната инфраструктура во функција на обезбедување економичност и повисока ефикасност, како и поскоро довршување на започнатите економски оправдани проекти, имајќи ги предвид опциите на помали трошоци.

Тежината на проблемите со кои се соочува земјата и длабочината на зафатите што треба да се реализираат, во услови на недостиг на сопствени средства и лимитирани можности за задолжување на земјата во странство, бараат поинтензивно ангажирање на странски капитал, пред сè преку: странски директни инвестиции, заеднички вложувања, концесии, донаторства, како и селективно задолжување во странство во согласност со стратегијата за управување на јавен долг.

Владата се обврза да обезбеди политичка и финансиска поддршка, како и поддршка во форма на човечки ресурси, со цел да се обезбеди успешна реализација на мерките од Програмата до 2014 година. Оваа Програма за поттикнување инвестиции ќе придонесе Република Македонија да направи значителни чекори кон подобра иднина и успешен напредок во рамките на новата глобална економија²¹⁵.

²¹⁵Ibid

2. ИНСТИТУЦИОНАЛНА РАМКА ЗА ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИИ

Условите што ги поттикнуваат или спречуваат инвестициите имаат поширок општествен, економски и институционален контекст, кој во голема мера е определен од државата. Затоа, треба да се изгради цврста институционална основа за политиката за домашни и странски инвестиции, како значаен предуслов што треба да се исполни пред вградувањето на одржлива инвестициска промоција. Ова пред сè се однесува на институциите на државно ниво (Влада), но и на регионално ниво (пр. Агенција за регионален развој) и локално ниво (локалните самоуправи). Сите тие имаат потенцијална улога во промоцијата, привлекувањето и олеснувањето на влезот на инвестициите.

Иако во последните години Република Македонија бележи значителен напредок кој јасно се изразува преку резултатите од Индексот за водење бизнис (изготвен од страна на Светска банка) и Индексот на инвестициски реформи (изготвен од ОЕЦД), сепак, правната основа и институциите кои се неопходни за креирање на поволна инвестициска клима сèуште се во процес на формирање.

Институционалната рамка за привлекување на инвестиции ја сочинуваат:

- **Заменик-претседателот на Владата на Република Македонија, задолжен за економски прашање и координација со економските ресори.** Неговите задолженија од поширок опсег се: економските прашања и координација со економските ресори во име на Владата на Република Македонија. Овие активности опфаќаат политики, проекти и реформски активности поврзани со промоција на домашните и странски инвестиции, но и активности од областа на даночните реформи, регулаторни реформи, катастарски реформи, инвестиции во инфраструктура, политики за земјоделство и енергетски сектор.

- **Министерот без ресор за СДИ.** Тој е на чело на активностите за привлекување на СДИ. Неговата задача е проактивно да остварува контакти со потенцијалните инвеститори. Тој се фокусира на приоритетни сектори и тоа особено во производството и гринфилд инвестицииите кои се поврзани со четирите одредени технолошки индустриски развојни зони (ТИРЗ). Штом потенцијалните инвеститори покажат интерес за вложување во

земјата, министерот за СДИ треба да ги проследи до АСИПИРМ, од каде што ќе добијат понатамошна поддршка и грижа.

- **Комитет за инвестиции.** Тим составен од членови на високо ниво на одговорност кој редовно одржува состаноци и извршува ревизија на процесот на инвестирање и се грижи за отстранување на какви било пречки за инвестирање во земјата. Членови на тој тим се: премиерот, ЗПВРМ за економски прашања и координација со економските сектори, министерот без ресор за СДИ, министерот за економија, министерот за финансии, министерот за транспорт и врски, директорот на АСИПИРМ, директорот на ТИРЗ и директорот на Државниот завод за геодетски работи. Од неговото основање до денес се направени бројни измени и промени и во карактерот на неговата работа, односно постепено го намалува политичкиот карактер и станува повеќе оперативен. Така, сега е вообичаено членови на Комитетот да доаѓаат од редовите на политичарите и од редовите на државните службеници.

- **Тим Македонија.** Претставува скратена форма на Комитетот за инвестиции, а во него членуваат: премиерот, ЗПВРМ за економски прашања и координација со економските сектори и директорот на АСИПИРМ. За да се истакне пораката на Република Македонија, односно нејзините сериозни намери за привлекување на СДИ, формиран е *Тим Македонија* кој претставува маркетиншка иницијатива на високо ниво и се занимава со подготовка и реализација на низа планирани посети за маркетиншки цели.

- **Агенција за странски инвестиции и промоција на извозот на Република Македонија (АСИПИРМ).** Едно од најважните постигнувања на претходните програми за поттикнување инвестиции, беше креирањето на правна рамка што во јуни 2004 година доведе до основање на Агенцијата за странски инвестиции на Република Македонија (АСИРМ). По 2005 година, кога Агенцијата стана оперативна, низ годините кои одминуваа следуваа нејзино постепено институционално јакнење. Во 2006 година, буџетот на Агенцијата изнесуваше скромни 100.000 евра, а во 2010 година порасна на повеќе од 6,8 милиони евра (вклучувајќи ја меѓународната промоција, постапување по барањата за поволности за инвестирање во ТИРЗ, плати и останати оперативни трошоци). Агенцијата имаше само 6 вработени во 2006 година, а во моментот повеќе од 28 вработени. Исто така, забележано е значително подобрување на активностите од меѓународен карактер, односно бројот на економски промотори од 4 во 2006 година, се

искачи на околу 40 промотори до крајот од 2015 година. АСИПИРМ уште повеќе зајакна по измените на Законот за основање на Агенција за странски инвестиции на Република Македонија во 2010 година, кога беше проширена надлежноста со доделување на одговорноста за промоција на извозот. АСИПИРМ стана најзначајна, но не и единствена институција за потенцијалните инвеститори, особено за гринфилд инвеститорите заинтересирани за вложување во ТИРЗ. Сепак, сè уште треба да се работи на институционална структура за таа да прерасне во ефикасна агенција²¹⁶.

- *Дирекција за технолошки индустриски развојни зони.* Дирекцијата за слободни економски зони (ДСЕЗ) беше основана со Законот за слободни економски зони. Со донесување на Законот за технолошки индустриски развојни зони, Дирекцијата за СЕЗ продолжи со работата како Дирекција за технолошки индустриски развојни зони (ДТИРЗ) со цел да создава, развива и води грижа за активностите поврзани со технолошките индустриски развојни зони (ТИРЗ). ТИРЗ се основани за да овозможат поволни услови за развој на деловни активности преку понуда на уредени индустриски места и однапред изградени фабрики, со целосно подготвена правна и физичка инфраструктура за инвестирање, услуги и даночни, царински и други дополнителни погодности. ДТИРЗ има 40 вработени и годишен буџет од 4,8 милиони евра за капитални трошоци (опрема, машини, градежно земјиште и објекти), потоа 212 илјади за плати и 1,2 милиони евра за спроведување на активности во четирите ТИРЗ (Скопје 1 – 140 хектари, Скопје 2 – 100 хектари, Штип - 208 хектари и Тетово – 97 хектари)²¹⁷.

Поволностите што ги нудат технолошките индустриски и развојни зони се²¹⁸:

- **Ослободување од данок.** Инвеститорите во ТИРЗ имаат право на десет годишно ослободување од плаќање данок на добивка (по истекот на тој период стапката изнесува 10%) и десет годишно ослободување од плаќање персонален данок на доход (по истекот на тој период стапката е 10%). Инвеститорите се ослободени од ДДВ за промет на добра и услуги во ТИРЗ освен за прометот наменет за крајна потрошувачка, како и за увозот на добра во ТИРЗ, под услов добрата да не се пуштани во слободен промет, односно да не се наменети за крајна потрошувачка. Инвеститорите се ослободени и од царински давачки за производство наменето за извоз.

²¹⁶Програма за поттикнување инвестиции во Република Македонија 2011 -2014, Скопје, 2011

²¹⁷Дирекција за технолошко индустриски развојни зони на Република Македонија

²¹⁸Ibid.

- **Земјиште.** Инвеститорите во ТИРЗ можат да склучат договор за долгорочен закуп на земјиштето за период до 99 години
- **Инфраструктура.** Инвеститорите се ослободени од плаќање на надомест за приклучок (комунални такси) за природен гас, вода и за канализација.
- **Трошоциирегистрација.** ДТИРЗ дава поддршка во процесот на вадење на дозволи за градење и регистрирање на објектите во јавните книги, со што придонесува за забрзување на целокупниот процес од изградба на објектот до започнување на производство.
- **Субвенции.** Владата може да учествува во трошоците за изградба на градежен објект за корисник во зоната во висина до најмногу 500.000 евра во согласност со критериумите утврдени во член 8 од Законот за ТИРЗ.

- **Локалната самоуправа.** Таа претставува важна алка во привлекувањето на странски и домашни инвеститори. Во рамките на процесот на децентрализација општините стекнаа нови одговорности поврзани со локалниот економски развој (ЈЕР). Оттаму, во многу општини се основаа канцеларии за ЈЕР, со цел промовирање на економскиот развој. Канцелариите за ЈЕР може да помогнат при одредување на потенцијални локации за инвестиции (гринфилд или браунфилд) и да го олеснат процесот на купување на земјиште и добивање на градежни дозволи. Преку АСИПИРМ треба да се развие база на податоци за инвестициските можности и важни контакти во регионот (канцеларии за ЈЕР, градоначалници, компании итн.) која редовно ќе се ажурира. За да се олесни патот до инвестициите, сите општини треба да развијат одредени знаења и способности²¹⁹.

- **Институции за регионален развој.** Република Македонија сè повеќе ја разбира важноста на политиката за регионален развој како алатка за приближување кон ЕУ а воедно и пристап до фондовите на ИПА, но и како начин за намалување на нееднаквоста помеѓу регионите. Во 2007 година, Владата на Република Македонија усвои номенклатура

²¹⁹Програма за поттикнување инвестиции во Република Македонија 2011-2014, Скопје, 2011

на територијални единици за статистика (НТЕС). Номенклатурата има пет нивоа. На НТЕС, нивото 3 има 8 статистички региони: Пелагониски, Вардарски, Североисточен, Југозападен, Скопски, Југоисточен, Полошки и Источен регион. Од аспект на инвеститорите, многу е полесно да се работи со 8 региони, наместо да мора да се контактираат 84 локални власти и 10 општини во состав на градот Скопје. Така, разумно е да се развијат можности за инвестиции на регионално ниво, на пример во форма на агенции за регионален развој, како што е најчесто случај во земјите-членки на ЕУ и другите земји-кандидати²²⁰.

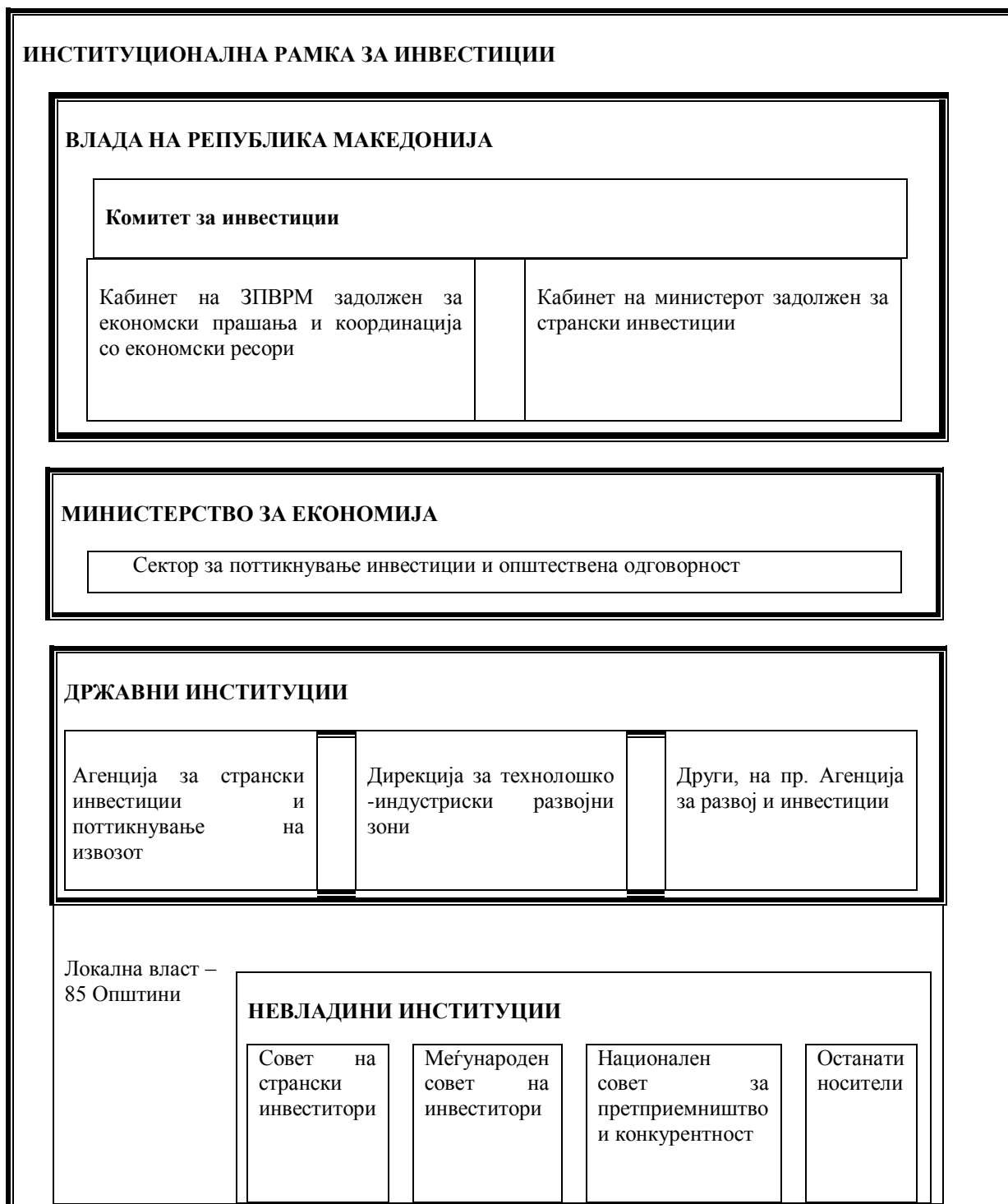
- **Главни засегнати страни и советодавни тела.** Со цел да се подобри инвестициската клима, како и ефикасноста на реализација на инвестициите во Република Македонија има формирано инфраструктура за дијалог помеѓу јавниот и приватниот сектор на теми поврзани со инвестициите. Такви структури се:

- Советот на странски инвеститори (основан на 7.2.2006 година) со основна задача да ја промовира земјата и да помогне да се создаде повољна законска и регулаторна клима. Прв претседател беше директорот на *Македонски Телеком*, а сегашен претседател е директорот на *Arcelor Mittal CRM* избран во ноември 2013 година.
- Меѓународниот совет на инвеститори (основан во 2002 година), кој има 22 истакнати инвеститори, повеќето со потекло од Грција. Се стреми кон соработка со приватниот сектор, општините и меѓународните организации со цел промоција на приватниот сектор и унапредување на соработката помеѓу учесниците во процесот на подобрување на инвестициската клима во земјата.
- Националниот совет за претприемаштво и конкурентност кој беше основан во 2004 година, но денес не е оперативен²²¹.

²²⁰Ibid.

²²¹Програма за поттикнување инвестиции во Република Македонија 2011-2014, Скопје, 2011

Приказ бр.1: Институционална рамка за инвестиции



Извор: Програма за поттикнување инвестиции во Република Македонија 2011-2014, Скопје, 2011

3. ЕКОНОМСКАТА ДИПЛОМАТИЈА И НЕЈЗИНАТА УЛОГА ПРИ ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА СДИ

Порано се гледаше како на периферна активност со која се занимаваа трговските секретаријати и специјалисти од други сектори, но денес градењето на трговските и економските активности го заведе централното место во дипломатијата. Ова е интересен пресврт во историјата. Дури и пред неколку декади, економската дипломатија беше гледана како „црна дупка“ од страна на дипломатите кои беа насочени кон брзо напредување во кариерата, а изгледаше полесно во споредба со политичката работа. Но, ако се вратиме назад и ги согледаме корените на дипломатијата, екстензивната трговија која постоеше помеѓу Египет и Западна Азија и други земји во периодот 1460–1220 п.н.е. ќе забележиме дека трговијата беше прва мотивација за постигнување на меѓудржавни договори. Друг пример, може да се земе патувањето на Васко де Гама до Индија во 1498 година и европското „открытие“ за богатството на Источна Индија, повторно на прво место беше трговијата, па потоа знамето²²².

Денес, дипломатскиот сервис го поставува на исто ниво акцентот на политичката и економската работа. Богатите земји и земјите во развој ја сметаат мобилизацијата на привлекување на странски капитал и промоцијата на извозот како есенцијален дел за унапредување на интересите кон странските држави. Повеќе десетици држави во светот го користат австралискиот и канадскиот модел на интегрирани министерства кои се одговорни за надворешната политика и трговија. Други, како Велика Британија, имаат слични групирања на дејствувањата со заеднички нови структури кои се одговорни за трговијата и инвестициската промоција преку мрежата на дипломатско-конзуларните претставништва со директна одговорност пред Канцеларијата за надворешни работи. Оттаму, економијата е најголемата компонента во модерната интегрирана дипломатија. Со други зборови, економијата е проткаена во дипломатијата.

²²²Lee, Donna and Brian Hocking (2010), "Economic Diplomacy" in Robert A. Denemark (ed.) *The International Studies Encyclopedia*, Vol. II, p. 1216-1227. Wiley Blackwell

На истиот начин како што во минатото на правото се гледаше како на основа за дипломатските студии, така сега економијата е *sinequanon* на модерната обука. На пример, Германија денес привлекува повеќе персонал со економски факултет отколку со правен факултет. Ниеден дипломат не може да си дозволи да не се специјализира во двата елемента: разбирање на динамиката на односите во светот и интегрирање на економијата во неговата работа. Во владите, политиката и економијата се испреплетуваат во билатералната и мултилатералната работа. Исто така, во амбасадите, секој дипломатски претставник, неважно на која задача работи, мора да ја стави како дел од својата работа економската перспектива на ист начин како што ја следи политичката димензија.

Односите помеѓу САД и Кина, кои на некој начин се развија во последните дваесет години, претставуваат еден од подобрите примери за начинот на којшто економијата стана движечка сила во обликувањето на политичките односи. Секојпат кога администрацијата на САД или Конгресот ќе ги земе предвид човековите права или предметот Тајван на начин кој е спротивен на интересите на Пекинг, американското бизнис-лоби кое е присутно во таа земја и го познава јакиот потенцијал на пазарот, станува активен заштитник на нивните извозни интереси. Ова е еден од начините како економијата станува двигател на политичките односи.

Поинаков пример е врската помеѓу САД и Индија, која настана по направените нуклеарни тестови од страна на Индија во мај 1998 година. Загриженоста на САД, европските држави и Јапонија за непролиферација, доведе до економски санкции. Во основа, овие санкции беа модифицирани и подигнати во одреден дел поради бизнис атрактивноста на овој голем пазар. Во двата случаи вештините на економско-политичката дипломатија се организирани од страна на погодената земја во насока да ги неутрализира негативните политички околности, исто така користејќи ја широката мрежа на недржавни субјекти, особено корпоративните заедници во другите држави.

Министерствата за надворешни работи, генерално, не се одговорни за надворешните економски односи (со исклучок на Австралија, Канада и неколку држави што имаат комбинирани министерства). Но, следењето на билатералните економски односи е комбинирано со политичката работа скоро во сите министерства за надворешни работи преку нивната територијална организациска поделба. Ова е признание на фактот дека

економијата е витална и најчесто доминантна компонента на билатералните односи. Друг заеднички елемент е тоа што повеќето од дипломатиите ги комбинираат економските со другите задачи, иако имаат специјализиран надворешно трговски персонал (како на пр. САД), или економската дипломатија ја извршуваат преку персонал од министерствата за трговија во поголемите амбасади и регуларните дипломати кои се одговорни за овој дел насекаде.

Четири столба на економската работа се:

- промоција на трговијата, со примарен но нецелосен фокус само на извозот;
- промоција на инвестиции, главно фокусирани на привлекување на инвестициите, но не ги исклучува и инвестициите од домашните фирми во странство;
- привлекување на пригодни технологии;
- менаџирање на економска помош, која е особено важна за земјите во развој како примачи на оваа помош, како и за развиените земји кои се донатори.

Исто така, во голем дел претставува промоција на земјата која го поддржува горе споменатото и придонесува за градење на имиџот, како и туристичка промоција.

Зајакнувањето на имиџот на државата е една од есенцијалните задачи на дипломатијата која го поткрепува и поврзува со широкиот спектар на надворешни активности. Модерната економска дипломатија е поширока во погледите за разлика од трговската работа во минатото. Како што е погоре претставено, задачите одат над трговијата и вклучуваат активности што не биле во работните задачи на амбасадите и министерствата за надворешни работи пред 25 години. Три конкретни примери се: мобилизирање на инвестициите, туристичка промоција и менаџирање со имиџот на земјата. Секоја од овие три активности е релевантна за дипломатијата, како конкретна активност која официјалните претставници денеска ја користат во градењето на надворешните односи. И секоја од нив овозможува реакција (feedback) во другите

елементи од дипломатскиот процес. Ова претставува уште еден доказ за проширена и интегрирана дипломатија.

3.1. Организација на економската работа

Постојат неколку различни модели за тоа како се извршува економската работа (пр. трговијата и прашањата поврзани со инвестициите) од страна на министерствата за надворешни работи. Тие би биле следниве:

- Унифицирана. Постојат околу 15 земји кои ги комбинираат надворешните работи и надворешната трговија (пр. Австралија, Канада, Шведска). Но преку посебна врска, по едно министерство, Австралија го има одвоено надворешно трговскиот сектор од дипломатскиот сервис, но преку шефот на мисијата игра улога на унификација на двете активности.
- Делумна унифицираност. Најдобар пример е Велика Британија која има креирано два специјализирани оддела во Министерство за надворешни работи во соработка со Министерството за трговија и индустрија, со цел трговијата и инвестициите да се извршуваат преку унифициран дипломатски сервис.
- Трета агенција. Ова е методот на Сингапур, каде што Министерството за надворешни работи во најголем дел ја извршува економската работа и оперативните задачи се остваруваат преку два специјални субјекти *Singapore Trade Board* и *Singapore Economic Development Board*, кои се под директен надзор на Министерството за трговија и индустрија. Секој од двата субјекта поставува свој претставник на клучната локација, сместени во амбасадите или генералните конзулати. Амбасадорот и другите дипломати работат во тесна корелација со нив во познатиот стил *Тим Сингапур*. Во други случаи видовме дека оваа хармонија е тешко да се воспостави.

- Конкуренција. Ова е релативно збунувачка ситуација во повеќе земји, помеѓу министерствата за надворешни работи и министерствата за економија особено околу одговорностите не само за промоција на извозот и мобилизација на инвестициите, туку и околу надлежностите за работите поврзани со СТО и другите економски организации. Пример се Индија и Тајланд. Една од директните причини е тоа што дипломатската машинерија нецелосно придонесува за унапредување на економските интереси.
- Одредување. Министерството за надворешни работи не игра активна улога во билатералната економска работа и со задоволство го премостува ова до друго министерство. Пример се Кина и Германија. Ова не ги оптимизира ресурсите, дури и да постои видлив доказ за дисхармонија.

Постојат исклучителни ситуации кога работата околу помош е концентрирана во министерствата за надворешни работи, но ова се случува во земјите донатори како Данска и Јапонија. Не постојат земји кои примаат помош (на пр. земјите во развој) да ја управува помошта преку Министерство за надворешни работи. Индија е доста интересен контраст – малата донаторска програма ја извршува преку Министерството за надворешни работи, додека за помошта што ја прима од странство задолжено е Министерството за финансии.

3.2.Методологија

Анализа. Познавањето на економската динамика на зацртаната земја е есенцијално. Тоа вклучува: внатрешно познавање на елементите на локалната економија, анализа на извозот и увозот на земјата и нејзините главни региони, профил за странските инвестиции, технолошки можности, како и активностите на конкуренцијата, моментални и во иднина. Се претпоставува дека дипломатот целосно ја познава економската потреба на неговата држава и тоа знаење постојано се ажурира. На пример некои од дипломатските сервиси имаат зацртано правила за дипломатите да направат подготовки во повеќе институции пред поаѓање на работа во странство, како што е и во случајот со македонскиот дипломатски сервис.

Основен потсетник. Изготвувањето на потсетник за земјата е особено важно заради неколку причини. Прво, особено е важно познавањето на основниот економски профил на земјата, индикаторите, организациската поставеност на економијата, даноците, тарифите и царинската политика, банкарскиот систем, системот на примена во бизнис спор, главните играчи во извозот и увозот и слично. Второ, ваквиот потсетник се однесува и на комерцијалните потреби од домашната земја. Ваквиот потсетник може да се стави и на веб-страницата на дипломатското претставништво, а воедно постојано да се ажурира и надополнува ваквиот материјал. Трето, вака подготвениот материјал може да се споредува со материјалите подготвени од страна на други дипломатски претставништва, заради негово подобрување. Постојат и други потсетници што би требало да се направат и кои би се однесувале на извештај за пазарот во однос на одредени производи, анализа за конкуренцијата и нивниот дел од пазарот, како и маркетиншката стратегија што се користи од нивна страна.

Надворешна работа. Ова инволвира економски партнери, како локални фирми кои се вклучени во билатералната трговија и инвестиции или други кои имаат потенцијален интерес. Тука се и бизнис асоцијациите, компаниите, парламентарци, академски граѓани, медиуми, специјалисти во делот на науката и технологијата, како и локални и регионални политички ентитети кои имаат директна заложба во зајакнување на економската соработка. Локалните групи се особено важни за да се стигне до локалниот бизнис, кога се генерира вработување и кога се вклучени и други локални економски придобивки. Треба да се направи поделба помеѓу компаниите, кои се примарни актери во економските релации и стопанските комори, кои се посредници, но и едните и другите имаат своја улога и вредност.

Тимска работа. Овој метод е особено важен и ја вклучува целата дипломатска мисија во извршувањето на специфична економска задача (на пр. извозна промоција на приоритетни производи). Некои веруваат дека вака широката дистрибуција на задачи е опасност за главната работа на економските промотори, но предност е целосната посветеност на целиот тим. Надвор од дипломатската мисија, предност може да биде користењето на дијаспората на клучни позиции, како експерти при техничка соработка, домашни претставници на бизнис, кои работат во оваа земја и други кои можат да учествуваат во различни надворешни активности. Градењето на релации не е работа само на официјалните лица, туку и други можат да придонесат кон тоа. Лидерството

за тимска работа треба да биде спроведено од страна на шефот на мисијата, преку негово лично вклучување.

Делегации. Испраќањето на бизнис мисии во двете насоки, претставува класичен метод за промоција на трговијата, инвестициите, како и другите видови економска размена. Неминовни се внимателни подготовки за постигнување на посакуваните резултати, односно прецизна агенда и програма, организирање на *меч-мејкинг* (match-making), идентификување на интересот на бизнис заедницата од двете страни итн. Ова е возможно кога се прибрани и дистрибуирани јасни информации за специфичниот интерес и цел на секој од учесниците. Исто така, важен е *фолоу-ап* (follow up) по направената посета, сумирање на резултатите и креирање на насоки за идните активности. Со помош на интернет-комуникацијата возможно е да се проба методот на виртуелна делегација, но не како замена за реалната туку како дополнување. Овој концепт сèуште се сондира.

Мултилатерални работи. Основно познавање на процесот на СТО и начинот на кој тој се користи во земјата на прием (локален став, политика на дампинг, механизми за решавање на спорови и позиции на различни субјекти во мултилатералните дебати), се информации потребни за сите дипломати, а не само за оние што се занимаваат со економска работа. Мултилатералната дипломатија постојано побарува поддржувачки активности од билатералното ниво. Целта не е само да се агитира за поддршка од целната земја туку, исто така, вклучување во вистински дијалог во двете насоки.

Иновации. Економската работа нуди простор за иновации и потреба за проактивен начин на размислување, повеќе од кој било аспект на дипломатската работа. Покрај листата на пробани и тестирани методи, вклучувањето на целиот тим во мисијата е предност за креирање на нови методи и инвентивност.

3.3. Промоција на државата

Сите аспекти на економската работа се опфатени со активностите за промоција на земјата (во делот на трговија, туризам, култура и привлекување инвестиции). Оваа активност, исто така, се одразува и во други делови, како што се: градење на позитивен имиџ во медиумите и јавноста, промоција на дестинацијата и привлекување на туристи, како и активности што се однесуваат на градење на институционални линкови за истражување и развој или соработка во делот на образованието. На пример за време на апартејдот во Јужна Африка, генералните менаџери на најголемите фирми беа цел, па преку покани, кои наводно беа за туристички посети, се сметаше дека овие менаџери ќе се вратат назад во земјата со поголемо знаење за можностите за бизнис. Бизнисот се одвива во сите средини, вклучувајќи средини каде што државите се во непријателски односи и дури и немаат воспоставени дипломатски односи, како што беше случајот со Кина и Тајван во почетокот на осумдесеттите кога политичкиот контакт беше етаблиран помеѓу двата спротивставени режими. Но бизнисот секогаш се одвива подобро кога луѓето меѓусебно се почитуваат и кога другата земја ја гледаат за сродна.

Во 1991 година, ММФ и МИГА (Мултилатерална асоцијација за гаранција на инвестиции), објавија компаративна студија за неколку земји во делот на промотивната методологија. Од студијата може да се уочи дека во минатата декада значително поголема е акумулацијата на искуство, од причина што повеќето земји, региони и провинции во поголемите земји спроведуваат различни програми кои сами ги создадоа со цел што поголемо привлекување на странски директни инвестиции. Се подразбира дека напорите се уловени од свесноста за конкуренцијата на пазарот за инвестиции.

Промотивниот материјал за земјата (веб-страници, брошури и други материјали) се производи на домашните агенции, а дипломатските мисии во случајот ја играат улогата на дистрибутори. Но во многу случаи дипломатските мисии го адаптираат материјалот според локалните потреби за постигнување на оптимално влијание.

Регионите во државите испливаа на површина како ентитети кои се вклучија во градење на нивни надворешни релации, особено во економскиот сектор. На пример во

Германија, саксонската држава во однос на соседите Полска и Чешка гледа како на специјални партнери за креирање на економски зголемен раст. Исто така, државата Баден-Винтемберг се гледа себеси како уникатна средина за динамичната средна индустрија, а воедно и како центар за научни и истражувачки лаборатории поради нивната концентрација во оваа држава како во никоја друга. Во Франција и Италија регионите со голем економски раст се стремат кон различен надворешен идентитет. Во САД, голем број од водечките држави имаат свои претставници надвор, кои ги одржуваат своите врски. Овие региони со своите иницијативи за привлекување на бизнис, претставуваат вредност што се користи и за промоција на земјата.

Други методи што се релевантни за корисење:

- Ревизија на имиџот претставува фундаментална алатка за етаблирање на основната линија и референтна точка за градење на имиџот на земјата и нејзина промоција, но овој инструмент ретко се користи во практика. Многу е важно постојано, во одредено место и време и врз точни основи да се адресираат работите поврзани со градење на имиџот, но најчесто ова изостанува. Ова е скап инструмент кој може да биде користен само од главните седишта. Но ова не ги иззема амбасадите од одговорноста за правење на добри процени и соочување со локалните предизвици во промовирањето на земјата.
- Од официјалите претставници се очекува да насликаат „розова“ сцена за домашната земја, но изјавите на жителите на целната земја и трети земји во повеќето случаи имаат поголем кредибилитет. Сèуште официјалните изјави се важни, особено кога се демонстрира способност за *walk the talk* – исполнување на ветувањата.
- Сите класични вештини за претставување се вклучени во врвот на промоцијата на земјата, вклучувајќи ги забавите и атмосфера на добредојденост од страна на дипломатските мисии. Постојат документирани примери каде што и ефикасното давање на конзуларни услуги бил позитивен фактор за градење на имиџот и промоција на земјата.

- Промоцијата на туризмот е тесно поврзана со промоцијата на земјата и најдобро е да се користи оваа синергија за комбинирање или координирање на овие две активности.
- Еден од инструментите што може да го користи дипломатската мисија е регионалниот пристап, кога група амбасадори се организираат за заедничко претставување на регионот. Ова претставува доста продуктивен гест за добивање на влез и видливост.

3.4. Економската дипломатија на Република Македонија

Во програмата на Владата на Република Македонија за периодот 2006–2010 година, за прв пат економската дипломатија стана составен дел на ангажманот на македонските дипломатско-конзуларни претставништва во странство. Министерството за надворешни работи, Директоратот за економска дипломатија, активно е вклучен во спроведување на економската програма на Владата на Република Македонија, зајакнувајќи ја економската димензија на дипломатијата.

Во таа насока, економската дипломатија претставува еден од врвните приоритети и активности на Владата на Република Македонија, како и на целокупната дипломатската мрежа на Македонија. Нејзината реализација е со цел подобрување на економската состојба во државата и реализација на предвидените цели на економскиот дел од Програмата 2011–2015. Со цел успешно реализирање на Програмата, создадена е уникатна институционална структура што ја рефлектира посветеноста кон оваа цел, а каде што Министерството за надворешни работи во континуитет има значајна улога во унапредувањето и координирањето на надворешната економска политика и надворешните економски активности.

Основната цел што треба да се постигне со реализацијата на економската програма е економски раст кој би обезбедил подобрување на животниот стандард на сите граѓани на Македонија, намалување на стапката на невработеност, намалување на сиромаштијата и подобрување на бизнис климата. Имплементацијата на таа програма е врвен приоритет на Министерството за надворешни работи.

Промоцијата на економските интереси и приоритети во странство е една од најзначајните оперативни задачи на дипломатско-конзуларните претставништва со цел да се претстави Република Македонија како привлечна дестинација за странски инвестиции преку промоција на предностите на правење бизнис, поттикнување на македонскиот извоз, како и зајакнување на позицијата на земјата како доверлив партнер за бизнис.

Поуспешната реализација на програмската активност во областа на економската дипломатија е особено поврзана со заеднички координирани активности помеѓу

дипломатско-конзуларните претставништва и економските промотори испратени од Агенцијата за странски инвестиции и промоција на извозот.

Позначајните активности што секојдневно ги спроведува Директоратот за економска дипломатија и дипломатско-конзуларните претставништва на Република Македонија во странство во делот на економската дипломатија се:

- зајакнување на билатералните контакти на високо и на оперативно ниво;
- проценка на степенот на економскиот интерес во земјата на службување предизвикан од големината на земјата, степенот на развој, од можноста за странски инвестиции и од традиционалните трговски врски со Република Македонија на земјата на службување, како и стручно следење на макроекономските движења во земјата на присуство, контакти со економски експерти и бизнисмени, следење на настаните во бизнис круговите;
- информирање на претставниците на странските дипломатско-конзуларни претставништва во Република Македонија задолжени за економска проблематика во врска со економските и туристичките потенцијали на нашата држава;
- запознавање на економските и бизнис круговите во Република Македонија со економската состојба во земјата на приемот;
- обезбедување на контакти помеѓу стопанствениците на Република Македонија и стопанствениците од земјата на приемот; организирање на економски и туристички презентации и лобирање кај компаниите од конзуларното подрачје на земјата на прием да инвестираат во Република Македонија презентирајќи ги можностите, како и предностите од таквата донесена одлука за бизнис;
- обезбедување на соодветен пропаганден материјал за економските можности и туристичките потенцијали на Република Македонија со цел одржување на

презентации за инвестициската клима и капацитетите на туризмот во Република Македонија пред стопанственици и туроператорите во земјата на прием;

- соработка со Сојузот на стопански комори, Стопанска комора на Македонија, Стопанска комора на Северозападна Македонија, Стопанска комора на информатичка технологија МАСИТ;
- во координација со дипломатско-конзуларните претставништва на Република Македонија, се дава логистичка поддршка на реализирањето на активностите на кабинетите на министрите задолжени за привлекување на странски инвестиции;
- периодични консултации во Република Македонија на сите дипломати задолжени за економските активности во земјата на прием, со цел согледување на реализираните активности и утврдување на нови;
- одржување на средби со претставници на странските дипломатско-конзуларни претставништва во Република Македонија на државите со развиена економија со цел пренесување на нивните искуства на економски план;
- навремено информирање на релевантните стопански субјекти кои дејствуваат во рамките на конзуларните подрачја на почесните конзули на Република Македонија во странство за сите меѓународни тендери што ги објавува Република Македонија;
- достава на распишаните меѓународни тендери во земјите каде што Република Македонија има дипломатско-конзуларни претставништва до сите заинтересирани деловни субекти во Република Македонија;
- лобирање за склучување на билатерални економски договори, како што се: заштита на инвестиции, избегнување на двојно оданочување, договори за слободна трговија, договори за економска и техничка соработка итн.

- дистрибуција на промотивни материјали како на пр. *Македонски економски водич (економска дипломатија)* изготвен од МНР и УСАИД во соработка со неколку ресорни министерства и државни институции на Република Македонија;
- вклучување на ДКП и економските промотори за нивен ангажман и комуникација со туроператорите (во земјата во која се наоѓаат) за привлекување на повеќе странски туристи во Република Македонија со субвенционирање, како и претставување на законските можности во оваа област;
- подготовки за ГС на ОН во делот на економската димензија;
- ангажман околу преговорите за постигнување глобален договор за климатски промени и последователно негова имплементација во Република Македонија и регионот на Југоисточна Европа.
- продолжување со имплементацијата на милениумските развојни цели на ОН 2010–2015;
- активно следење на работите поврзани со преговорите во согласност развојната агенда *Доха* на Светската трговска организација;
- активно следење и учество во работата на меѓународни економски настани;
- подготвителни активности поврзани со изготвување на закон за спроведување на развојната политика и закон за хумантарна помош.

4. УЛОГАТА НА ДИЈАСПОРАТА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО ПРОЦЕСОТ НА ИНВЕСТИРАЊЕ

Емигрирањето во светот зазема сè позначаен дел во секојдневното живеење на луѓето, од причина што милиони луѓе виделе можност за подобрување на сопствените, како и на семејните услови за живеење, подобар стандард, подобро функционирање и поголема сигурност во други држави итн. Анализирајќи го емигрирањето можеме да забележиме неколку основни причини, а тоа се: нивото на развиеност на земјата, миграциските подрачја, голема невработеност, нискиот животен стандард, економската и политичката стабилност, отсуство на шанса за применување на стекнатото знаење и градење на кариера, како и миграциската политика на земјата на прием.

Историјата на современото македонско иселеништво е тесно поврзана со борбите на македонскиот народ за национално и социјално ослободување, а тука се мисли пред сè на борбата за ослободување од власта на Отоманската Империја и воопшто борбата за ослободување од сите поробувачи до државно конституирање на Македонија. Емигрантските движења во Македонија не престанале и на крајот на 19-тиот и во текот на 20-тиот век, предизвикани од економски и политички причини.

Кога се анализира емиграцијата, неминовно е да се посочат и нејзините последици и импликации врз демографскиот развој, каде што влијае врз намалувањето на вкупното население од причина што одреден процент од природниот прираст се реализира надвор од земјата на потекло, а се интензивира демографското стареење, како и импликации врз социоекономскиот развој, каде што очигледно е дека интелектуалната емиграција услови намалување на нивото на човечки капитал.

Во првата половина на седумдесеттите години, кога емиграциските земји почнаа да ги чувствуваат негативните ефекти од масовните емиграциски движења, поголем број теоретичари што се занимаваа со проучување на современите меѓународни миграциски движења, во своите истражувања констатираа дека овие земји со емиграциите го губат највиталниот дел од работоспособното население во чиешто образование се вложени значителни општествени средства. Според нив, земјите на прием добиваат човечки капитал во форма на млада работна сила без иницијални трошоци, на која наплаќаат високи такси за услуги кои работниците-емигранти не ги користат, бидејќи се млади,

здрави и во почетокот со нив немаат членови на семејства. Така, се сменил и односот кон дотогаш речиси општоприфатените позитивни ефекти од емиграцијата и во теоретските расправи сè почесто се укажува дека со овие миграциски движења сиромашните земји го помагаат развојот на богатите земји²²³.

Во теоретските расправи, потенцијалните позитивни ефекти што може да ги предизвика емиграцијата, во основа се сведуваат на обезбедување прилив на девизни средства, ослободување од притисок на невработеноста, пораст на националниот доход *per capita* како резултат на порастот на стапката на заштеди, инвестициите и економскиот развој, како и стекнатото работно искуство и квалификации на емигрантите што се враќаат во земјата²²⁴.

4.1. Миграцијата во процесот на формирање на дијаспората

Желбата да се подобри сопствената и материјалната состојба на семејството, навела многу генерации Македонци да заминат во земјите со повисок стандард кои нуделе можност за вработување и поголема заработка. Позначајни миграции од Македонија се забележани со воспоставувањето на новите граници и поделбата на територијата Македонија, по Балканските и Првата светска војна, кога се прекинуваат традиционалните економски и социјални текови, односно кога се вршат доброволни и насилни промени на етничката структура која постоела пред овие војни. Тие текови се остварувале во фази: прво се емигрирало во соседните земји, потоа се продолжувало во прекуокеанските земји, особено во САД, Канада и Австралија.

Од 1945 година до денес, се појавуваат неколку карактеристични периоди на емигрирање на граѓаните во други држави, за кои е карактеристичен и различниот степен на економски развој и разлики во миграциските политики, како во нашата земја така и во земјата на дестинација. Тоа би биле следните периоди²²⁵:

²²³Николовски З. (2012) Докторска дисертација „Важноста на македонската дијаспора за развојот и мирот на Република Македонија“ стр.68

²²⁴Ibid.

²²⁵Николовски З. (2012) Докторска дисертација “Важноста на македонската дијаспора за развојот и мирот на Република Македонија”

- првиот период, од 1945 година до почетокот на шеесеттите години, се карактеризира со интензивни иселувања на Турците, а релативно мал е бројот на Македонците и други граѓани кои заминале од земјата;
- вториот период, 1961–1975, познат е уште како економска миграција, односно привремено вработување во странство и трајните преселувања во прекуокеанските земји;
- третиот период, 1976–1990, е кога доаѓа до намалување на вработувањата во странство, поинтензивно враќање на работниците-емигранти, обединување на семејствата на оние што останале, само репродукција на миграцискиот контингент и постепено трансформирање на привремениот престој во траен. Емиграцијата повторно се интензивира кон крајот на осумдесеттите години;
- четвртиот период е од осамостојувањето на Република Македонија од денес и е забележан најголем иселенички бран од започнувањето на економската емиграција.

Што се однесува до утврдувањето на точниот број емигранти од Република Македонија, можеме да потврдиме дека е повеќе од потребно, но истовремено и да заклучиме дека нималку не е лесно. Една од причините е тоа што Македонија стана независна држава во 1991 година, по распадот на Југославија. Македонија низ вековите беше дел од Турската Империја како целина, па потоа за време на Балканските војни беше поделена на три дела, меѓу Грција, Бугарија и Србија, за во 1945 година повторно да егзистира во состав на Југославија. Оттаму, голем број Македонци што имигрираа во тие периоди, ги користеле пасошите од овие земји и се идентификувале како државјани од Грција, Бугарија, Србија, а подоцна и од Југославија²²⁶.

Друга причина за утврдување на точниот број македонски емигранти во Америка, како и во другите земји во светот, е дополнително комплицирано поради фактот што имало недостиг на забележани и верификувани стандардизирани податоци за имигрантите, а

²²⁶ Николовски З. (2010) „Миграции – контраиндикации или причина за позитивни ефекти“, Скопје

и документацијата што ја носеле со себе за идентификација не била стандардизирана. Оние што добро ја познаваат историјата на балканските земји, знаат дека на овие простори немало стандардизирано водење евиденција за население, како раѓање, умирање, имиња на жители, евиденција за емигранти од овие простори. Одредени досиеја кои постоеле, често биле уништувани за време на многугодишните војни, а преостанатите податоци за Македонците се изманипулирани од страна на Грција, Бугарија и Србија преку менување на нивните презимиња, имиња на села и градови, обичаи и други карактеристики што го дефинираат македонскиот ентитет.

Со цел зајакнување на комуникацијата, Република Македонија воспоставува посилни формални врски со дијаспората преку спроведување на државни програми, како и зајакнување на врските во делот на културните, стопанските и верските активности. Една од најважните активности што се наметнува е прашањето за пребројување на македонските граѓани во светот, т.е. попис на иселениците и нивните потомци. Во оваа насока, Министерството за надворешни работи има вложено напори за утврдување на приближната бројна состојба на наши иселеници во светот, по држави.

**Табела бр.32: БРОЈНОСТ НА МАКЕДОНСКАТА ДИЈАСПОРА
Прекуокеански и европски земји**

<u>Прекуокеански земји</u>	Бројност (проценка на ДКП)	Бројност (статистички извори)
1. Австралија	200-250.000	93.570 (Австралиско биро за статистика, 2011)
2. САД	200.000	61.332 (Попис во САД, 2010)
3. Канада	185.000	37.705 (Канадска статистика, 2006)
4. Нов Зеланд	15.000	807 (Попис во Нов Зеланд, 2006; Родени во РМ)
<u>Европски земји</u>		
1. Италија	100.000	89.071 (ИСТАТ, Италијански институт за статистика, заклучно со 31.12.2008 г)
2. Германија	75-85.000	62.295 (Германска статистика, 2006)
3. Швајцарија	63.000	60.009 (Федерален завод за миграција, август 2010)
4. Шведска	12-15.000	3.669 (Шведска статистика, 2006)
5. Холандија	10-15.000	10-15.000 (Хол. Орг. за соработка со емигранти – ЛИЗЕ) 1.091 (ЗСРМ –1994)
6. Австрија	10-15.000	13.696 (Австриска статистика, 2002);
7. Франција	12.000	2300 (Проценка на француската Дипломатија, 2005)
8. Белгија	12.000	2.535 (Попис во Белгија, 2007); 5545 државјани на РМ (МНР на Белгија)
9. Данска	12.000	3.683 (Данска статистика 2009) 2416 македонски државјани (Данска статистика, јануари 2011)
10. Англија	9-10.000	(Нема официјални податоци)
Д р у г и ²²⁷		

Извор: МНР (состојба 26.04.2011 година)

²²⁷Норвешка, Чешка и Полска по 2.000, Русија - 1.000, Словачка – 449 регистрирани државјани на Р. Македонија, Луксембург 356 (Стат-Биро 2001 г.), а Исланд, Финска и Шпанија по околу 200.

Табела бр.33:БРОЈНОСТ НА МАКЕДОНСКАТА ДИЈАСПОРА

Македонско национално/јазично малцинство

	<i>Според земјата</i>	Минимум	Максимум	Само-проценка	МНР проценка
Бугарија	Попис 1956: 187.789 ²²⁸ Попис 2011: 1.654 ²²⁹	150.000	700.000	1.500.000	250.000
Грција	Попис 1925: 162.506	200.000	700.000	1.200.000	200.000 ²³⁰
Албанија	Попис 2011: 5.512 ²³¹	90.000	150.000	300.000	120.000
Србија	Попис 1991: 47.118 Попис 2002: 25.847 Попис 2011: 22.755	60.000	100.000	300.000	85.000
Гора Косово	УНМИК 2004: 7.500	8.000	24.000	45.000	12.000
Хрватска	Попис 1991: 6.280 Попис 2011: 4.138	10.000	13.000	15.000	11.000
Словенија	Попис 2002: 4.972 ²³²	5.500	10.000	12.000	7.000
Б и Х	Попис 1991: 1.597	2.000	5.000	6.000	2.500
Црна Гора	Попис 2011: 900	1.000	2.000	3.000	1.500
Романија	Попис 2002: 731 ²³³	12.000	17.000	35.000	15.000
Турција	/	150.000	450.000	850.000	300.000 ²³⁴

Извор: МНР (состојба 26.04.2011 г.)

²²⁸Во 1965 г бројот на декларирани Македонци во Бугарија изнесува 8.750, во 1975 нема декларирани Македонци, во 1992 – 10.803.

²²⁹Треба да се нагласи дека на пописот на населението во Бугарија во 2011 година, како и на претходните пописи одржани во 1992 и 2001 година, евидентирани се притисоци од бугарските власти кон припадниците на македонското малцинство со цел спречување на слободата на национална самоидентификација. Патем, релативноста на резултатите на пописот од 2011 година во однос на бројот на Македонците се согледува со фактот дека од 1.654 попишани етнички Македонци вкупно 1.091 се државјани на Република Македонија со постојан престој во Бугарија.

²³⁰Time Almanac 2010, powered by Encyclopedia Britannica, Countries of the World – Greece, November, 2009, стр. 287.

²³¹Се однесува на деветте села во областа Мала Преспа и с. Врбник (округ Билишта). Со овој попис не беа опфатени македонските етнички населени места од областите Голо Брдо, Гора и Поградец, како и поголемите градови во Албанија (Елбасан, Тирана, Драч, Кукс).

²³²Едновремено, констатирана е бројка од 4.760 лица кои зборуваат македонски јазик.

²³³Од наведените 731 лице, вкупно 588 се изјасниле дека македонскиот им е мајчин јазик.

²³⁴Се работи за јазично малцинство.

4.2. Видови пристап и ангажирање на дијаспората

Во светот постојат многу примери на држави што имаат развиена соработка со дијаспората на различни нивоа, а особено на економско ниво. Во овој сегмент би ги издвоиле како најкарактеристични еврејската, кинеската и ирската дијаспора. Постојат повеќе карактеристики што ја опишуваат релацијата помеѓу дијаспората и државата, кои би ги нарекле општи карактеристики. При разгледување на овие општи карактеристики треба да определиме кои се очекувањата на државата од нејзините граѓани кои заминале да живеат надвор, а воедно да утврдиме што треба да преземе државата за зајакнување на врската со својата дијаспора. Општопознато е дека постои потенцијална синергија.

4.2.1. Општи карактеристики за релација дијаспора – земја на потекло

Во овој дел ќе ги опфатиме поважните карактеристики на релацијата помеѓу дијаспората и земјата на потекло, преку конкретни примери:

- Создавање на трговска мрежа, како пример во случајот со еврејската, кинеската, италијанската и индиската дијаспора.
- Како втора фаза се појавиле странските директни инвестиции. Во овој сегмент пример е кинеската дијаспора која во првите 30 години по Ден Сијао Пинг 70% од СДИ дошле од етнички Кинези, а не од странци.
- Влијанието во туризмот е значајна карактеристика преку која во многу земји бројката на туристи е голема благодарение на туристите од редовите на дијаспората.
- Потоа тука се јавува образованието и културата, како карактеристика преку кои се врши размена помеѓу дијаспората и земјата на образовни и културни вредности. Тоа е важно за да се зацврсти националниот идентитет и да гарантира идна соработка. Оваа карактеристика за жал е единствена димензија којашто е развиена во Република Македонија.

- Како следна карактеристика се јавува филантропијата, активност преку добротворни организации, донации. Собраните пари на овој начин се користат за изградба на образовни центри, музеи, изградба на паркови, поддршка на сиромашни фамилии, реконструкција на региони погодени од природни непогоди, војни и сл. Пример за филантропија во светот е израелската дијаспора.
- Битна карактеристика за зголемување на соработката со дијаспората е и организацијата на спортски настани. Ако ја разгледаме оваа активност ќе заклучиме дека спортот, покрај тоа што ја зголемува врската, претставува и голем бизнис. Многу земји имаат креирано посебни спортски настани за нивната дијаспора. Израел организира посебен настан сличен на Олимписките игри наречен МАКАБИЈАТ. Настанот се одржува секои четири години, а вкупниот приход се проценува на над 200 милиони долари, кои нормално остануваат во Израел.
- Исто така, припадниците на дијаспората можат да ги применат своите менаџерски способности, технолошки познавања, практични познавања, односно целокупното *ноу-хау* (know how) во земјата на потекло. Во овој дел сме во почетна фаза, односно се прават првични чекори преку невладината организација МАКЕДОНИЈА 2025.
- Една од важните функции на дијаспората е обезбедување на финансиска мрежа, која може да биде неформална преку која парите се трансферираат од државата кон дијаспората или почесто од дијаспората во државата. Но постојат и формални мрежи преку кои се трансферираат средства, односно има стотици кинески банки во сопственост на кинези во САД и тие обезбедуваат финансирање на проекти и активности во Кина.
- Следна карактеристика се дознаките преку кои голем број иселеници од дијаспората праќаат пари во матичната земја. Во Македонија дознаките се 20% од БДП, а за споредба, во Мексико, дознаките се 10% од БДП. Дознаките имаат

значајна улога во одржување на економијата на многу земји и без нив многу економии би доживеале колапс. Ова е, исто така една форма на интеракција помеѓу дијаспората и државата.

- Како важна карактеристика е политичкото лобирање кое има значајна улога за државата, а како лоби-група може да се користат лица што се дел од дијаспората. Потребата за лобирање е различна, некаде се карактеризира со барање на странска помош, грандови, воена помош, политичка поддршка итн. Во овој дел за пример е односот на САД – Израел каде што покрај политичкото лобирање се обезбедува и економска помош.

Кога ја анализираме оваа тема, најновите сознанија говорат дека нагласено во последните 10-15 години е тоа што земјите на потекло усвоиле серија мерки, презеле чекори, усвоиле закони, регулативи со намера да создадат подобри услови за инвестирање на нивните иселеници, а воедно и со намера да ги привлечат своите граѓани повторно да се врата во земјата и да ги охрабрат да инвестираат. Некои се спроведени во Република Македонија, но не се со посебен осврт и специфика за Македонците во дијаспората. Мерките се спроведуваат генерално за сите инвеститори и нема посебен третман кон македонската дијаспора, како во случајот со Израел и Кина.

Во 2011 година, Министерството за надворешни работи на Република Македонија преку Секторот за национални приоритети, поддржа 23 проектни активности на македонски здруженија од дијаспората, во 2012 година вкупно 24 проекти, додека во 2013 и 2014 вкупно 52 проекти кои се во функција на развојот на културното, образовното и духовното наследство на МНМ/дијаспората; зачувување на националниот и јазичниот идентитет; мониторинг на реализацијата на нивните човекови права и слободи и степенот на нивната интегрираност во земјите на нивното живеење; како и развивање на ефективни и што посеопфатни врски со Република Македонија.²³⁵

²³⁵ Министерството за надворешни работи на Р.Македонија (www.mfa.gov.mk последно пристапено 23.04.2015 г.)

4.2.2. Карактеристики за привлекување на иселеници – олеснувачки чекори во земјите на потекло

Владите на овие земји ја намалуваат ставката на даноци на дознаки со цел да привлечат дознаки. Некои од нив продаваат обврзници за дознаки, нешто што сèуште не се применува во Република Македонија. Овие обврзници имаат многу предности од причина што нудат можност да се испратат пари во кеш, постои можност да се купи обврзница на дознака и таа да се достави до крајната инстанта, најчесто до семејството.

Од друга страна, обврзниците се добри и за државата и за испраќачот поради повеќе причини и тоа:

- ги легализираат парите, односно ги ставаат парите во систем;
- лицето што купило обврзница, односно на тој начин испраќа пари до семејството, добива камата, дури и за краток период (30 дена), односно добива додатен приход;
- обврзниците може да бидат користени за купување на имот, инвестирање и слично;
- обврзницата е еден вид паралелна валута, но со многу подобар даночен третман.

Во повеќето земји во светот не е легално да се дискриминираат инвеститорите што доаѓаат од некоја друга земја, вклучително и иселениците. Исто така, не е легално да се дискриминираат домашните од странските инвеститори, односно третманот на инвеститорите треба да биде идентичен. Од друга страна, има многу економски мерки во кои дискриминацијата е дозволена, а во многу случаи и се охрабрува.

На пример, постојат различни видови данок за граѓани што се враќаат во земјата, што би значело охрабрување на граѓаните што емигрирале да се вратат повторно во земјата на потекло и да отворат бизнис, да вработат луѓе, а воедно, да бидат ослободени од одредени даноци. Ова не би значело дискриминација.

Исто така, постојат одредени мерки за олеснување од давачки при враќање во земјата, како што е ослободување од царина, од основна причина што лицето се враќа во земјата. Вакви мерки се применуваат во Кина и Израел.

Република Македонија има релативно значајна дијаспора и на етнички Македонци и на македонски граѓани од различни етнички заедници. Оваа дијаспора во последните години станува сè подобро организирана за политичко и економско лобирање за Република Македонија, а со тоа и придонесува за нејзин развој. Давањето можност на дијаспората да игра поактивна улога е од исклучително значење за развојот на Република Македонија од причина што само на тој начин ќе дојдат до израз квалитетите на многу наши сонародници што живеат надвор во светот и кои го достигнале врвот на успехот во најразлични области на бизнисот, медицината, уметноста, наука и сл.²³⁶.

Иако досега се преземени низа мерки и активности од страна на Владата на Република Македонија (избирачко право на парламентарни избори, договори за социјално осигурување, отворање на нови конзулати итн.), мора да се продолжи со несмалено темпо, со остварување на нови постапки што ќе бидат во насока на остварување на цели и идеи во интерес на зајакнување на врската помеѓу Македонија и македонската дијаспора.

Во градењето на капацитетите за комуникација со нашата дијаспора, треба да дадат свој придонес сите институции во Република Македонија, односно: Министерството за надворешни работи преку своите дипломатско-конзуларни претставништва, Министерството за внатрешни работи, Министерството за труд и социјална политика, Министерството за образование и наука, Министерството за економија, Министерството за култура, Државниот завод за статистика, Агенцијата за иселеништво, Јавниот државен радиодифузен сервис МРТВ и други кои имаат и најмала допирна точка со дијаспората.

²³⁶Николовски З. (2012) Докторска дисертација „Важноста на македонската дијаспора за развојот и мирот на Република Македонија“

4.3. Согледување на можностите за активирање на потенцијалот на дијаспората во процесот на инвестирање

Индикаторите кои укажуваат на огромната важност на дијаспората се: капиталот со кој располагаат, моменталните состојби на нивниот бизнис, мотивите, желбите и спремноста за инвестирање на сопствен капитал или за лобирање кај други бизнис-центри, досегашните инвестиции или донации и најразновидни искуства од нив, најразновидни очекувања од идните ангажмани, нивни согледувања за бизнис климата во Република Македонија и за нејзино подобрување.

Значењето на дијаспората за економскиот развој на земјата, може да се забележи преку одредени индикатори. Тие укажуваат на позитивните економски ефекти, како на пример: девизните дознаки, одредени инвестиции во Република Македонија како од страна на странски инвеститори така и од страна на македонски иселеници во странство, трансфер на технологијата што придонесува за пораст на иновациите, дестимулирање на монополистичките тенденции, преливен ефект, односно ширење на современата технологија во економијата, влез на странски директни инвестиции кои покрај технологијата трансферираат и менаџерски и работни вештини итн.

За сите овие значења мора да наведеме дека се условени од степенот на отвореност на економијата спрема странство, односно спрема имиграцијата која сака да инвестира, а со тоа и спрема нашите иселеници кои сакаат да инвестираат во нашата држава. Приватните трансфери на дијаспората се многу поголеми од странските директни инвестиции и полнат речиси 20% од буџетот, за 10% го зголемуваат бруто домашниот производ и покриваат најмалку 50% од трговскиот дефицит²³⁷. Овој потенцијал значително може да ја подобри економијата во Република Македонија. Од дијаспората влегуваат многу повеќе средства од она што е официјално евидентирано од причина што емигрантите честопати користат неформални канали за трансферирање на средства. Најголем дел од нив се трошат во домаќинствата, за егзистенција на семејствата, за образование, со што се обезбедува социјален мир, додека изостануваат реалните инвестиции во производствени капацитети.

²³⁷Ibid.

Обемот на инвестиции што доаѓаат од страна на иселениците во Република Македонија, постојано се зголемува и покрај помалата почетна основа. Оттука, може да се констатира дека Република Македонија треба да има поагресивен настап во привлекувањето на инвеститори од редовите на иселениците бидејќи тие поседуваат значителен економски потенцијал. Одредени проценки покажуваат дека во периодот до 2020 година, дознаките на нашите иселеници би можеле да достигнат околу 2 милијарди долари на годишно ниво. Од овие средства се цени дека со создавање на потребни предуслови би можеле да се насочат за инвестиции од 15 до 20% од вкупниот прилив²³⁸.

Поголем број македонски бизнисмени од Австралија се заинтересирани да инвестираат во Македонија, а од друга страна и придонесуваат за зголемување на извозот во Австралија на прехранбени производи и обувки. Зголемениот интерес за инвестирање во Македонија, произлегува од погодностите што се нудат, како и релативно евтината а квалификувана работна сила. Во напорот за привлекување на странски инвестиции не заостануваат и нашите иселеници што живеат и работат на американскиот континент. Во овој дел на привлекување на странски инвестиции во Република Македонија, учествува невладината организација формирана од наши еминентни бизнисмени во САД, *Македонија 2025*, која секоја година организира глобален инвестициски форум на кој се поканети светски имиња од бизнис заедницата.

Во првите години од осамостојувањето на Република Македонија, одреден број Македонци од дијаспората се вратија во државата и се обидоа да инвестираат дел од својот капитал стекнат во странство. Меѓутоа, да не забораваме дека многу од овие потенцијални инвеститори се откажаа или си заминаа, секој со своја проценка за оправданоста на бизнисот што го започнале во Македонија. Според изјавите на повеќето инвеститори кои се откажале од понатамошен бизнис во изминатиот период во Република Македонија, како основна причина се јавуваат недостигот на институционална поддршка, неефикасно судство, како и општата бизнис клима и бизнис практика во Македонија.

²³⁸ Агенција за иселеништво на Република Македонија (2003) „Иселеништвото од Македонија до денес“ - Развојни потенцијали на иселеништвото од Република Македонија

Со цел брзо и ефикасно спроведување на стратегијата за активирање на потенцијалот на дијаспората во процесот на инвестирање го предлагам следното:

- да се изврши попис на македонското иселеништво во светот (дијаспора);
- зголемување на царинските олеснувања за македонските иселеници кои влегуваат во Република Македонија со цел повторно населување во Македонија;
- зголемување на бројот на дипломатско-конзуларни претставништва на Република Македонија во светот, особено онаму каде што имаме бројна дијаспора;
- подобрување на постапката за издавање на документи (пасоши, лични карти, изводи итн.) за припадниците на дијаспората;
- зголемување на македонските економски промотори во светот од редовите на македонската дијаспора;
- административна помош и даночни олеснувања при реализација на инвестициски проекти;
- намалување на трошоците за трансфер на девизни дознаки, како и континуирано унапредување на олеснувањето и достапноста на трансмисијата на дознаките;
- поттикнување на мрежи засновани на знаење, локални и странски, луѓе кои се лојални во дијаспората како експерти, бизнисмени, научници, формирање на здруженија на емигранти за да се споделат контакти, можности за бизнис и други општествени мрежи;
- охрабрување на граѓаните кои се враќаат преку обезбедување на донации, концесии, заеми и можности за вработување. Ова се прави во Израел, Кина, Венецуела и други земји;
- трансфер на студенти и професионалци помеѓу дијаспората и татковината.

5. МОЖНОСТИ ЗА КОРИСТЕЊЕ НА ТЕРИТОРИЈАЛЕН МАРКЕТИНГ ВО ПРОЦЕСОТ НА ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА ИНВЕСТИЦИИ

5.1. Дефинирање на територијалниот маркетинг

Најчесто поставуваните прашања од страна на локалните и регионалните власти во недоволно развиените земји се: „Како може да се дојде до развој на една територија? Како одредена територија може да биде привлечна и да се привлечат човечки и материјални ресурси? Како да се избегне одлевањето на човечки и материјални ресурси?“

Зголемувањето на конкурентноста меѓу географските подрачја е предизвикано од напорите на секое подрачје да привлече во својата територијална рамка што поголем број инвестиции, како од надворешен така и од внатрешен карактер, како што се услужните претпријатија, бизнис-посети, туристи, индустриски капацитети итн.

Големите промени во видот на услуги, комуникациите, информатичките системи, транспортот, дадоа придонес за прогресивно трансформирање на економската конкуренција од територијален карактер во глобална конкуренција. Сето тоа придонело до пораст на мобилноста на стоките, услугите, технологиите, капиталот и луѓето. Пред случувањето на овие промени, компаниите ги извршувале своите производствени дејности на одредена територија, а оттаму и произведената стока или услуга имала типичен локален идентитет. Во денешната пазарна конкуренција компаниите се стремат кон поголема мобилност, односно изнаоѓање на модалитети за што е можно пониски производни трошоци, поквалификувана работна сила, како и присуство во различни економии.

Зборот територија премногу често се користи во реториката со што се создаваат половични или искривени претстави. Половични, кога се мисли за територијата како една материјална целина без актери, или кога се смета дека политичката, социјалната, културната и економската активност може да се разгледуваат одвоено од материјалната страна на територијата. Претставата е искривена кога територијата се сфаќа како

обичен примач на ефекти или влијанија на некоја политичка, социјална или економска активност која се одвива независно и одвоено од локалната реалност²³⁹.

Кога би било така, територијата да е само подрачје на кое се проектира нешто што веќе е осмислено на друго место, тогаш не би била потребна територијална интервенција, односно територијалната политика не би имала смисла и би биле доволни само економски и социјални политики што би регулирале генерални и апстрактни односи меѓу субјектите, како и нивните последици и влијанија на територијата. Тоа, секако, би било олеснителна околност, но таа дематеријализирана визија на човечкото дејствување е во спротивност со фактот дека што и да правиме, како поединци или како општество, мора да ги земеме предвид добрата и природните ресурси, хидрогеолошката рамнотежа и да го почитуваме екосистемот, градежното земјиште, историското и културното наследство, постоечкиот недвижен капитал итн. Сето тоа е цврсто поврзано со територијата и е различно географски распоредено, така што во комбинација со нашите животни потреби, живеењето, производството, со текот на времето ги оформуваат општеството и економијата, така што тој долготраен процес на заеднички развој ние не го ни забележуваме, па ни се чини дека општеството ја менува територијата, а не обратно²⁴⁰.

Затоа, секоја економска, социјална и културна политика кога тежнее кон ефикасност, треба да се грижи за територијата и да ја согледува не само како производ на човечката активност, туку пред сè како средство и матрица на развој на сите животни услови. Тоа значи дека за подобрување на животната околина и општеството, за културен и економски развој важно е да се работи на територијалноста, односно на динамичкиот однос меѓу социјалните компоненти (економија, култура, институции, власти) и помеѓу материјалното и нематеријалното, животното и неживотното, сето она што е карактеристично за територијата на која се живее, работи и произведува²⁴¹.

Во почетокот на деведесеттите години на минатиот век, со сè поголемата експанзија на конкуренцијата на меѓународното ниво, интегрираниот локален систем, сите фактори на локализација и производство од една страна и јавните и приватни ресурси од друга

²³⁹ Илиевска В. (2007) “Територијален маркетинг, стратешки елемент на развојот”, Скопје

²⁴⁰ Ibid.

²⁴¹ Filippo Oropallo (2009), “Sistema locale Territoriale”, *Conferenza italiana di scienze regionali, Italy*

страна, добија одлучувачка улога во глобалната економска конкуренција. Конкуренцијата на меѓународниот пазар повеќе не се однесува на поединечни субјекти – институции или претпријатија, туку сè повеќе на територијата, сфатена како систем во споредба со други територии кои се однесуваат на ист начин. Достигнувањето и одржувањето на високото ниво на конкурентност на глобалниот пазар, бара територијалниот систем да ги разработи целните и иновативните стратегии, чија основа е промоција и валоризација на територијалните ресурси и идентификување на неопходните вложувања, обновата која е неопходна за да се обезбеди континуитетот и ако е можно подобрување на перформансите на самата територија. Затоа територијалниот маркетинг добива сè поголемо значење во стратешкото планирање на развојот од страна на двигателите на локалната политика. На половина пат помеѓу регионалната економија и маркетингот на претпријатието, територијалниот маркетинг е релативно нова дисциплина чиешто историско јадро ја прави тема на странските вложувања, а дополнителните теоретски придонеси подетално проучиле кои вложувања треба да се привлечат и кои се факторите за привлекување во еден територијален и урбан систем²⁴².

Различните „територии“, кои можеме да ги наречеме „производи“, влегуваат во перспектива на динамична конкуренција и сè поприсутно споредување. Во моментот кога на различните локации се гледа во насока на зголемување на истражувањето на конкурентни предности, се наметнува прифаќањето на метафората на териториите како „производи“, внатре во „претпријатието – територија“ при што соодветните раководни лица се ориентираат кон користење на управувачките стратешки логички што ги дефинира територијалниот маркетинг²⁴³.

На пример во САД, често се користат техники на маркетинг за развој на териториите. Ова најчесто се прави преку бројните урбани центри, односно олеснувачи на процесот на одлучување и креатори на поголемата конкурентност на градовите во меѓународни рамки.

Во оваа фаза, во која се согледува потребата за едно правилно стратешко управување со територијата, се чувствува потреба од интеграција и систематизација за да се утврди

²⁴²www.edipi.com/riviste/pubblica/articolo=840 (последно пристапено 04.06.2014)

²⁴³Илиевска В. (2007) „Територијален маркетинг, стратешки елемент на развојот“ Скопје

дали е можно да се назначи модел кој би можел, откако ќе се разбудат логичките основи на примена на маркетинг на територијата, да се определат потенцијално корисните инструменти на маркетинг на територијата, во рамки на пристап кој има за цел континуирана валоризација на територијалните ресурси.

Територијалниот маркетинг претставува дисциплина која е насочена кон привлекување на надворешни и внатрешни инвестиции, насочени кон повикување, внатре во територијата, на различни можни сегменти на клиенти (претпријатија, инвеститори, туристи и др.)²⁴⁴.

Територијалниот маркетинг е познат во англиската литература како *place marketing*, додека во германската литература како *komunales marketing*. Некои автори користат и други дефиниции, како на пример, регионален или локален маркетинг, просторен маркетинг, општински или урбан маркетинг. Територијалниот маркетинг може да се дефинира како сет од маркетиншки активности преземени од територијалните заедници и организации во општеството во рамките на процесот на стратешко планирање²⁴⁵. Исто така, можно е да се утврди друго ниво на примена на територијалниот маркетинг, односно на оној поврзан за квалитетот кој е насочен кон задоволување на потребите на жителите на територијата (граѓани и претпријатија) и актери, вклучени во процесот на стратешкото територијално планирање (стопански комори, здруженија на производители, здруженија на потрошувачи итн.).

Целите на концептот на територијалниот маркетинг се разликуваат од оние што се воспоставуваат на комерцијалните пазари, кои обично претставуваат директен финансиски профит за организацијата. Територијалниот маркетинг ефективно го рedefинира терминот профит со цел да вклучи индиректни и потешко мерливи општествени добра, а воедно ја дефинира главната цел во насока на остварување на најдобрите услови за живот на популацијата преку обликување на услужниот капацитет на локалната администрација и други институции што ги задоволуваат индивидуалните и колективните потреби на населението на регионот. Предизвикот на територијалниот маркетинг е да го зајакне капацитетот на територијата, да се

²⁴⁴Pilotti, L. (2001) "Marketing territoriale Come Connettore di Intelligence tra manifattura, servizi e nuovi business", *Universita di Padova, Italy*

²⁴⁵Gold J.R., Ward S. V. (1994), "Place Promotion – The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions", *John Wiley&Sons, Chichester, p.41*

приспособи на променетиот пазарен простор, да ги согледа можностите и да ја одржи нивната виталност.

Активностите на територијалниот маркетинг, често доведувале до развој на некои европски региони, кои, генерално гледано, во краток временски период достигнале високо ниво на конкурентност. Да го споменеме искуството на Барселона и Каталонија, кои можеби се во првата зона чијшто развој е заснован на широк и опфатен развој на адекватните иницијативи на територијалниот маркетинг. Територијалниот маркетинг ги направил конкурентни, а со тоа и привлечни за бројни странски инвестиции со чија помош започнале и успешен економски пат. Постигнатите резултати не само што ги надминале некогашните јазови, туку довеле и до зајакнување на некои конкурентни територии. Конкуренцијата меѓу териториите наметнува решавање на две основни прашања²⁴⁶:

- одредување на улогата што треба да ја има секоја област (стратешки сектори, специфични активности, локални надлежности итн.)
- дефинирање на зоните кои може да ги претставуваат потенцијалните конкуренти или скапоцени сојузници во структурирањето на новиот простор.

5.2.Инструменти на територијалниот маркетинг

За реализирање на одредена стратешка цел неопходни се алатки, односно инструменти за нејзино успешно спроведување. Во овој контекст, потребно е јасно дефинирање на инструментите на стратешкиот маркетинг преку кој ќе се оформи една маркетиншка стратегија, која ќе содржи клучни концепти како што се ресурсите и специфичностите на една територија. Во маркетиншката стратегија треба да бидат содржани следниве елементи: заштита, промоција и пристапност до разноликоста.

²⁴⁶www.edipi.com/riviste/publica/aritocolo=840

Конкурентските предности на територијата треба да се извлечат од специфичностите, ресурсите со кои располага и способностите кои ги акумулирала со тек на време. Но сепак, најважни се локалните специфичности за градење на најцврста основа за остварување на конкурентска предност.

За една територија да има успех во рамките на поголема територијална конкуренција, треба постојано да се анализираат желбите и потребите на актерите (жителите и клиентите) на таа територија, што подразбира стратешко дејствување на поединечни места преку сегментација на териториите и валоризација на ресурсите што ги поседуваат. На овој начин утврдената маркетиншка стратегија ќе биде многу поуспешна, а воедно и искористувањето на корпоративните алатки за маркетинг: ПЕСТ²⁴⁷ анализа, поставување на насоки, промоција, градење на имиџ, СВОТ²⁴⁸ анализа итн.

Основната цел е да се создаде територијална маркетиншка стратегија која во себе ќе содржи маркетиншки микс т.н. територијален микс кој ќе се карактеризира со²⁴⁹:

- проектирање на најсоодветниот микс на територијални добра и услуги
- создавање на поволна клима за корисниците на овие производи/услуги
- подобрување на пристапот до територијата и нејзините добра и услуги
- промоција на вредностите и имиџот на територијата.

На крај, може да заклучиме дека за развој на територијата потребни се маркетиншки цели кои ќе влијаат врз понатамошните можности поврзани со изборот на специфични

²⁴⁷PEST: P - Political & Legal factors, E – Economic factors, S – Socio – cultural factors, T – Technological factors (Политички и правни фактори, економски фактори, општествено - културни фактори, технолошки фактори)

²⁴⁸SWOT: S – Strengths , W – Weaknesses, O – Opportunities , T – Threats (предности, слабости, можности и опасности)

²⁴⁹Vari den Berg,L. Bromezza,I. and Vari der Meer,J. (1994) Gestione e marketing delle citta: l'esperienza olandese. In Impresa e Stato, 27: 38-44.

маркетиншки инструменти. Некои од нив се однесуваат на генералните активности наменети кон сите групи корисници и имаат цел да го оформат посакуваниот имиџ на територијата/регионот, додека примената на другите инструменти е детерминирана од различните цели наменети преку понудите на територијата/регионот да одговорат на одредени групи корисници. Ова би значело дека е потребно лансирање на повеќе стратегии истовремено кои би користеле различен микс на маркетиншки алатки.

5.3. Територијалниот маркетинг како алатка за привлекување на СДИ – Случај на Република Македонија

Пред државите, регионите, односно локалитетите, можат да започнат со спроведување на посебни мерки за привлекување на СДИ. Меѓутоа, пред да започнат со овие активности, прво треба да одлучат каков вид СДИ можат да бидат најкорисни за нивната територија, со цел да се формулира кохерентна стратегија за нивно привлекување, а потоа и соодветно сервисирање. Поставувањето на општата визија на политиките е од круцијално значење за креирање на единство на целите и интересите на сите учесници во процесот (локалната власт, централната власт, индустријата и општеството). Во зависност од избраната стратегија (привлекување на СДИ со цел зголемување на извозот, фокус на конкретни инвеститори, фокусирање на одредени сектори – ИТ, фармација, автомобилска индустрија, градежна индустрија, земјоделство или промовирање на пристапот на опфаќање на сите), моделот за привлекување на СДИ може да биде доста различен. Оттаму, особено е важно стратегиите и структурите на политиките за привлекување на СДИ да бидат приспособени на условите на локалното и регионалното ниво.

Промоцијата се базира на три променливи: *производот* (територија, локација на инвестицијата или секторот / индустриска дејност), *цената* (трошокот за донесување на инвестицијата на локацијата и работење на инвестициската локација) и *промоцијата* (активностите избрани за креирање на позитивна слика за територијата / инвестициската локација / индустриската дејност). Инвестициите нема да донесат економски развој доколку нивното привлекување, задржување и зацврстување не биде проследено со алатки и активности за последователна грижа (*after care*). Во полето на економскиот развој, последователната грижа за инвеститорите може да се дефинира како обезбедување на услуги од страна на АСИПИРМ, ТИРЗ, односно други специјализирани агенции чијашто цел е олеснување на процедурите и поттикнување на нови инвестиции во соработка со присутните инвеститори во земјата²⁵⁰.

Додека политиките за последователна грижа за инвеститорите се директно поврзани со успешното привлекување на потенцијални СДИ, политиките за долгорочно

²⁵⁰Илиевска В. (2007) „Територијален маркетинг, стратешки елемент на развојот“ Скопје

зацврстување се поврзани со поопштите локални/регионални економски политики. Овие услуги имаат за цел не само поддршка на реинвестициите, туку и зголемување на вредноста на инвестицијата за земјата, односно регионот-домаќин и намалување на ризиците од затворање. Некои од агенциите за промоција на инвестиции се обидуваат внатрешно да ги интегрираат инвеститорите во иницијативи за развој на добавувачи и синџири за добавување. Повеќето од агенциите спроведуваат програми за идентификација на потенцијалните локални извори за снабдување на странските инвеститори, за кои, сами по себе, не би биле свесни за нивното присуство. Други иницијативи за зацврстување се фокусираат на соработката помеѓу странските инвеститори и локалните универзитети и факултети, со цел да се подобри базата за вештини и да се креира квалификувана работна сила за нивните потреби т.н. *Taylor based schools*.

Со други зборови, битно е да се утврди каде постои потенцијал за зголемување на врските помеѓу странските инвеститори и локалните фирми и институции за најдобро да се определат мерките за зацврстување на релациите. Ова е особено важно за зголемување на атрактивноста на територијата да привлече што е можно повеќе странски инвестиции кои преку искористувањето на територијата успешно ќе се локализираат.

IV ДЕЛ - АНКЕТЕН ПРАШАЛНИК ЗА УТВРДУВАЊЕ НА ВЛИЈАНИЕТО НА ВЛАДИНИТЕ ПОЛИТИКИ ВО ПРИВЛЕКУВАЊЕ НА СТРАНСКИ ДИРЕКТНИ ИНВЕСТИЦИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

1. РЕЗУЛТАТИ ОД ЕМПИРИСКОТО ИСТРАЖУВАЊЕ

Со цел да се утврдат можностите за подобрување на владините политики во однос на зголемувањето на приливот на странски директни инвестиции во Република Македонија, како и за давање на соодветни препораки, спроведено е емпириско истражување во форма на анкетен прашалник.

Прашалникот е составен од 32 прашања од отворен тип (прилог 1), со можност да не се одговори на прашање на кое испитаникот не сака да даде одговор или да понуди повеќе одговори за кои смета дека се подеднакво важни. Анкетата е спроведена анонимно врз повеќе од 70 лица (вработени во АСИПИ, ТИРЗ, МНР – економска дипломатија, Агенција за туризам, кабинети на министри за привлекување на СДИ, кабинет на ПВРМ, компании со странски, мешан и домашен капитал, како и академски работници) инволвирани на директно или индиректно ниво во процесите на привлекување на странски директни инвестиции. На анкетниот прашалник добивме одговор од 55 испитаници, односно околу 78% од вкупниот број испитаници, што претставува релевантен примерок за да може да се донесат заклучоци за влијанието на владините политики во привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија.

Овој начин на истражување го избравме со цел да добиеме објективни и искрени одговори, односно да ја избегнеме неугодноста во одговорите на испитаниците поради сензибилноста на анкетниот прашалник, а од друга страна реално да ги согледаме состојбите поврзани со владините политики во креирањето на позитивна клима за привлекувањето на странски директни инвестиции. Истражувањето и анализата на резултатите се реализирани во првиот квартал на 2015 година.

Во продолжение се прикажани резултатите што се добиени со статистичка обработка и анализа на одговорите што испитаниците ги дале на поставените прашања од анкетниот прашалник.

На почетокот од анкетниот прашалник поставени се општи прашања за да се утврди возраста на испитаниците, нивниот работен однос, образование и нивната позиција во компанијата/администрација.

Табела бр.35: Структура на испитаниците во анкетниот прашалник

Возраст					
18-30 год	30-45 год	45-60 год			
5	37	13			
Работен однос					
Државна админ.	Приватен сектор	Македоски капитал	Странски капитал	Мешан капитал	
28	27	14	7	6	
Образование			Позиција		
ВСС	Магистер	Доктор на науки	Топ менаџмент	Среден менаџмент	Оперативно ниво
28	23	4	14	25	16

Од табелата бр.35 можеме да заклучиме еден изедначен сооднос на испитаниците од државниот и приватниот сектор, односно процентуално 51% државна администрација наспроти 49% приватен сектор. Во однос на позицијата, најголем дел од испитаниците извршуваат функции на ниво на среден менаџмент или позиција која најдобро ги согледува и може да ја спореди функционалноста на оперативно ниво и во топ менаџментот, што придонесува за подобро согледување на проблемите и нивно надминување преку препораките што ќе произлезат од овој анкетен прашалник. Образовната структура на испитаниците е на доста високо ниво, односно околу 50% со ВСС, 42% магистри и околу 8% доктори на наука. Кога сме кај возраста најголем дел од испитаниците се на возраст од 30 до 45 години, односно повеќе од 2/3 или околу 67% од вкупниот број испитаници.

Прашање бр. 1: Како ја оценувате фискалната политика во Република Македонија?

Според податоците добиени во однос на ова прашање, може да заклучиме дека фискалната политика во Република Македонија од страна на испитаниците е оценета како многу добра 45%, одлична 16%, добра 33%, лоша 4% и најлоша 2%. Генералниот заклучок по однос на ова прашање е позитивен, односно во Република Македонија се води стабилна фискална политика.

Графикон бр.19: Оценка за фискалната политика



Прашање бр.2: Како ја оценувате монетарната политика во Република Македонија?

Според добиените податоци од страна на испитаниците, ситуацијата е многу слична на одговорите добиени на првото прашање, односно монетарната политика во Република Македонија е оценета како одлична од 18%, многу добра од 45%, добра 35% и лоша 2%. Од добиените одговори можеме да заклучиме дека испитаниците се изјасниле позитивно во однос на монетарната политика, што значи НБРМ води стабилна монетарна политика.

Графикон бр.20: Оценка за монетарната политика



Прашање бр. 3: Како ја оценувате социјалната политика во Република Македонија?

Оценките во однос на ова прашање се релативно позитивни, односно со: одлично одговориле 8%, многу добро 29%, добро 37%, лошо 18% и најлошо 8%. Според дадените оценки од страна на испитаниците, можеме да заклучиме дека процентот на одлично и најлошо е идентичен, доминира оценката добро, што произлегува дека има простор за надградба, односно подобрување на социјалната политика во Република Македонија.

Графикон бр.21: Оценка за социјалната политика



Прашање бр. 4: Како ја оценувате надворешната трговска политика на Република Македонија?

На ова прашање испитаниците го одговориле следното: 10% одлично, 38% многу добро, 42% добро, 8% лошо и 2% најлошо. Според дадените одговори, можеме реално да заклучиме дека надворешната трговска политика во Република Македонија е оценета позитивно, но сепак треба да се стреми кон подобрување, односно намалување

на бројот на трговски бариери и настојување на потпишување на што поголем број договори за слободна трговија кои ќе ја зголемат атрактивноста на земјата, а оттаму и бројот на странски директни инвестиции.

Графикон бр.22: Оценка за надворешно трговската политика



Прашање бр. 5: Како ја оценувате политиката на привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија?

Ова прашање е одговорено со висока позитивна оценка од страна на испитаниците, односно со одлично одговориле високи 30%, многу добро 40%, добро 22%, лошо 4% и најлошо 4%. Ова произлегува од агресивната политика што ја спроведува Владата на Република Македонија во однос на привлекувањето на странски директни инвестиции на кои се гледа како основна алатка во намалување на високата невработеност во Република Македонија.

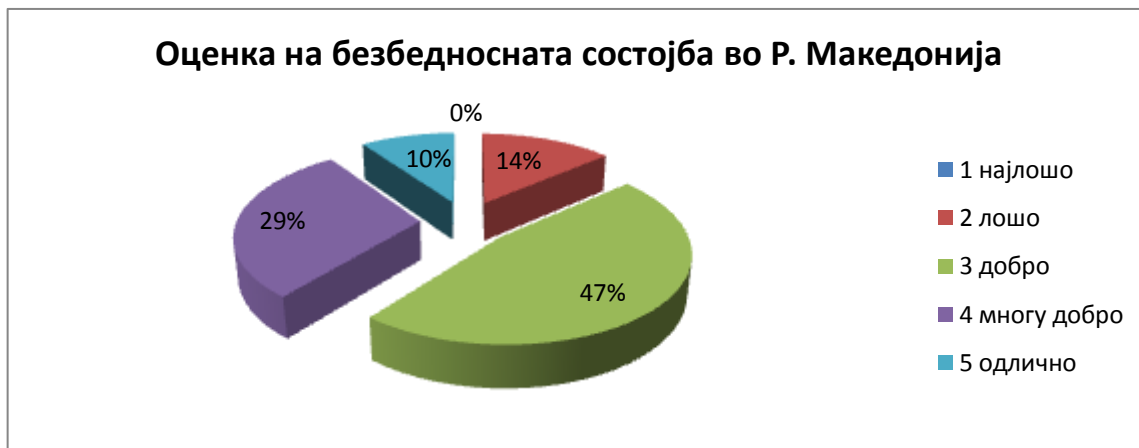
Графикон бр.23: Оценка за политиката за привлекување на СДИ



Прашање бр.6: Како ја оценувате безбедносната состојба во Република Македонија?

Безбедносната состојба е оцената како добра од страна на испитаниците кои се изјасниле за: одлична 10%, многу добра 29%, добра 47% и 14% за лоша. Овие одговори произлегуваат од географската локација на територијата на западен Балкан, кој е оценет како безбедносно несигурен и турбулентен регион од една страна и вето тона нашиот јужен сосед кој го спречил членството во алијансата НАТО од друга страна, а кои влеваат несигурност за безбедносната состојба на Република Македонија кај инвеститорите. Секако, оваа оценка би се подобрила со интегрирањето на Република Македонија во НАТО и ЕУ.

Графикон бр.24: Оценка за безбедносната состојба во Р. Македонија



Прашање бр.7: Како ја оценувате работата на Агенцијата за привлекување на странски инвестиции?

Агенцијата за странски инвестиции и поттикнување на извозот претставува еден од носечките субјекти во делот на привлекување на странски инвестиции, ако се земе предвид мрежата на промотори која ја поседува и нејзините законски овластувања. Испитаниците по однос на ова прашање се произнесоа со: 10% за одлично, 36% за многу добро, 42% за добро, 8% за лошо и 4% за најлошо. Според добиените одговори, може да се заклучи дека е потребно понатамошно подобрување на функционалноста на АСИПИ, иако одговорите се релативно позитивни.

Графикон бр.25: Оценка за работата на АСИПИ



Прашање бр. 8: Како ја оценувате работата на Дирекцијата за привлекување на странски инвестиции?

Дирекцијата за технолошко-индустриски развојни зони раководи со ТИРЗ низ Р. Македонија, каде што голем дел од странските инвеститори ги етаблираа своите производствени капацитети. Дирекцијата се грижи за нивно комплетно сервисирање од моментот на донесување одлука до реализација на инвестицијата, како и понатамошната грижа (*after care*). Испитаниците во најголем број ја оценија работата на ДТИРЗ со оценката многу добар, односно високи 56%, одлично 15%, добро 21% и лошо 8%. Од добиените одговори можеме да заклучиме дека ДТИРЗ во најголем дел многу добро ја извршува својата функција, но сепак, и понатаму треба да се подобрува нејзината функционалност.

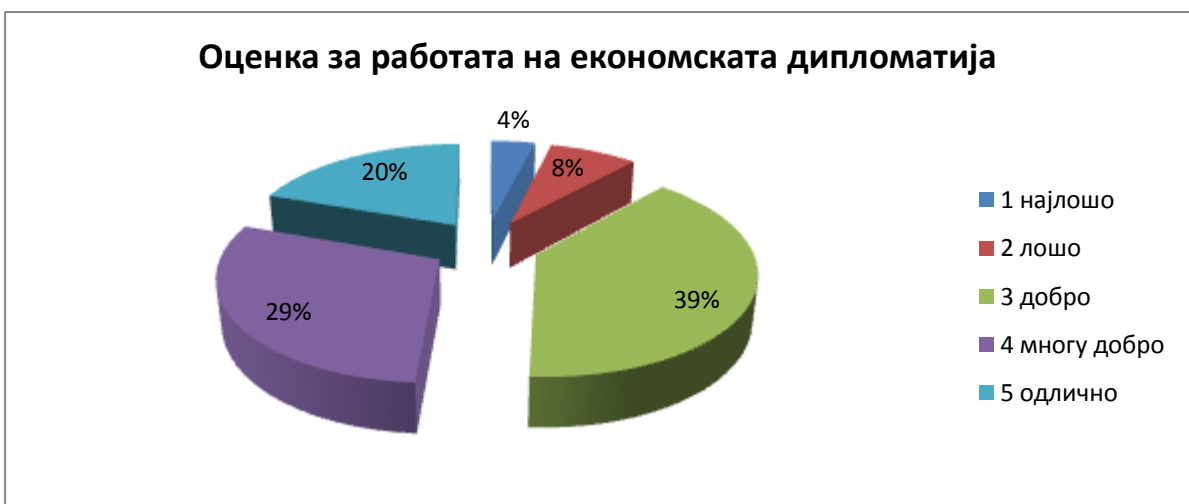
Графикон бр.26: Оценка за работата на ДТИРЗ



Прашање бр.9: Како ја оценувате работата на економската дипломатија?

Еден од трите клучни приоритетите во надворешната политика на МНР е економската дипломатија која се реализира преку Директоратот за економска дипломатија и дипломатско-конзуларните претставништва на Република Македонија. Според дадените оценки од страна на испитаниците, односно 20% одговориле со одлично, 29% многу добро, 39% добро, 8% лошо и 4% најлошо, можеме да заклучиме дека иако генерално, оценките се позитивни, сепак постои простор за унапредување на функционалноста на целокупната економска дипломатија.

Графикон бр.27: Оценка за работата на економската дипломатија



Прашање бр.10: Како ја оценувате работата на економските промотори на Република Македонија во странство?

До крајот на 2015 година Република Македонија ќе брои 40 промотори во странство кои се директно вклучени во процесот на привлекување на странски инвеститори, односно остварување на првичните контакти со потенцијалните инвеститори, како и пронаоѓање на потенцијални партнери за извоз на нашите производи од Република Македонија. Од испитаниците, 10% одговорија со одлично, 18% со многу добро, 45% добро, 25% со лошо и 2% со најлошо. Од одговорите можеме да заклучиме дека е неминовно подобрување и надградување на целокупната работа на економските промотори кои претставуваат клучна алатка во процесот на привлекување на странски директни инвестиции.

Графикон бр.28: Оценка за работата на економските промотори



Прашање бр.11: Како ја оценувате работата на министрите за привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија?

Како составен дел од процесот на привлекување на СДИ, министрите кои се директно задолжени за привлекување на странски инвестиции во делокругот на својата функција, од страна на испитаниците се оценети со: 16% одлично, 39% многу добро, 27% добро, 16% лошо и 2% најлошо. Од дадените оценки можеме да забележиме дека процентот за оценка одлично и лошо е идентичен. Оттаму може да се заклучи дека и во овој дел има потреба од зголемување на ефикасноста.

Графикон бр.29: Оценка за работата на министрите за привлекување на СДИ



Прашање бр.12: Дали мислите дека Владата на Република Македонија нуди доволно стимулации за привлекување на странски инвестиции?

На ова прашање висок процент од испитаниците се произнесоа со ДА, односно 92%, што може да се заклучи дека пакетот на погодности што го нуди Владата на Република Македонија за странските инвеститори е сосема доволен стимуланс за нивен влез во Р. Македонија.

Графикон бр.30: Оценка за стимулациите што ги нуди Владата за странските инвеститори



Прашање бр. 13: Дали е потребно зголемување на активностите во привлекување на странски директни инвестиции, во смисла број на промотори во странство, број на т.н. *роуд-шоу* (road-show) на Владата на Република Македонија?

Во однос на потребата за зголемување на активностите за привлекување на СДИ во Република Македонија, испитаниците се изјаснија со НЕ (60%) и со ДА (40%). Според

овие податоци може да се заклучи дека активностите што ги презема Владата на Република Македонија во делот на привлекување СДИ се доволни, но сепак може да се размислува за евентуално зголемувањена ефикасноста и квалитетот.

Графикон бр.31: Дали е потребно зголемување на активностите за привлекување СДИ



Прашање бр.14: Како ги оценувате маркетинг-кампањите *Invest in Macedonia* кои се прикажуваат на странски познати медиуми?

Според добиените оценки од страна на испитаниците по однос на ова прашање, односно 32% одлично, 42% многу добро, 22% добро и скромни 4% лошо, можеме да заклучиме дека маркетинг-кампањите креираат позитивновлијание во процесот на привлекување на СДИ во Република Македонија.

Графикон бр.32: Оценка за маркетинг-кампањите *Invest in Macedonia*



Прашање бр.15: Како ги оценувате промотивните материјали во кои Република Македонија е претставена како поволна дестинација за странските инвеститори?

Промотивните материјали се важна алатка во процесот на привлекување СДИ. На ова прашање испитаниците се произнесоа со 22% одлично, 34% многу добро, 34% добро, 8% лошо и 2% најлошо. Од добиените одговори можеме да заклучиме дека постои простор за надградба, односно соодветно подобрување на овие доста корисни материјали/алатки за промоција на Македонија како атрактивна дестинација за странските инвеститори.

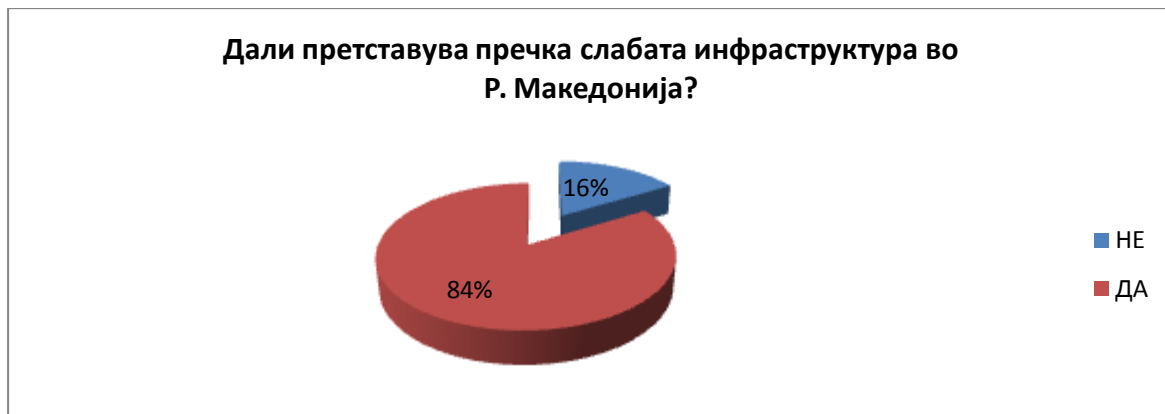
Графикон бр.33: Оценка за промотивните материјали



Прашање бр.16: Дали претставува пречка слабата инфраструктура во Република Македонија во процесот на привлекување на странски директни инвестиции?

На овој доста битен елемент во целокупниот процес на привлекување на СДИ, испитаниците се произнесоа со одговор ДА (84%) и одговор НЕ (16%). Од добиените одговори неминовно е подобрување на инфраструктурата. За да утврдиме кои се приоритетни области во инфраструктурата го поставивме прашањето број 17 за испитаниците кои се произнеле со одговор ДА.

Графикон бр.34: Дали претставува пречка слабата инфраструктура во Р. Македонија?



Прашање бр.17: Ако одговорот е ДА во претходното прашање, според Вас кој дел е приоритетен во делот на инфраструктурата што ќе придонесе за зголемување на бројот на странски инвестиции?

Според добиените одговори од страна на испитаниците како приоритетни проекти се избрани: автопати (42%), железница (32%), гасификација (17%), аеродроми (6%) и пошта и телекомуникации (3%). Од ова може да се заклучи дека е потребна изградба на нови автопати и железници кои дополнително ќе го зголемат регионалното поврзување и ќе го олеснат движењето на стоки и услуги. Но, во овој дел, исто така битен елемент е и гасификацијата која ќе ја зголеми енергетската сигурност на Република Македонија, но и позитивно ќе влијае врз цените на целокупното производство.

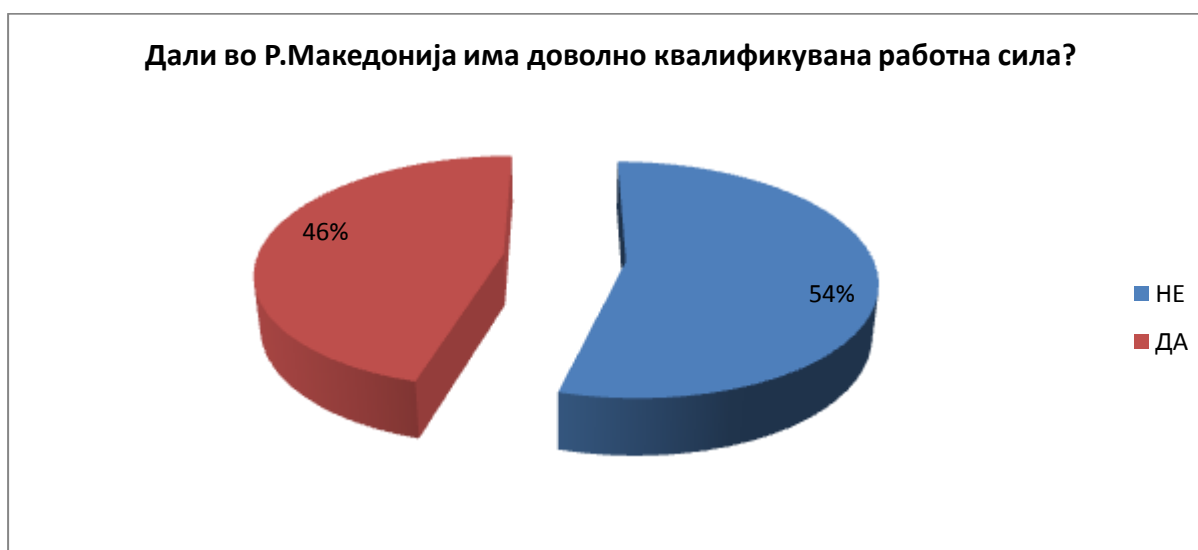
Графикон бр.35: Приоритетни инфраструктурни проекти



Прашање бр.18: Дали мислите дека во Република Македонија има доволно квалификувана работна сила?

Поседувањето на квалификувана работна сила е битен елемент во процесот на привлекување на странски директни инвестиции. Од страна на испитаниците на ова прашање одговорите што ги добивме се: ДА (46%) и НЕ (54%). Според овие одговори можеме да заклучиме дека се потребни длабоки реформи во образовниот систем што ќе одговора на потребите на странските инвеститори, но и квалификациите што ги бара глобалната економија.

Графикон бр.36: Дали во Р. Македонија има доволно квалификувана работна сила?



Прашање бр.19: Како ги оценувате условите за започнување на бизнис во Република Македонија?

Испитаниците на ова прашање одговорија со 10% одлично, 42% многу добро, 33% добро и 15% лошо. Според добиените одговори, во Република Македонија условите за започнување на бизнис се позитивни. Сепак, не треба да се занемари високиот процент на испитаници кои се изјасниле со лошо (15%). Генерално, можеме да заклучиме дека овој процес е континуиран и понатаму треба интензивно да се работи на креирање на што поповолни услови за започнување на бизнис.

Графикон бр.37: Оценка за условите за започнување на бизнис во Р. Македонија



Прашање бр.20: Како го оценувате процесот за добивање на дозвола за градење во Република Македонија?

Процесот на добивање на дозвола за градење во Република Македонија од страна на испитаниците е оценет со: одлично 2%, многу добро 18%, добро 41%, 31% лошо, 8% најлошо. Според овие одговори може да се заклучи дека иако се направени бројни реформи во овој сегмент, потребно е дополнително олеснување на постапките и забрзување на целокупниот процес за добивање на градежни дозволи.

Графикон бр.38: Оценка на процесот за добивање на градежна дозвола во Р. Македонија



Прашање бр.21: Како ги оценувате можностите за користење на кредит кои се нудат во Република Македонија?

Во однос на ова прашање, испитаниците се изјасниле со: одлично 4%, многу добро 10%, добро 47%, лошо 37% и 2% најлошо. Иако во овој сегмент се направени одредени позитивни поместувања, сепак според добиените одговори и високиот процент во категоријата лошо (37%) може да се заклучи дека се потребни подобрувања во оваа категорија која е доста битна за развој на секторот за бизнис.

Графикон бр.39: Оценка на можностите за користење на кредит во Р. Македонија



Прашање бр.22: Како го оценувате функционирањето на законодавството, во случај на стопански спор?

Правната заштита и функционирањето на законодавството е многу битен елемент во процесот на донесување одлука за инвестирање во одредена земја. Испитаниците по однос на ова прашање одговорија со: одлично 2%, многу добро 10%, добро 34%, лошо 38% и најлошо 16%. Според добиените одговори можеме да заклучиме дека неминовно е реформирање и унапредување на функционалноста на законодавство со цел подобрување на амбиентот за бизнисво Република Македонија.

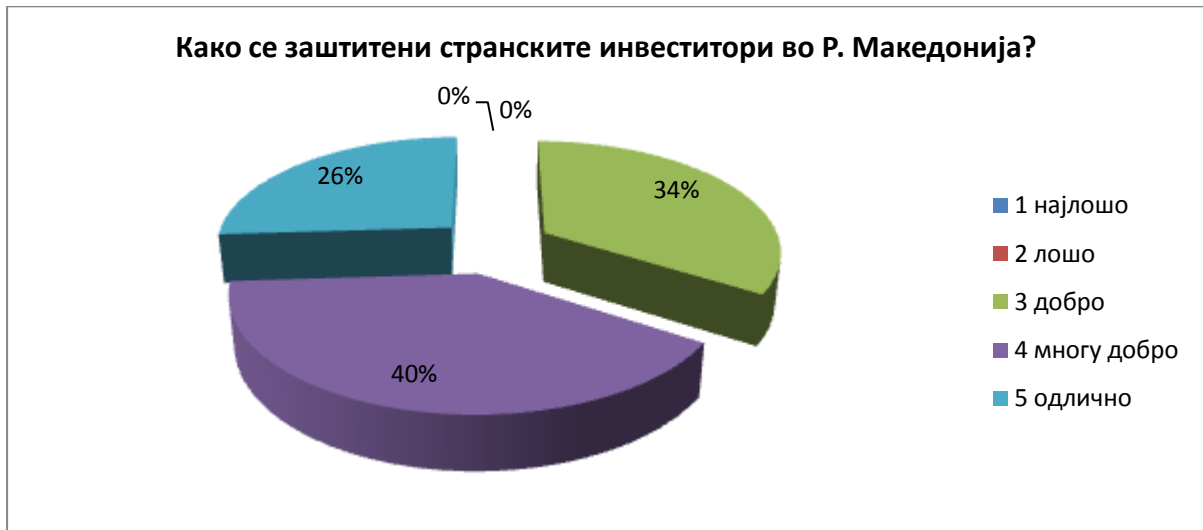
Графикон бр.40: Оценка за функционирање на законодавството во случај на стопански спор во Р. Македонија



Прашање бр.23: Дали доволно се заштитени странските инвеститори во Република Македонија?

На ова прашање добивме доста позитивни одговори од страна на испитаниците, односно 26% одговориле со одлично, 40% многу добро и 34% добро. Според добиените одговори можеме да заклучиме дека странските инвеститори се одлично заштитени во Република Македонија, односно дел од испитаниците се изјаснија со зборовите „бели мечки“.

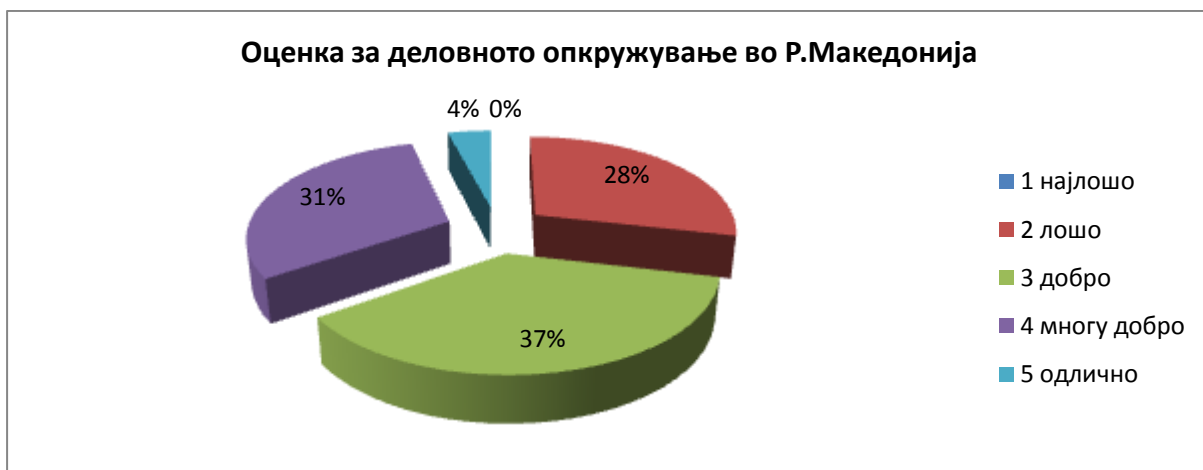
Графикон бр.41: Како се заштитени странските инвеститори во Р. Македонија?



Прашање бр.24: Како го оценувате деловното опкружување во Република Македонија?

Деловното опкружување е составено од повеќе елементи. Ова прашање е со цел да се добие една генерална слика за бизнис климата во Република Македонија. На ова прашање испитаниците одговорија со: многу добро 31%, добро 37%, лошо 28% и 4% најлошо. Според добиените одговори од страна на испитаниците можеме да заклучиме дека повеќе од 1/3 изразуваат незадоволство, односно потребна е континуирана работа за подобрување на амбиентот, особено во послабите делови како што се: законодавството, судството, корупцијата, политичката сигурност, постапка за дозволи за градење итн.

Графикон бр.42: Оценка за деловното опкружување во Р. Македонија



Прашање бр.25: Како го оценувате нивото на оперативни трошоци за инвестирање на странските инвеститори?

На ова прашање добиените одговори се позитивни, односно испитаниците одговориле со: одлично 25%, многу добро 29%, добро 40% и лошо 6%. Според одговорите, можеме да заклучиме дека нивото на оперативни трошоци за инвестирање во Република Македонија од страна на странски инвеститори е на задоволително ниво.

Графикон бр.43: Оценка на нивото на оперативни трошоци за инвестирање на странските инвеститори во Р. Македонија



Прашање бр.26: Како ги оценувате законските реформи во однос на креирање поволна инвестициска клима?

Ова прашање го ставивме во анкетниот прашалник за да оцениме дали напорите што ги прави Владата на Република Македонија преку проектите „регулаторна гилотина“ кои се исклучиво наменети за отстранување на законските бариери за влез на странски инвестиции во Република Македонија, како и креирање на поволна инвестициска клима за домашните инвеститори, ги остваруваат посакуваните резултати. Од страна на испитаниците ги добивме следните одговори: 16% одлично, 40% многу добро, 36% добро, 6% лошо и 2% најлошо. Според добиените одговори можеме да заклучиме дека испитаниците се задоволни од законските реформи, но потребно е континуирано намалување на непотребните бариери за правење бизнис.

Графикон бр.44: Оценка за законските реформи во насока на креирање на поволна инвестициска клима во Р. Македонија



Прашање бр.27: Дали доволно се користи нашата дијаспора во процесот на привлекување на странски инвестиции?

На ова прашање испитаниците одговорија со поделени мислења, односно процентот на добро (42%) и лошо (40%) се скоро идентични и ги опфаќаат 82% од одговорите. Од одговорите може да се заклучи дека е потребен поактивен пристап кон нашата дијаспора и нејзино вклучување во целокупниот процес на привлекување на странски инвестиции во Република Македонија.

Графикон бр.45: Оценка за тоа колку се користи дијаспората во привлекувањето на СДИ



Прашање бр.28: Како го оценувате даночниот амбиент во Република Македонија?

Преку ова прашање целта беше да се провери задоволството од даночната политика во Република Македонија. Испитаниците на прашањето одговорија со: одлично 33%, многу добро 16%, добро 27%, 16% лошо и 4% најлошо. Според дадените одговори, генерално, може да заклучиме дека даночниот амбиент во Република Македонија е поволен, но сепак постои простор за негово подобрување ако се земат предвид вкупно 20% од испитаниците кои одговориле со лошо и најлошо.

Графикон бр.46: Оценка на даночниот амбиент во Р. Македонија



Прашање бр.29: Како ја оценувате меѓусебната координација на инволвираните институции (министри, агенции, дипломати и промотори) во процесот на привлекување на странски директни инвестиции?

Ова прашање е едно од покомплексните, но особено важно ако се има предвид дека без добра координација и тимска посветеност успехот е тешко остварлив. Исто така, ова прашање ги опфаќа повеќето значајни учесници во процесот на привлекување на странски директни инвестиции. На ова прашање испитаниците ги дадоа следниве одговори: 2% одлично, 12% многу добро, 41% добро, 37% лошо и 8% најлошо. Според

добиените одговори можеме да согледаме и заклучиме дека вкупниот процентот на непостоење добра меѓу институционална координација е 45% што е доста висок и загрижувачки. Потребно е преземање на ефективни мерки (софтверски решенија, јасно дефинирање на ингеренции, поголема транспарентност итн.) кои ќе ги подобрат резултати и ќе ја подобрат целокупната координација во процесот на привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија.

Графикон бр.47: Оценка за меѓуинституционалната координација во процесот на привлекување на СДИ



Прашање бр. 30: Како ги оценувате резултатите од владините политики за привлекување на странски директни инвестиции?

На ова прашање испитаниците одговорија со: 10% одлично, 39% многу добро, 41% добро, 8% лошо и 2% најлошо. Според добиените одговори, можеме да заклучиме дека владините политики за привлекување на странски директни инвестиции се позитивно оценети, но сепак постои можност за нивно надградување и подобрување со цел зголемување на вкупниот прилив на СДИ во Република Македонија.

Графикон бр.48: Оценка на владините политики за привлекување на СДИ



Прашање бр.31: Како ја оценувате функционалноста на законот за интелектуална сопственост?

Ова прашање е многу битно во делот на анализирање на одреден пазар при интенција за негов влез, односно донесување одлука за инвестирање, особено во осетливите индустриски гранки како што се автомобилската индустрија, ИТ, фармацевтиката итн. Испитаниците на ова прашање одговорија со: одлично 4%, многу добро 23%, добро 44%, лошо 23% и најлошо 6%. Од добиените одговори можеме да заклучиме дека процентот на многу добро (23%) и лошо (23%) е идентичен. Оттаму произлегува дека треба да се обрати поголемо внимание на зацврстување на законската рамка и нејзино спроведување во практика во овој доста битен сегмент.

Графикон бр.49: Оценка на функционалноста на законот за интелектуална сопственост



Прашање бр.32: Дали сметате дека државата одвојува доволен буџет за активностите насочени во привлекување на странски инвестиции?

На ова прашање испитаниците одговорија со: 69% доволно, 25% премногу и 6% недоволно. Според добиените одговори можеме да заклучиме дека повеќе од 2/3 од испитаниците сметаат дека Владата на Република Македонија одвојува доволен буџет за активностите поврзани со СДИ. Сепак, процентот на испитаници кои мислат дека премногу се трошат средства на овие активности, не е за занемарување, тој изнесува 25%. Поради ваквиот процентуален сооднос, може да се заклучи дека одредени активности, кои досега не придонеле со посакуваните резултати, можат да не се применуваат/исклучат, а оттаму да се намалат буџетските трошоци, односно во активностите што ги задоволуваат очекувањата да се задржи моменталното ниво на буџетските средства.

Графикон бр.50: Дали Владата одвојува доволен буџет за активностите насочени во привлекување на СДИ?



ПРЕПОРАКИ И КОНСТАТАЦИИ КОИ ПРОИЗЛЕГУВААТ ОД СПРОВЕДЕНИОТ АНКЕТЕН ПРАШАЛНИК

- Потребно е извесно надградување и подобрување на социјалната политика.
- Потребно е намалување на бројот на трговски бариери и настојување на потпишување на што поголем број договори за слободна трговија кои ќе ја зголемат атрактивноста на земјата и големината на пазарот.
- Што поскоро интегрирање во НАТО и ЕУ.
- Зголемена ефикасност и подобрување на координација на институциите инволвирани директно или индиректно во процесот на привлекување на СДИ.
- Зголемена ефикасност и подигнување на квалитетот на активности (роуд-шоу, бизнис-форуми, панел-дискусии) насочени кон привлекување на СДИ.
- Подобрување и редовно внесување на нови податоци во промотивните материјали.
- Подобрување на инфраструктурата во Република Македонија, особено во делот на автопати, железница и гасификација.
- Подобрување на образовниот систем и негово ускладување со глобалните промени, со цел креирање на квалификувана работна сила која ќе ги задоволи потребите на странските инвеститори, а воедно ќе ја зголеми атрактивноста на земјата.
- Подобрување на оперативноста на административните постапки, иако се направени видни поместувања, сепак ова е континуиран процес.
- Осамостојување на судството преку длабоки реформи и воведување на меѓународни стандарди.
- Заокружување на законската рамка, без често менување на законската регулатива, како и доследна примена на правото, особено во стопански спорови.
- Инволвирање на дијаспората, особено на успешни професионалци со македонско потекло во странство, во процесот на привлекување на СДИ.
- Целосно спроведување на законот за интелектуална сопственост и борба против сивата економија и нелојалната конкуренција.

ЗАКЛУЧНИ СОГЛЕДУВАЊА

Глобализацијата исфрли на површина многу комплексни и контроверзни случувања од причина што економиите и општествата стануваа сè повеќе зависни едни од други со зголемена фреквенција на меѓусебно дејствување. Глобализацијата се должи во голема мера на големиот напредок во технологијата или технолошкото знаење, особено во транспортот, комуникацијата и во сродните технологии. Оттаму, креираше зголемување на економската меѓузависност на националните економии низ светот со помош на брзиот пораст на прекуграничните движења на стоки, услуги, технологија и капитал.

Процесот на економска глобализација е процес на глобалната индустријализација, реструктурирање и преадаптирање. За овој глобален економски „бум“ во голема мера придонесоа развиените економии, со помош на странските директни инвестиции, намалување на трговските бариери и во многу случаи прекуграничната миграција. Само за илустрација, во 1996 година, вкупниот извоз на развиените земји изнесуваше 4 милијарди долари, што претставуваше 81,7% од вкупната меѓународна трговија. Во 1995 година, СДИ од страна на 10-те најразвиени земји (Г7 плус Швајцарија, Норвешка и Шведска) изнесуваа 85,1% од вкупните СДИ во светот.

Бројни трендови придонесоа за создавање на глобализацијата. Како едни од поважните се: локализацијата на активностите за интеграција, влијанието над сиромашните општества, движењето на капиталот, миграцијата на работната сила и работните места, распространетоста на напредната технологија, одржливоста на природното опкружување, обликувањето на културата и развојот на организациски стратегии за глобална конкурентност.

Процесот на промени инволвира повеќе од само технолошки промени. Секоја фаза се поврзува и со карактеристиките на економска организација, соработка и конкуренција. Организациските промени (т.н. Кондратиев бран) го следат патот од почетокот на индивидуален претприемач (прва фаза), до мали фирми (втора фаза), па до монополи, олигополи и картели (трета фаза), потоа централизирани ТНК (четврта фаза) и на крај вмрежени и организациски форми во вид на алијанси (петта фаза). Секоја замена на

одредена фаза има специфична географска локација во зависност од технолошката иновативност низ времето.

Корпоративното седиште, генерално, ги држи сите конци и одлучува за алокација на средства од корпоративниот буџет до подружниците. Исто така, корпоративните седишта ги процесираат и трансмитираат информациите од едни до други делови на компанијата, како и меѓу други слични организации на високо ниво надвор од компанијата. Според истражувањата, може да се забележи дека големината и комплексноста на корпоративните седишта во голем дел варира меѓу фирмите во зависност од земјата на нивното потекло.

На глобално ниво, многу мал број градови се домаќини на поголем дел од корпоративните и регионалните седишта на транснационалните компании. На пример, според анализата на корпоративните седишта на најголемите 500 светски компании, уочено е дека не само што имаат корпоративни седишта во 125 градови туку најчесто се лоцирани во четирите града: Њујорк, Токио, Лондон и Парис. Од овие причини, овие четири глобални града се опишани како географски контролни точки. Покрај горенаведените градови, важни центри за бизнис во трите најразвиени економски региони во светот се: Амстердам, Брисел, Диселдорф и Франкфурт во Европа, Атланта, Чикаго, Хјустон, Лос Анџелес, Сан Франциско, Монреал и Торонто во Северна Америка, Пекинг, Хонг Конг, Осака, Сеул, Сингапур и Тајпеј во Азија.

Пред околу 40 години, еминентниот економист Чарлс Кинлебергер директно го потенцираше фактот дека националната држава е само економска единица. Иако изгледа дека технолошкиот напредок во транспортот и комуникацијата, како и зголемената улога на транснационалните компании ја премости економска моќ надвор од контролата на националните држави, сепак ова претставува тотално погрешно толкување на работите. Анализите и бројните примери доведуваат до тоа дека погледот треба да биде насочен кон државата како главен играч во глобалната економија. Некои помали држави или помалку влијателни можеби доживуваат намалување на моќта, но напротив, други, како што се САД и Кина, се соочуваат со зголемување на геополитичката и геоекономската моќ.

Оттаму, државата останува најважната сила во обликувањето на светската економија. Секоја влада интервенира повеќе или помалку во операциите на пазарот. Во овој дел би ја издвоил констатацијата на Портер: „...иако можеби изгледа дека глобалната конкуренција ја прави нацијата помалку важна, но напротив ја прави повеќе важна“.

Всушност, некои помоќни држави можат да ја искористат глобализацијата за зголемување на својата моќ. Државите активно ја конструираат глобализацијата и ја користат како мека геополитика со цел добивање поголема моќ. На пример, САД и Г7 дизајнираат и етаблираат меѓународни трговски договори, организации и законодавство кое ги поддржува прекуграничните инвестиции, производни мрежи, како и пенетрацијата на пазарот конституирана од модерната глобална економија. Напредните капиталистички земји ги користат овие политички инструменти да го обликуваат донесувањето на одлуки и политики во нивна корист.

Владите, генерално, овозможуваат или обезбедуваат услови за производство кои не можат да се создадат преку правилата на пазарот. Еден од условите е физичката инфраструктура на националните економии (патишта, пруги, аеродроми, пристаништа, телекомуникациски системи), без која не може да функционира приватниот сектор, без разлика дали се работи за домашни или странски компании. Исто така, државите овозможуваат и „човечка инфраструктура“, односно образована работна сила, како и правила и регулации кои фирмите мора да ги почитуваат во работењето. Помеѓу овие два модела на владина вклученост во работењето на економијата, од една страна макроекономската политика и од друга страна инфраструктурата, се определува степенот на влијание, односно составот и дистрибуцијата на производството и трговијата.

Националните влади поседуваат екстензивни алатки за регулација, со чија помош ја контролираат и стимулираат економската активност и инвестициите во рамките на своите граници и го оформуваат составот и оптекот на трговија и инвестиции во меѓународни рамки.

Релациите помеѓу ТНК и државите, всушност, се многу покомплексни и поамбициозни отколку што популарните погледи ќе ни овозможат да веруваме. Можеби најкорисно е да се гледа на односите помеѓу транснационалните компании и владите низ призмата

на соработка и конкурентност или меѓусебно поддржување и конфликт. Тие дејствуваат во целосно материјални односи, затворени во обединети но контрадикторни правила и позиции, така што никој од нив потполно не може да доминира. Во исто време, фактот дека ТНК не само што ги опфаќаат националните граници туку ги вклопуваат деловите на националните економии во своите организациски граници, создава потенцијални проблеми за државите. Природата и магнитудата на проблемот варира константно во однос на стратегиите употребувани од страна на ТНК. Најважно е размерот до кој ТНК ги користат глобално интегрираните стратегии во кои правилата и функциите на индивидуални одделенија се однесуваат на целокупната глобална стратегија. Географската сегментација и фрагментација на транснационалните производни мрежи станаа многу вообичаени. Државите се загрижени за автономноста и стабилноста на експозитурите на ТНК, лоцирани на нивната национална територија, но постои и загриженост од губење на приходите од даноците во услови кога транснационалната компанија има потенцијал и можности за дислокација на своите операции надвор од одредената држава.

Сепак, основна цел на бизнис заедницата е максимизирање на профитот и вредноста на акционерскиот капитал, додека основна економска цел на државата е максимизирање на материјалното богатство на општеството.

Оттаму, очигледно е дека ТНК ќе побараат отстранување на сите регулаторни бариери што се однесуваат на ограничување и отежнување на нивните операции. Вакви бариери се оние што се однесуваат на: влез на националниот пазар, дали преку увоз или директно присуство; слобода на изнесување на капиталот или профитот надвор од земјата на работење; слобода на увоз на материјали, делови или корпоративни услуги; слобода да работат непопречени на пазарите на работна сила. Несомнено, со постоењето на различен степен на регулаторни структури во глобалната економија, ТНК ќе бараат начини да ги надминат, заобиколат или подмитат.

Меѓутоа, во практиката, сето ова не е толку едноставно. ТНК може да гледаат на постоењето на регулаторните структури како на можности, создавајќи им предност со регулаторните разлики меѓу државите преку преместување на активности меѓу локациите според разликите во регулациската површина.

Еден аспект на ова е можноста ТНК да стимулираат конкурентско наддавање за нивните мобилни инвестиции преку играње со една или друга држава кои меѓусебно се натпреваруваат за добијат или да задржат одредени активности на ТНК.

Степенот до кој државата чувствува потреба да понуди стимулации за привлекување на СДИ или за задржување на постоечките инвестиции или чувствува потреба да воведо одредени услови за влез и работење, зависи од нејзината преговарачка моќ во одредени ситуации. Обратно на ова е степенот до кој транснационалната компанија е во можност да ги користи стимулациите или да работи како што посака, ќе зависи од нејзината преговарачка моќ. На крај, исходот ќе зависи од бројни фактори.

Генерално гледано, државите се предмет на поширока принуда отколку ТНК од причина што ТНК поседуваат потенцијал на флексибилност во промена на своите активности на други алтернативни локации. Исто така, степенот до кој ТНК ќе ја спроведат глобалната интегрирана стратегија е условен од однесувањето на државите. Кога компанијата има потреба од влез на одредена локација каде што државата има моќ, тогаш просторот за преговори е ограничен и може да ја принуди компанијата на одредени отстапки. Всушност, колку ресурсот е повеќе баран (дали од ТНК или од државата), толку е поголема релативноста на преговарачката моќ на контролираниот капитал на тој ресурс и обратно.

На пример, државите кои претставуваат големи и богати пазари имаат зголемена моќ на преговарање во однос на ТНК кои користат пазарна стратегија, во споредба со државите кои имаат домашен мал пазар – Кина е очигледен пример. Но, во случај кога транснационална компанија бара влез на пазари со евтина работна сила тогаш има широк избор и преговарачката моќ на државата е лимитирана. Во целина, евтината работна сила не е ресурс во недостиг на глобално ниво.

Особено е важно да не се подлегне на „стапицата“ на проценка дека предноста во преговарачкиот процес е секогаш кај ТНК и дека државата е во послаба позиција. Исто така, не би требало да се перципира дека преговарачката моќ на државата останува непроменлива. Економиите во транзиција во Источна Европа го илустрираат ова доста јасно. Како високо централизирани, државно контролирани економии пред 1989 година, тие беа во можност да ги постават правилата по кои ТНК ќе може да влезе и да

дејствува во нивните економии. Политичката либерализација по 1989 година, произлезе реструктурирањето кон неолибералното уредување и воведување на пазарно ориентирани економски политики. Ова особено ја намали преговарачката моќ на државите во однос на ТНК.

Западните ТНК уживаа во погодните услови за влез во Источна Европа повеќе отколку во другите региони за време на почетните фази на СДИ. Малите по големина, економски слаби и географски ранливи источноевропски држави ги поттикнаа локалните политичари да им понудат на странските инвеститори даночни ослободувања и репатриација на профит. Глобалната стратегија на либерализам ги намали националните бариери за СДИ и го интензивира натпреварувањето за СДИ меѓу земјите давајќи им можност на западните компании да добијат олеснувања на локално ниво и други концесии од пост комунистичките влади.

Најчесто поставувано прашање е дали државите си конкурираат една со друга. Коректно е да се размислува дека нациите си конкурираат една со друга исто како што тоа го прават фирмите. Пол Кругман (Paul Krugman) истакнува дека идејата за конкуренција на државите е опасна опсесија. Меѓутоа, генералното прифатено гледиште помеѓу креаторите на политиките и академскиот свет е многу различно. Трансформацијата на националната држава во корпоративната пазарна држава лежи во срцето на политичката глобализација. Вклучувањето во економската конкуренција е уште една манифестација на вежбање на т.н. *мека моќ* од страна на државите. Книгите, владините извештаи, дневниот печат, телевизиските програми, виртуелно, во сите земји се разгласува со јазикот и имагинарноста на битката на конкуренција помеѓу државите за поголемо парче од глобалната економска пита.

Пред источно азиската криза во деведесеттите години на минатиот век, поголем дел од загриженоста беше фокусирана на загубената економска позиција на САД и европските држави во однос на Јапонија и источните и југоисточните азиски земји. Денес, фокусот е различен од причина што најголемата опасност се гледа во Кина, а реториката останува иста. Всушност, швајцарската бизнис-школа ИМД (IMD) секоја година издава *World Competitiveness Yearbook*, извештај во кој се опфатени 49 земји според 286 поединечни критериуми.

Државите конкурираат и во делот на меѓународната трговска позиција со цел да опфатат што поголем дел и да профитираат од трговијата. Тие конкурираат во привлекување на продуктивни инвестиции во градењето на национални бази кои за возврат придонесуваат на нивната меѓународна конкурентска позиција. Додека постои контроверзност околу тоа дали државите се конкурентни едни на други, од друга страна не постои никакво сомневање дека државите соработуваат помеѓу себе сè со цел да постигнат одредени економски цели и благосостојба. Оваа соработка ја реализира преку неколку форми. Од самото истражување ја согледаваме определбата на државите да развијат политичко-економски врски на регионално ниво, преку договорите за регионална соработка. Всушност, регионализмот стана доминантен белег на модерната глобална економија.

Регионалните трговски блокови имаат големо влијание врз протокот на инвестиции од страна на транснационалните компании. Ефектите од регионалната интеграција можат да влијаат на директните инвестиции во иста форма како ефектите од трговските договори, односно може да се конципираат во термини на креација и одвлекување.

Еден важен дел од меѓународното движење на капитал, се одвива во еден поинаков облик познат како странски директни инвестиции. Под поимот странски директни инвестиции се подразбираат меѓународни текови на капитал во кои една компанија од една земја креира или проширува свое претставништво во некоја друга земја.

Важноста на СДИ е поголема од финансискиот капитал кој доаѓа во земјата. СДИ можат да бидат алатка што носи знаење, менаџерски вештини, дизајн на производ, квалитет, бренд, меѓународен маркетинг и интеграција во глобалните производствени ланци кои претставуваат основа за успешна извозна стратегија. Од СДИ може да имаат корист и домашната индустрија и потрошувачите преку создавање на можности за технолошки трансфер и надградување, достапност на глобалните менаџерски вештини и практики, оптимална искористеност на човечкиот капитал и природните богатства, создавајќи меѓународна конкурентна индустрија, отворање на пазари за извоз, достапност до квалитетни производи и услуги и нови можности за вработување. Поради сите овие причини, СДИ претставуваат движечка сила за економски развој, особено во земјите во развој, категорија во која е и Република Македонија.

Теоретски гледано, од страна на СДИ се очекува да придонесат за голем директен или индиректен раст за земјите во развој и особено за земјите со ниски приходи. Директниот раст доаѓа од неокласичните аргументи кои сугерираат дека СДИ би требало да се движат од земјите богати со капитал кон земјите што имаат потреба од капитал (посиромашни економии), со цел да се остварат релативно повисоки стапки на заработка од инвестициите. Меѓутоа, парадоксот е во тоа што волуменот на проток на СДИ до земјите во развој е многу помал отколку што предвидува неокласичниот модел на раст. Индиректниот раст кој се постигнува со СДИ се однесува на добивките од производството во земјите што се приматели преку трансфер на технологија (адаптирање на нови производни методи), здобивање на нови вештини (едукација и тренинг на работната сила), конкуренција (ефикасно користење на ресурсите од страна на домашните компании) и извозот (проширување на можностите за извоз на домашните компании).

Постојат одредени прагови на финансиски и институционален развој кои самата економијата мора да ги достигне пред да ги почувствува погодностите на финансиските приливи, вклучително и СДИ. Бројни студии утврдиле дека капацитетот на земјата за да ја искористи предноста од СДИ зависи од повеќе фактори: степенот на развој на финансискиот сектор, квалитетот на институциите, секторски состав на влезот на СДИ, отвореност во трговијата, човечки капитал, инфраструктура и стабилна макроекономска политика.

Постојаниот процес на интеграција на светската економија, кој датира од почетокот на деведесеттите години на минатиот век, придонесе значителни промени во однесувањето на земјите кон привлекувањето на странски директни инвестиции. СДИ повеќе не се гледаат преку призма на сомнежи од страна на земјите во развој, односно контролата и рестриктивните политики се заменети со политики на привлекување и охрабрување на влезот на странските директни инвестиции. Покрај ова, се создадоа и екстензивни мрежи на билатерални и регионални инвестициски договори што ги штитат и промовираат СДИ кои доаѓаат од земјите-партнери. Во голема мера, овие договори, било да се билатерални било регионални, содржат елиминирање на мерките и рестрикциите кон влез на странските компании и вклучуваат позитивни стандарди на третман со цел отстранување на дискриминацијата кон странските компании.

До неодамна постоеше консензус во литературата дека ТНК инвестираат во одредени локации, главно поради основните економски принципи, односно големината на пазарот, стабилната макроекономска ситуација итн. Меѓутоа, зголемената интеграција на светските пазари и зголемената конкуренција меѓу земјите за привлекување на СДИ, доведоа до тоа основните економски принципи да не се доволни за привлекување на СДИ. Оттаму, важно е да се обрати особено внимание на детерминантите што влијаат врз процесот на привлекување на СДИ.

Владините политики можат да ги зголемат и/или намалат пазарните недостатоци, а со тоа и да го намалат и/или зголемат влезот на СДИ. Одредени студии ги оценуваат како позитивни ефектите преку стимулации за инвестирање, а како негативни ефекти спроведувањето на поставените барања од страна на Владата на земјата-домаќин при влез на СДИ. Според УНКТАД, стимулациите може да влијаат врз привлекувањето на СДИ само до одредени граници, особено кога се зема предвид видот на стимулација и видот на проект. Некои студии потврдуваат дека фискалните стимулации имаат влијание врз одлуката за локација, особено кај извозно ориентирани СДИ, и покрај другите стимулации кои се во втор план.

Ефектите од регионалните трговски договори може да се поделат на две димензии, односно на индиректни ефекти над СДИ, преку либерализација на трговијата и директни ефекти, преку промените на инвестициските правила поврзани со регионалните трговски договори. Според овие истражувања, намалувањето на тарифите внатре во регионот ќе придонесе за проширување на пазарот и зголемување на СДИ, додека со намалување на тарифите кон надвор може да предизвика намалување на приливот на СДИ во регионот, ако СДИ имаат цел да ги прескокнат тарифите. Но сепак, можеме да заклучиме дека финансиската глобализација во последните неколку декади се развиваше со многу побрзо темпо за разлика од трговската глобализација.

Со овозможување на дополнителна безбедност и сигурност на инвеститорите за извршување на нивните дејности во странски држави со помош на меѓународното право, се охрабруваат компаниите да инвестираат надвор од земјата. Додека постои научна дебата за степенот до кој меѓународните договори за инвестиции го зголемуваат нивото на движењето на СДИ до земјата-потписничка, креаторите на

политиките се стремат да предвидат дека меѓународните договори за инвестиции ги охрабруваат преку граничните инвестиции и оттаму го поддржуваат економскиот развој. Покрај другото, СДИ може да го олеснат влезот на капитал и технологија во земјата-примач, како и да генерираат вработувања и други позитивни ефекти. Според ова, владите на земјите во развој се стремат да етаблираат адекватна мрежа за да го поттикнат приливот на СДИ и покрај другото, да потпишуваат меѓународни договори за инвестиции.

Недостигот од сопствени ресурси ги донела сите транзициски економии пред многу важна потреба, потреба од привлекување на странски капитал подразбирливо заради поддршка на нивните реформи. Првенствено, поради недостиг од искуство, зголемување на невработеноста, економиите во транзиција се надевале дека странските директни инвестиции ќе претставуваат движечка сила во нивните стопанства. Со навлегувањето на СДИ, транзициските економии се надевале на полесен пристап до нови технологии и иновации, нови начини на производство, нови пазари за нивните производи, подобро искористување на нивните ресурси, како и нови менаџерски вештини.

Со дозволување на влез на странски капитал, транзициските економии се соочиле со дилемата дали да применат привилегиран третман на странските инвеститори низ даночни, царински, инфраструктурни и други бенефиции или рамноправен третман на домашните и странските инвеститори. И во двата случаи постоел ризик кој требало да го имаат предвид националните економии.

По овој период на спроведување на реформите заради трансформација на сопственоста и создавање на пазарно стопанство, транзициските економии сфатиле дека со доаѓањето на СДИ не се решаваат нивните проблеми. СДИ требало да ги сфатат како појдовна сила која ќе им даде поттик за излегување од кризата, а не како носечка економија, како што е случајот со Република Македонија.

Се чини дека денес не изгубил од актуелност заклучокот на Чарлс Киндлебергер, еден од најјеминентните автори во традиционалната меѓународна економија, според кој прашањето за суштината на странските директни инвестиции не е зошто капиталот би

се преселил во друга земја, туку „зашто определена актива (или производствена единица) би вредела повеќе ако е странска, а не домашна контрола“.

Во однос на земјите од регионот на ЈИЕ во последната деценија забележуваме значајни промени во економската политика и создавање на повољна клима за бизнис за привлекување на СДИ. Сепак, треба да се обрати посебно внимание на следниве индикатори кои се особено важни при носењето на одлука за инвестирање од страна на инвеститорите.

Прв индикатор на земјите од ЈИЕ за нивната инвестициска клима претставуваат стандардните ризици на кои инвеститорите посветуваат особено внимание во делот на донесување на одлука за инвестирање. Овие ризици пред сè се однесуваат на политичката, макроекономската и фискалната стабилност.

Втор индикатор на кој се гледа како на еден од најзначајните ризици кој транснационалните компании го окарактеризирале како клучен за регионот на ЈИЕ, вклучително и на Република Македонија, претставува ризикот од корупција, односно транспарентност.

Трет индикатор е ризикот од заштита на правата на интелектуалната сопственост, кој не спаѓа во конвенционални ризици, но последниве години претставува ризик чијашто значајност во перцепцијата на инвеститорите е нагло зголемена. Причина за тоа е растечкиот тренд за инвестирање во развој и истражувања, како и отворање на голем број центри за управување во земјите во развој, кои не ги заобиколуваат ни земјите од ЈИЕ. Во Република Македонија постои законска рамка за заштита на правата на интелектуална сопственост, иако е сèуште дискутабилна и имплементацијата во практика поради уочливата слабост на целокупниот законски систем во државата.

Регионот на ЈИЕ, генерално, е конкурентен во поглед на даночната политика и фискалните поттикнувања на кои се инсистира. Овој регион има најкомпетитивна стапка на данок на добивка на персонално и корпоративно ниво во европскиот регион. Но, забележително е дека се работи за релативно мали пазари со доста помала економска моќ во споредба со пазарот на ЕУ. Невработеноста е доста висока во целиот

регион и покрај преземањето мерки од страна на владите за нејзино сузбивање и креирање на нови работни места. Во однос на приливот на СДИ, Србија е лидер во регионот, додека Македонија го зазема последното место.

Четвртата група индикатори, која е карактеристична за завршната фаза на донесување на одлуки за инвестирање, претставува висината на оперативните трошоци. Според статистичките податоци на Еуростат, Република Македонија во однос на земјите од регионот има најниски оперативни трошоци за инвестирање.

Врз основа на претходните анализи и компарации на Република Македонија во однос на регионот, може да се позиционираат или утврдат целните групи странски инвеститори, како и целните сектори на кои и понатаму треба да се фокусира државата во идните промотивни активности:

- средни и големи претпријатија од соседните и блиските развиени земји кои се соочуваат со потреба од ширење на производството;
- мултинационални компании кои не се присутни во регионот;
- мултинационални компании кои веќе се присутни во соседните држави, а на кои може да им се понуди конкурентна локација за логистички и дистрибутивни центри;
- компании кои веќе соработуваат со македонски фирми и се едни од главните надворешни трговски партнери.

Врз основа на досегашното искуство, а разгледувајќи го досегашниот влез на СДИ, најзначајни се оние сектори во кои Македонија има традиција и искуство, како и знаење. Тие сектори би биле: индустрија за храна и пијалаци, метална индустрија,

енергетика, телекомуникации, текстилна индустрија, автомобилска индустрија, фармација и туризам.

Моментално, Република Македонија се наоѓа во фаза во која и се потребни инвестиции поради неопходноста од технолошки и други иновации. Поаѓајќи од фактот дека економиите всушност се поделени на лидери и следбеници на технолошките процеси, во случајот на Република Македонија можеме да заклучиме дека е речиси целосен следбеник на светските научно-технолошки текови. Ако ја погледнеме состојбата на Република Македонија во однос на капиталот, можеме да заклучиме дека имаме недоволни инвестициски вложувања и мали домашни заштеди кои повлекуваат вишок кредити од странство, а воедно и недоволен прилив на странски директни инвестиции. Затоа треба да се искористат сите инструменти (дијаспора, зајакната економска дипломатија, добро осмислен територијален маркетинг) кои се на располагање, сè со цел да се зголеми приливот на странски капитал во државата.

Во светот постојат многу примери на држави кои имаат развиена соработка со дијаспората на различни нивоа, а особено на економско ниво. Во овој сегмент би ги издвоиле како најкарактеристични еврејската, кинеската и ирската дијаспора. Постојат повеќе карактеристики кои ја опишуваат релацијата помеѓу дијаспората и државата, затоа треба да определиме кои се очекувањата на државата од нејзините граѓани што заминале да живеат надвор, а воедно да утврдиме што треба да преземе државата за зајакнување на врската со својата дијаспора. Општо познато е дека постои потенцијална синергија.

Република Македонија има релативно значајна дијаспора и на етнички Македонци и на македонски граѓани од различни етнички заедници. Оваа дијаспора во последните години станува сè подобро организирана за политичко и економско лобирање за Република Македонија, а со тоа и придонесува за развој на Република Македонија. Давањето можност на дијаспората да игра поактивна улога е од исклучително значење за развојот на Република Македонија од причина што само на тој начин ќе дојдат до израз квалитетите на многу наши сонародници кои живеат надвор во светот, кои го достигнале врвот на успехот во најразлични области на бизнисот, медицината, уметноста, наука и сл.

Иако досега се преземени низа мерки и активности од страна на Владата на Република Македонија (избирачко право на парламентарни избори, договори за социјално осигурување, отворање на нови конзулати итн.) мора да се продолжи со несмалено темпо, со остварување на нови проекти кои ќе бидат во насока на остварување на цели и идеи во интерес на зајакнување на врската помеѓу Македонија и македонската дијаспора. Индикаторите што укажуваат на огромна важност на дијаспората се капиталот со кој располагаат, моменталните состојби со нивниот бизнис и мотивите, желбите и спремноста за инвестирање на сопствен капитал или за лобирање кај други центри за бизнис, досегашните инвестиции или донации и најразновидни искуства од нив, најразновидни очекувања од идните ангажмани, нивни согледувања за бизнис климата во Република Македонија и за нејзино подобрување.

Значењето на дијаспората за економскиот развој на земјата, може да се забележи преку одредени индикатори што укажуваат на позитивните економски ефекти, како на пример: девизните дознаки, одредени инвестиции во Република Македонија, како од страна на странски инвеститори така и од страна на македонски иселеници во странство, трансфер на технологија што придонесува за пораст на иновациите, дестимулирање на монополистичките тенденции, преливен ефект, односно ширење на современата технологија во економијата, влез на странски директни инвестиции кои покрај технологијата трансферираат и менаџерски и работни вештини итн. Сето ова, мора да наведеме, е условено од степенот на отвореноста на економијата спрема странство, односно спрема имиграцијата која сака да инвестира, а со тоа и спрема нашите иселеници кои сакаат да инвестираат во нашата држава.

Приватните трансфери на дијаспората се многу поголеми од странските директни инвестиции и полнат речиси 20% од буџетот, за 10% го зголемуваат бруто домашниот производ и покриваат најмалку 50% од трговскиот дефицит. Овој потенцијал, значително може да ја подобри економијата во Република Македонија. Од дијаспората влегуваат многу повеќе средства од она што е официјално евидентирано од причина што емигрантите честопати користат неформални канали за трансферирање на средства. Најголем дел од нив се трошат во домаќинствата, за егзистенција на семејствата, за образование, со што се обезбедува социјален мир, додека изостануваат реалните инвестиции во производствени капацитети.

Со цел брзо и ефикасно спроведување на стратегија за активирање на потенцијалот на дијаспората во процесот на инвестирање, го предлагам следното:

- да се изврши попис на македонското иселеништво во светот (дијаспора);
- зголемување на царинските олеснувања за македонските иселеници кои влегуваат во Република Македонија со цел повторно населување во Македонија;
- зголемување на бројот на дипломатско-конзуларни претставништва на Република Македонија во светот, особено каде што имаме бројна дијаспора;
- подобрување на постапката за издавање на документи (пасоши, лични карти, изводи итн.) за припадниците на дијаспората;
- зголемување на македонските економски промотори во светот од редовите на македонската дијаспора;
- административна помош и даночни олеснувања при реализација на инвестициски проекти;
- намалување на трошоците за трансфер на девизни дознаки, како и континуирано унапредување на олеснувањето и достапноста на трансмисијата на дознаките;
- поттикнување на мрежи засновани на знаење, локални и странски, луѓе кои се лојални во дијаспората како експерти, бизнисмени, научници, формирање на здруженија на емигранти за да се споделат контакти, можности за бизнис и други општествени мрежи;
- охрабрување на граѓаните кои се враќаат преку обезбедување на донации, концесии, заеми и можности за вработување. Ова се прави во Израел, Кина, Венецуела и други земји;

- трансфер на студенти и професионалци помеѓу дијаспората и татковината.

Покрај државата, регионите, односно локалните самоуправи, можат да започнат со спроведување на посебни мерки за привлекување на СДИ. Меѓутоа, пред да започнат со овие активности првенствено треба да одлучат кој вид СДИ можат да бидат најкорисни за нивната територија со цел да се формулира кохерентна стратегија за нивно привлекување, а потоа и соодветно сервисирање.

Поставувањето на општата визија на политиките е од круцијално значење за креирање на единство на целите и интересите на сите учесници во процесот (локалната власт, централната власт, индустријата и општеството). Во зависност од избраната стратегија (привлекување на СДИ со цел зголемување на извозот, фокус на конкретни инвеститори, фокусирање на одредени сектори – ИТ, фармација, автомобилска индустрија, градежна индустрија, земјоделство или промовирање на пристапот на опфаќање на сите), моделот за привлекување на СДИ може да биде доста различен. Оттаму, особено важно е стратегиите и структурите на политиките за привлекување на СДИ да бидат приспособени на условите на локалното и регионално ниво.

На крај, врз основа на спроведениот анонимен анкетен прашалник врз повеќе од 70 лица (вработени во АСИПИ, ДТИРЗ, МНР – економска дипломатија, Агенција за туризам, кабинети на министри за привлекување на СДИ, кабинет на ПВРМ, компании со странски, мешан и домашен капитал, како и академски работници) инволвирани на директно или индиректно ниво во процесите на привлекување на странски директни инвестиции, добивме одговор од 55 испитаници. Тоа е околу 78% од вкупниот број испитаници, што претставува релевантен примерок за да може да се донесат заклучоци за влијанието на владините политики во привлекување на странски директни инвестиции во Република Македонија, како и нивно соодветно коригирање со цел зголемување на приливот на странски капитал.

Според статистичките податоци и резултати од анкетниот прашалник можеме да го констатираме следното:

- се води стабилна фискалната и монетарната политика;
- потребно е извесно надградување и подобрување на социјалната политика;
- потребно е намалување на бројот на трговски бариери и настојување на потпишување на што поголем број договори за слободна трговија кои ќе ја зголемат атрактивноста на земјата и големината на пазарот;
- што поскоро интегрирање во НАТО и ЕУ;
- зголемена ефикасност и подобрување на координацијата на институциите инволвирани директно или индиректно во процесот на привлекување на СДИ;
- зголемена ефикасност и подигнување на квалитетот на активности (роуд-шоубизнис-форуми, панел-дискусии) насочени кон привлекување на СДИ;
- подобрување и редовно внесување на нови податоци во промотивните материјали;
- подобрување на инфраструктурата во Република Македонија, особено во делот на автопати, железница и гасификација;
- подобрување на образовниот систем и негово ускладување со глобалните промени, со цел креирање на квалификувана работна сила што ќе ги задоволи потребите на странските инвеститори, а воедно ќе ја зголеми атрактивноста на земјата;
- подобрување на оперативноста на административните постапки, иако се направени видни поместувања, сепак ова е континуиран процес;

- осамостојување на судството преку длабоки реформи и воведување на меѓународни стандарди;
- заокружување на законската рамка, без често менување на законската регулатива, како и доследна примена на правото, особено во стопанските спорови;
- инволвирање на дијаспората, особено на успешни професионалци со македонско потекло во странство, во процесот на привлекување на СДИ;
- целосно спроведување на законот за интелектуална сопственост и борба против сивата економија и нелојалната конкуренција.

КОРИСТЕНА ЛИТЕРАТУРА

1. Agnew, J. and Corbridge, S. (1995), *Mastering Space*, *Routledge, London*
2. Amin, A. and Robins, K. (1990), "The re-emergence of regional economies? The mythical geography of flexible accumulation" *Environment and Planning D: Society and Space*, 8 p.7-34
3. Amin, A. and Thrift, N.J.(1992), "Neo – Marshallian nodes in global networks", *International Journal of Urban and Regional Research*, 16 571-587
4. Anderson, M.(1995), "The role of collaborative integration in industrial organization", *observations from the Canadian aerospace industry. Economic Geography*, 71 p.55-78
5. Aoki, A. and Tachiki, D. (1992), "Overseas Japanese business operations: the emerging role of regional headquarters", *RIM Pacific Business and Industries*, 1 p.28-39
6. Abo, T (2000), "Spontaneous Integration in Japan and East Asia: development, crisis, and beyond" In G.L. Clark, M.P. Feldman and M.S. Gertler (eds), *The Oxford Handbook of Economic Geography*, *Oxford University Press Chapter 31*.
7. Baaij, M. van den Bosch F. and Volberda, H. (2004), "The international relocation of corporate centres: are corporate centers sticky?", *European Management Journal*, 22 p.141-149
8. Badaracco, J.L.Jr (1991) "The boundaries of the firm" In A.Etzioni and P.R. Lawrence (eds), *Socio-Economics: Towards a New Synthesis*, *Armonk, NY: Sharpe p.293- 327*
9. Balasubramanayam V.N., Salisu, M. and Spasford, D. (1996), "Foreign Direct investment and Growth in EP and IS Countries", *Economic Journal* 106 p.134
10. Bartlett, D. and Seleny, A. (1998), "The political enforcement of liberalism: bargaining, institutions, and auto multinationals in Hungary", *International Studies Quarterly*, 42 p.319-338
11. Berger, S. (2005), *How We Compete: What Companies Around the World Are Doing To Make It In Today's Global Economy*, *Doubleday, New York*
12. Berger, S. and Dore, R. (1996), *National Diversity and Global Capitalism*, *Cornell University Press. Ithaca, NY:*
13. Боди З., Кејн А., Маркус Ц. (2010) Инвестиции, *Таберанкул (преведена со проектот на Владата на РМ за преведување на стручни, научни книги и учебници)*
14. Borensztein, Eduardo, Jose De Gregorio and Jong-Wha Lee (1998), "How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth?" *Journal of International Economics*, Vol.45 p.453-467

15. Borenstein E., J. de Gredotio, J. L.(1998),”How does foreign direct investment affect economic growth?” *Journal of International Economics* p.234-249
16. Borrus, M. (2000),”The resurgence of US electronics: Asian production networks and the rise of Wintelism” In M. Borrus, D. Ernst and S. Haggard (eds), “International Production Networks in Asia: Rivalry or Riches?”, *Routledge, London. Chapter 3*
17. Bowles, P. (2002),”Asia’s post – crisis regionalism: bringing the state back in, keeping the (United) States out.”, *Review of International Political Economy*, 9 p.230-256
18. Blanc, H and Sierra, C. (1999),”The internationalization of R&D by multinationals: a trade-off between external and internal proximity”, *Cambridge Journal of Economics* 23 p.188
19. Bloomstorm, M. and Kokko, A.(2002),”The Economics of Foreign Direct Investment Incentives”, *Working Paper 9489, NBER Working Paper Series*
20. Bloomstorm, M. and Kokko, A. (1997), “Regional Integration and Foreign Direct Investment A Conceptual Framework and Three Cases”, *policy research working paper 1750, The World Bank, International Economics Department, International Trade Division*
21. Blomstrom M. and Ari, K. (2002), “Foreign Direct Investment in the Real and Financial Sector of Industrial Countries”, *The Economics of Foreign Direct Investment Incentives, Conference Paper, Bundesbank, Frankfurt*
22. Brewer, T. (1993),”Government Policies, Market Imperfection and Foreign Direct Investment”, *Journal of International Business Studies*, 24, 1 First Quarter
23. Brecher, R.A and Diaz-Alejandro, C.F. (1997) “Tariffs, Foreign Capital and Immiserizing Growth”, *Journal of International Economics*, Vol. 7 p.342-356
24. Brunn, S.D. and Leinbach, T.R. (1991),”Collapsing Space and Time: Geographic Aspects of Communication and Information”, *Harper Collins, New York*
25. Cable, V. and Henderson, D.(1994),”Trade Blocs? The Future of Regional Integration”, *Royal Institute of International Affairs, London*
26. Cantwell, J. and Iammarino, S. (2000),”Multinational corporation and the location of technological innovation in the UK regions”, *Regional Studies* 34 p.322
27. Caves, R.E., (1971),”The Industrial Economics of Foreign Investments”, *International Corporations*
28. Caves, R.E (1996), *Multinational enterprise and Economic Analysis*, - Second EDITION, *Cambridge University Press, Cambridge*
29. Carkovic M. and Ross L. (2002), “Does Foreign Direct Investment Accelerate Economic Growth?”, *University of Minnesota Department of Finance Working Paper*
30. Casson M. (1983), *The Growth of International Business*, *Allen & Unwin, London*

31. Cerny, P.G. (1997), "Paradoxes of the competition state: the dynamics of political globalization" *Government and Opposition* 32 251-274
32. Chortareas, G. E., and Theodore P.(2004), "Trade Flows: A Facet of Regionalism or Globalisation?", *Cambridge Journal of Economics* 28 p.353–371.
33. Clott, C. B. (2004), "Perspectives on Global Outsourcing and the Changing Nature of Work", *Business and Society Review* 109, no. 2 p.153-170.
34. Coe, N.M. (2003), "Globalization, regionalization and scales of integration": US IT industry investments in South East Asia" In M. Miozzo and I. Miles (eds), "Internationalization, Technology and Services", *Cheltenham, Elgar p. 117-136*
35. Contractor, F. (1991), "Government Policies toward Foreign Investment: An Empirical Investigation of the Link between National policies and Foreign Direct investment Flows", *Paper Prepared for Annual Meeting of the Academy of International Business, Miami, Florida*
36. Dicken P. and Thrift, N.J. (1992), "The organization of production and the production of organization", *Transaction of the Institute of British Geographers*
37. Dicken, P. and Malmberg, A.(2001), "Firms in territories: a relation perspective" *Economic Geography* 77 p.351
38. Dicken P. (2010), *Global Shift Mapping the Changing Contours of the World Economy*, *The Guilford Press*
39. Dieter, H. and Higgott, R. (2003), "Exploring alternative theories of economic regionalism: from trade to finance in Asian cooperation", *Review of International Political Economy*, 10 p.430-454.
40. Djankov, S. & Hoekman, B. (1999), "Foreign investment and productivity growth in Czech enterprises", *Policy Research Working Paper Series 2115, The World Bank*
41. Doremus, P.N.(1998), *The myth of the Global Corporations*, *Princeton University Press, Princeton, NJ*
42. Doyle, M. W. (2004), "The Challenge of Worldwide Migration", *Journal of International Affairs* 57, no. 2
43. Doz, Y. (1986a), "Government policies and global industries" In M.E. Porter (ed), "Competition in Global Industries", *Harvard Business School, Boston Chapter 7*.
44. Doz, Y.(1986b), "Strategic Management in Multinational Companies", *Pergamon, Oxford*
45. Dunning J.H. (1992), "The competitive advantage of the countries and the activities of the transnational corporations", *Transnational Corporations* 1 p.135-168

46. Dunning J. H. (1993), *Multinational Enterprises and the Global Economy*, Wokingham, England: Addison – Wesley
47. Fields G. (2004), *Territories of Profit: Communications, Capitalist Development, and the Innovative Enterprises of G.F. Swift and Dell Computers*, Stanford, Stanford Business Books. CA
48. Findlay, R. (1978), "Relative Backwardness, Direct Foreign Investment and the Transfer of Technology: A Simple Dynamic Model", *Quarterly Journal of Economics*
49. Freeman C. and Perez C. (1988), "Structural crises of adjustment, business cycles and Investment behaviour" In G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg and L. Soete (eds), *Technical Change and Economic Theory*, Printer, Chapter 3, London
50. Freeman C. (1987), "The challenge of new technologies", In *OECD (ed.), Interdependence and Cooperation in Tomorrow's World. Paris: OECD. p.123-156*
51. Freeman, C. (1982), *The Economics of Industrial Innovation*, Printer, London
52. Gabriel, P. (1966), "The investment in the LDC: asset with a fixed maturity", *Columbia Journal of World Business 1 p.113-120*
53. Gamble, A. and Payne, A. (1996), *Regionalism and World Order*, Macmillan, London
54. Gereffi, G., Humphrey, J. and Sturgeon, T. (2005), "The Governance of Global Value Chains", *Review of International Political Economy*
55. Gibb, R. and Michalak, W. (1994), *Continental Trading Blocs: The Growth of Regionalism in the World Economy*, Wiley, Chichester
56. Gilpin, R. (1987), *The political Economy of International Relations*, Princeton University Press, Princeton, NJ
57. Lynn, B.C. (2005), *End of Line: The Rise and Coming Fall of the Global Corporation*, Doubleday, New York
58. Ghose, A. K. (2004), "Global Inequality and International Trade." *Cambridge Journal of Economics* 28, no. 2: 229-252
59. Globerman, S. and Shaouri, D. (1999), "The Impact of Government Policies on Foreign Direct Investment: The Canadian Experience", *Journal of International Business Studies, Vol.30*
60. "Global Investment Trends" – *UNCTAD World Investment Report 2012*
61. "Global Investment Trends" – *UNCTAD World Investment Report 2011*
62. Gomes – Casseres, B. (1996), *The Alliance Revolution: The New Shape of Business Rivalry*, Harvard University Press, Cambridge, MA

63. Gold J.R., Ward S. V. (1994), "Place Promotion – The Use of Publicity and Marketing to Sell Towns and Regions", *John Wiley&Sons, Chichester, p.41*
64. Gordon, D.M. (1988), "The global economy: new edifice or crumbling foundation?", *New Left Review, 168 p.24-64.*
65. Granovetter, M. and Swedberg, R. (1992), *The Sociology of Economic Life*, Boulder, Westview, CO
66. Gritsch, M. (2005), "The nation – state and economic globalization: soft geo- politics and increased state autonomy?", *Review of International Political Economy, 12 p.1-25*
67. Grubert, H. and John M. (1991), "Taxes, tariffs and Transfer Pricing in Multinational Corporate Decision Making", *Review of Economics and Statistics*
68. Gruevski N. (2006), "Stranski direktni investicii" - Magisterski trud, Ekonomski Fakultet Skopje
69. Grugel, J. (1996), "Latin America and the remaking of the Americas", In A. Gamble and A. Payne (eds), *Regionalism and World Order Chapter 5, Macmillan, London*
70. Gwynne, R. (1994), "Regional integration in Latin America: the revival of a concept?", In R. Gibb and W. Michalak (eds) *Continental Trading Blocs: The Growth of Regionalism in the World Economy Chapter 7, Wiley, Chichester*
71. Haggard, S. (1995), *Developing Nations and the Politics of Global Integration*, Brookings Institution, Washington, DC
72. Haico, E. (2004), *FDI Theory: The investment Development Path*
73. Haskel, J., Sonia P. and Matthew S. (2007), "Does Inward Foreign Direct Investment Boost the Productivity of Domestic Firms?", *The Review of Economics and Statistics, Vol.89.*
74. Hall, P and Preston, P. (1988), *The Carrier Wave: New Information Technology and the Geography of Innovations*, Unwin Hyman, London.
75. Hall, P.A. and Soskice, D. (2001), *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundation of Comparative Advantage*, Oxford University Press, Oxford
76. Hirsch, S.(1967), *Location of Industry and International Competitiveness*, Clarendon, Oxford
77. Hoekman, B. and Saggi, K. (2000), "Assessing the Case for Extending WTO Disciplines on Investment Related Policies", *World Bank Working Paper, Washington D.C.*
78. Hofstede, G. (1980; 1983), "A recent study of 700 managers across a large number of countries confirmed the persistence of significant cultural differences" (*Financial Times, 15 October 2004*)

79. Hollingsworth, J.R. and Boyer, R.(1997), *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions, Chapter 9*, Cambridge University Press, Cambridge
80. Hollingsworth, J.R (1997),”Continuities and changes in social system of production: the cases of Japan, Germany, and the United States” In J.R. Hollingsworth and R. Boyer (eds), *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions, Chapter 9*, Cambridge University Press, Cambridge
81. Hood,N. and Young, S, (2000), *Globalization, corporate strategies, and business services*
81. Hudson, R.(2001) *Producing Places*, Guilford, New York
82. Илиевска В. (2007) “Територијален маркетинг, стратешки елемент на развојот” Скопје
83. *International Property Right Index, Report 2012*
84. “International Working Group of Sovereign Wealth Funds: Generally Accepted Principles and Practices, the Santiago Principles”, 8 October 2008
85. Јанеска, В. (2001), “Современите меѓународни миграции, емиграцијата од Република Македонија и социо – економскиот развој”, *Економски институт, Скопје*
86. Јовановски, П.(2006),”Кредитна политика”, *ЕУРМ, Скопје*
87. Joshi, Rakesh Mohan, (2009), *International Business*, Oxford University Press, New Delhi and New York
88. Kang, N.H.and Sakai, K. (2000),”International strategic alliances: their role in industrial globalization”, *OECD STI Working Paper 2000/5*
89. Kathuria S ed (2008),”Western Balkan Integration and the EU: An Agenda for Trade and Growth”, World Bank, Washington D.C.
90. Kelly. P.E. (1999),”The geographies and politics of globalization”, *Progress in Human Geography*, 23 p.379-400.
91. Kindleberger, C.P. (1969), *American Business Abroad. New Haven*, Yale University Press, CT
92. King, W.R.(1994) ,”Strategic Outsourcing Decisions”, *Information Systems Management*
93. Kobrin, S.J. (1987),”Testing the bargaining hypothesis in the manufacturing sector in developing countries”, *International Organization*, 41 p.609-38
94. Kose, A., Eswar P., Kenneth R., and Shang-Jin W. (2009),”Financial Globalization: A Reappraisal”, *Staff Papers, International Monetary Fund, Vol. 56*
95. Lawrence, R.Z. (1996), *Regionalizam, Multilateralism, and Deeper Integration*, Brookings Institution, Washington DC.

96. Leyshon, A. (1992), "The transformation of regulatory order: regulating the global economy and environment", *Geoforum* 23 p.249-67
97. Liao, S. (1997), "ASEAN model in international economic cooperation", In H. Soesastro (ed.), *One South East Asia in a New Regional and International Setting*, Centre for Strategic and International Studies, Jakarta
98. Lovering, J. (1990), "Fordism's unknown successor: a comment on Scott's theory of flexible accumulation and the re-emergence of regional economies", *International Journal of Urban and Regional Research* 14 p.159-174
99. Lui, W. and Dicken, P. (2006), "Transnational corporations and "obligated embeddedness": foreign direct investment in China's automobile industry", *Environment and Planning A*, 38 p.1229-1247
100. Luthje, B.A. (2002), "Electronics contract manufacturing: global production and the international division of labor in the age of the Internet", *Industry and Innovation*, 9 p.227-247
101. Lucas, R.(1990), "Why Doesn't Capital Flow from Rich to Poor Countries", *American Economic Review*, Vol. 80, p. 92-96.
102. Lynn, B.C. (2005), *End of Line: The Rise and Coming Fall of the Global Corporation*, Doubleday, New York
103. Lyons, D. and Salmon, S. (1995), *World cities, multinational corporations, and urban hierarchy: the case of the United States*, Chapter 6, Cambridge University Press, Cambridge
104. Mansfield, E. and Milner, H.V. (1999), "The new wave of regionalism", *International Organization*, 53 p.589-627.
105. Martin, R. and Sunley, P. (2003), "Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea?", *Journal of Economic Geography* 3, p.5-36.
106. Mayer, T. (2002), "Monetary policy: role of", In Snowdon, Brian; Vane, Howard. *An Encyclopedia of Macroeconomics*. Northhampton, Massachusetts: Edward Elgar Publishing. p. 495-499.
107. McConnell, J. and Macpherson, A.(1994), "The North American Free Trade Agreement: an overview of issues and prospects", In R. Gibb and W.Michalak (eds), *Continental Trading Blocs: The Growth of Regionalism in the World Economy Chapter 6*, Wiley, Chichester
109. Miles, R., Snow, C.C., Mathews, J.A. and Miles, G. (1999), "Cellular - network organizations" In W.E Halal and K.B. Taylor (eds), *Twenty - First Century Economics: Perspectives of Socioeconomics for a Changing World Chapter 7*, St Martin's, New York
110. Mol, M.J., van Tulder, R.J.M. and Beije, P.R.(2005), "Antecedents and performance consequences of international outsourcing", *International Business Review*, 14 p.599-617

111. Mockler, R.J. (2000), *Multinational Strategic Alliances*, Wiley, Chichester
112. Morgan, T., Edward G., and Magnus B. (2005), "Does Foreign Direct Investment Promote Development?", *Washington Institute for International Economics*
113. Morrison, A.J. and Roth, K. (1992), "The regional solution: an alternative to globalization", *Transnational Corporations 1* p.45,46
114. Mortimore, M. and Vergara, S (2004), "Targeting winners: can foreign direct investment policy help developing countries industrialize?", *The European Journal of Development Research, 16* p.499-530
115. Mytelka, L.K. and Barclay, L.A. (2004), "Using foreign investment strategically for innovation", *European Journal of Development Research, 16* p.53-60
116. Muller, A.R. (2004), *The Rise of Regionalism: Core Company Strategies under the Second Wave of Integration*, Erasmus University, Rotterdam
117. Nair-Reichert, U., Winhold, D. (2001) "Causality tests for cross-country panels: A new look at FDI and economic growth in developing countries", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*
118. Народна банка на Република Македонија – Извештај за меѓународната инвестициска позиција на Република Македонија (2003-2005) мај, 2007 година
119. Несторовски М.(2002), "Економија на инвестиции", *Економски факултет, Скопје*
120. Nestorovski, M.(2005), "Економја на investiciite", *Vtoro izdanie, Ekonomski Fakultet – Skopje*
121. Нефовски С. (2007), "Инвестициската политика – случајот со Република Македонија", Скопје
122. Nikolovska N. (2004), "Transition towards Third World, Macedonia on Globalization", *Global Scholarly Publications, New York*
123. Николовски З. (2012), Докторска дисертација "Важноста на македонската дијаспора за развојот и мирот на Република Македонија" Скопје
124. Николовски З. (2010), "Миграции – контраиндикации или причина за позитивни ефекти", Скопје
125. Nixon, F. (1988), "The political economy of bargaining with transnational corporations: some preliminary observations", *Manchester Papers in Development, IV* p.377-390
126. Nye, J.S.Jr. (2002), *The Paradox of American Power: Why the World's Only Super power Can't Go It Alone*, Oxford University Press, Oxford
127. OECD (2010) "International Migration Outlook", *OECD, Paris*

129. O'Rourke, K. (2001), *Globalization and history: the evolution of a nineteenth – century Atlantic Economy*, MIT Press.
130. Oxelheim, L., Trond, R. and Arthur S. (2001), "On the Treatment of Finance-Specific Factors within the OLI Paradigm", *Working Paper No.554, The Research Institute of Industrial Economics*
131. O'Shaughnessy, J. (1995), *Competitive Marketing: A Strategic Approach, 3rd edn.* Routledge, London
132. Palvia, S. (2003), "Global Outsourcing of IT and IT Enabled Services: Impact on U.S. and Global Economy", *Journal of Information Technology Cases and Applications* 5, no. 3: p.1-11.
133. Patel, J. S (1995), *Development Distance Between Nations*, St. Mary's University, Halifax, (N.S) Canada
134. Paul R.K.and Maurice O. (2009) *International Economics – Theory & Policy*
135. Porter. M. (1990), *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, London
136. Porter, M.E. (1980), *Competitive Strategy*, Free Press, New York
137. Програма за поттикнување инвестиции во Република Македонија 2011-2014, Скопје, 2011
138. Razin, A.(2003), "FDI Flows and Domestic Investment: Overview CES-info", *Economic Studies, January 2003*
139. Rennstich, J. (2002), "The new economy, the leadership long cycle and the nineteenth K-wave", *Review of International Political Economy* 9 p.150-182
140. Riley, T. (2005), *Year 12 Economics*, Tim Riley Publications, p.9
141. Ritzer, G. (2010), *MacDonalization: the reader/ 3rd ed.* Thousand Oak, Sage Publication, CA
142. Romer, P. (1993) "Idea gaps and object gaps in economic development", *Journal of Monetary Economics, Elsevier, vol.32*
143. Samuelson, P. A. and Nordhaus, W. D. (1998), *Economics, 16th edition*, McGraw-Hill Companies, Inc.
144. Sayer, A. (1986), "New developments in manufacturing: the just in time system", *Capital & Calss, 30 p.43-72*
145. Saxenian, A.(2002), *Local and Global Networks of Immigrant Professionals in Silicon Valley*, Public Policy Institute of California, San Francisco, CA
146. Seidler, E. (1976), *Let's Call it Fiesta*, Stephens, London

147. Scott, A.J. (1988), "Flexible production systems and regional development", *International Journal of Urban and Regional Research*, 12 p. 171-185.
148. Schiff, M. and Winters, L.A. (2003), "Regional Integration and Development". *World Bank, Washington, DC*
149. Schoenberger, E. (1997), *The Cultural Crisis of the Firm*, Blackwell, Oxford
150. Schumpeter A. J.(1943), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Allen & Unwin, London
151. Smelser, N. and Swedberg, R. (2005), *The Handbook of Economic Sociology*, 2nd edn., Princeton University Press, Princeton, NJ
152. Sklair, L. (2001), *The transnational Capitalist Class. Chapter 5*, Blackwell, Oxford
153. Shangquan, G.(2000) *Economic Globalization: Trends, Risks and Risk Prevention*
154. Storper, M (1997), *The Regional World: Territorial Development in a Global Economy*, Guilford, New York
155. Sturgeon, T.J. (2003), "What really goes on in Silicon Valley? Spatial clustering and dispersal in modular production networks", *Journal of Economic Geography*, 3 p.199-225
156. Sturgeon, T.J (2002), "Modular production networks: a new American model of industrial organization", *Industrial and Corporate Change* 11 p.451-96
157. Taylor, P.J. (2004), *World City Network: A Global Urban Analysis*, Routledge, London
158. Taylor, P.J (1994), "The state as a container: territoriality in the modern world – system", *Progress in Human Geography*, 18 p.151-162
159. Трајановски А. (2005) "Историја на Македонија", Скопје
160. *Transparency International Corruption Perceptions Index 2012*
161. Truman, E. M.(2011), *Severing Wealth Funds, Threat or Solution?*, Peterson Institute for International Economics, Washington DC
162. UNCTAD (1996), "Incentives and Foreign Direct Investment", *Current Studies, Series A, No 30. United Nation, New York and Geneva*
163. UNCTAD (2011), "World Investment Report", *Global Investment Trends*
164. UNCTAD (2012), "World Investment Report", *Global Investment Trends*
165. UNCTAD (2013), "World Investment Report", *Global Investment Trends*
166. UNCTAD (2014), "World Investment Report", *Global Investment Trends*

167. UNCTAD (1995-2010), "World Investment Report ", *Global Investment Trends*
168. Vari den Berg, L. Bromezza, I. and Vari der Meer, J. (1994), "Gestione e marketing delle città: l'esperienza olandese", *In Impresa e Stato*, 27 p.38-44
169. Vernon, R (1979), "The product cycle hypothesis in a new international environment", *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 41 p.255-268.
170. Viotti P., Kauppi M. (2009), *International Relations and World Politics*, Prentice Hall
171. Villela L. and Barreix (2002), "Taxation and Investment promotion, Background Note for Global Economic Prospects 2003", *Washington, Inter American Development Bank*
172. Wells, L.T.Jr (1972), *The Product Life Cycle and International Trade*, Harvard Business School Press, Boston
173. White, R. (2010), *Migration and International Trade*, Edwards Elgar Publishing
174. World Bank (2013), "Doing Business 2013", *World Bank, Washington DC*
175. WTO (2011), "The General Agreement on the Trade and Services (GATS): Objectives, coverage and disciplines", *World Trade Organization, Geneva*
176. Young, D. Goold, M. (2000), *Corporate Headquarters: An International Analysis of their Roles and Staffing*, Pearson, London
177. Yeung, H. W-c., Poon, J. and Perry, M. (2001), "Towards a regional strategy: the role of regional headquarters of foreign firms in Singapore", *Urban Studies*, 38 p.169-170
178. Ziltener, P. (2004) The economic effects of the European Single Market Project: projections, simulations – and the reality. *Review of International Political Economy*, 11: 953-79.

Веб страни:

www.nbrm.mk

www.wto.org

http://www.unctad.org/en/docs/webdiaeia20111_en.pdf

www.internetworldstats.com

www.kyotoprotocol.com

<http://www.fedstats.gov>

www.unctad.org/fdistatistics

www.stat.gov.mk

www.finance.gov.mk

www.investinmacedonia.com

www.heritage.org/index/ranking

www.edipi.com/riviste/pubblica/articolo=840

www.kapital.mk

www.doingbusiness.org/rankings

www.data.worldbank.org/country

www.oecd.org

www.vlada.mk

www.mfa.gov.mk

www.wiiw.ac.at

www.ebrd.com

www.fez.gov.mk

www.standardandpoors.com/ratings