

ISSN 0489-0922



УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“ ВО СКОПЈЕ
Република Македонија
SS. CYRIL AND METHODIUS UNIVERSITY IN SKOPJE
Republic of Macedonia



ГОДИШНИК

НА ЕКОНОМСКИ ФАКУЛТЕТ - СКОПЈЕ

ANNUAL

OF THE FACULTY OF ECONOMICS - SKOPJE

ГОД. ЕКОН.ФАК.ТОМ 50 С. 1-704 СКОПЈЕ 2015



УНИВЕРЗИТЕТ „СВ. КИРИЛ И МЕТОДИЈ“ ВО СКОПЈЕ
Република Македонија
SS. CYRIL AND METHODIUS UNIVERSITY IN SKOPJE
Republic of Macedonia

ГОДИШНИК
на Економски факултет - Скопје
Том 50 (2014) Скопје 2015

Издавач

Економски факултет - Скопје

Редакциски одбор

*Проф. д-р Зорица Божиновска-
Лазаревска*

Проф. д-р Анита Циунова-Шулеска

Проф. д-р Предраг Трпески

Доц. д-р Љупчо Ефтимов

Доц. д-р Димитар Јовевски

Главен и одговорен уредник

*Проф. д-р Зорица Божиновска-
Лазаревска*

Јазична редакција

д-р Верица Неделкоска

Лазар Попов

Захари Арсенков

**Компјутерска обработка,
техничко уредување и печатење**

Коста Абраш А.Д. Охрид

Тираж

150 примероци

Адреса на редакцијата

Економски факултет - Скопје

Бул. Гоце Делчев бр. 9В

1000 Скопје

ANNUAL

of the Faculty of Economics - Skopje
Vol.50 (2015) Skopje 2015

Publisher

Faculty of Economics - Skopje

Editorial Board

*Prof. Zorica Bozinovska-Lazarevska,
PhD*

Prof. Anita Ciunova-Shuleska, PhD

Assoc. Prof. Predrag Trpeski, PhD

Assist. Prof. Ljupco Eftimov, PhD

Assist. Prof. Dimitar Jovevski, PhD

Editor in chief

*Prof. Zorica Bozinovska-Lazarevska,
PhD*

Proofreaders

Verica Nedelkoska PhD

Lazar Popov

Zahari Arsenkov

**Computer processing,
technical processing and printing**

Kosta Abrash A.D. Ohrid

Produced

150 copies

Publisher's address

Faculty of Economics - Skopje

Goce Delchev 9V

1000 Skopje

ГОДИШНИК НА ЕКОНОМСКИОТ ФАКУЛТЕТ-СКОПЈЕ
ANNUAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS-SKOPJE

ГОД. ЕКОН. ФАК. ТОМ 50 С. 1-704 СКОПЈЕ 2015

СОДРЖИНА

проф. д-р Сашо Арсов

ВЛИЈАНИЕ НА ЛИВЕРИЦОТ НА КОМПАНИЈАТА ВРЗ НЕЈЗИНАТА
ПРОФИТАБИЛНОСТ НИЗ ПРИМЕРОТ НА МАКЕДОНСКИТЕ
КОМПАНИИ 17

доц. д-р Атанаско Атанасовски

ВЕШТИНИ И ЗНАЕЊА НА СТУДЕНТИТЕ НА ДЕПАРТМАНОТ ЗА
СМЕТКОВОДСТВО И РЕВИЗИЈА, СОГЛАСНО СО ПЕРЦЕПЦИИТЕ НА
СТУДЕНТИТЕ И НА РАБОТОДАВАЧИТЕ 31

проф. д-р Зорица Божиновска Лазаревска

м-р Марија Димитриевска

ПРОФЕСИОНАЛНИОТ СКЕПТИЦИЗАМ И ВЕШТИНИТЕ ЗА
ОТКРИВАЊЕ НА ИЗМАМИТЕ ВО РЕВИЗИЈАТА – СТУДЕНТИ ПО
СМЕТКОВОДСТВО, НАСПРОТИ НАДВОРЕШНИ РЕВИЗОРИ 43

м-р Тихона Божиновска

НЕЗАВИСНОСТ НА ОДБОРИТЕ ВО АКЦИОНЕРСКИТЕ ДРУШТВА ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА: РЕАЛНОСТ ИЛИ ИЛУЗИЈА?..... 59

доц. д-р Ежени Брзовска

ДЕТЕРМИНИРАЊЕ НА ФАКТОРИТЕ КОИ ВЛИЈААТ НА ИЗБОР НА
ВИНО КАЈ МАКЕДОНСКИТЕ ПОТРОШУВАЧИ 79

проф. д-р Весна Буцевска

Стефан Јовановски

ТЕХНИЧКА АНАЛИЗА ЗА ВЛОЖУВАЊЕ ВО ИНВЕСТИЦИСКИ
ФОНДОВИ СО КОИ СЕ ТРГУВА НА БЕРЗА (ETF) 93

проф. д-р Елена Дорева

ФАКТОРИ КОИ ВЛИЈААТ ВРЗ ОДЛУКАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ЗА
КУПУВАЊЕ НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ 107

проф. д-р Љубомир Дракулевски

м-р Викторија Илиева

ПРЕКУМЕРНАТА САМОДОВЕРБА ВО ОДЛУЧУВАЊЕТО КАЈ
ПРЕТПРИЕМАЧИТЕ 125

доц. д-р Александра Јанеска-Илиев

КАРАКТЕРИСТИКИ НА ПЛАНИРАЊЕТО КАЈ МАЛИТЕ БИЗНИСИ ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА 139

доц. д-р Кирил Јовановски

ДЕТЕРМИНАНТИ НА КРЕДИТНАТА ЕВРОИЗАЦИЈА ВО ЗЕМЈИТЕ ОД
ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА 159

доц. д-р Димитар Јовевски

АНАЛИЗА НА ОРГАНИЗАЦИСКИТЕ ФАКТОРИ, КЛУЧНИ
ЗА УСПЕШНО КОРИСТЕЊЕ ВЕБ-БАЗИРАНО СОЦИЈАЛНО
ВМРЕЖУВАЊЕ КАЈ КОМПАНИИТЕ 179

проф. д-р Сашо Јосимовски

ВЛИЈАНИЕТО НА НАЦИОНАЛНИТЕ ПОЛИТИКИ НА СИСТЕМОТ
НА ИСТРАЖУВАЊЕ, РАЗВОЈ И ИНОВАЦИИ НА РЕПУБЛИКА
МАКЕДОНИЈА КАКО ДЕЛ НА ЕВРОПСКАТА ИСТРАЖУВАЧКА
ОБЛАСТ 199

проф. д-р Сашо Косев

ПОТРЕБАТА ЗА ПРИМЕНА НА ПЛАНИРАЊЕ
НА ОДРЖЛИВИОТ РАЗВОЈ 217

доц. д-р Никола Левков

АНАЛИЗА НА ПАРАДИГМИТЕ И МЕТОДИТЕ НА ИСТРАЖУВАЊЕ ВО ДОМЕНОТ НА МИС ДИСЦИПЛИНАТА..... 231

доц. д-р Даниела Мамучевска

ДАЛИ СПОЈУВАЊЕТО МЕЃУ ОПЕРАТОРИТЕ ЗНАЧИ ЗАТВОРАЊЕ НА ПАЗАРОТ И НАМАЛУВАЊЕ НА КОНКУРЕНЦИЈАТА ВО ПАЗАРОТ НА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИ? 247

доц. д-р Марина Мијоска Белшоска

АНАЛИЗА НА НИВОТО НА ПРОЦЕСНА ЗРЕЛОСТ НА КОМПАНИИТЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА 265

проф. д-р Зоран Миновски

КОМПАРАТИВНО СМЕТКОВОДСТВО И КОНВЕРГЕНЦИЈА НА ФИНАНСИСКОТО ИЗВЕСТУВАЊЕ 281

проф. д-р Вера Наумовска

СОСТОЈБИТЕ, ИНОВАТИВНОСТА И ИНВЕНТИВНОСТА ВО ЕЛЕКТРОНСКОТО РАБОТЕЊЕ 297

доц. д-р Александар Наумоски

ПРИНОСИТЕ НА ИНДЕКСИРАНО ПОРТФОЛИО НА ПАЗАРОТ НА АКЦИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА: ПРЕДВИДЕНИ НАСПРЕМА ОСТВАРЕНИ ПРИНОСИ 313

проф. д-р Пеце Недановски

МЕТОДОЛОШКИ ПРЕДИЗВИЦИ ЗА ФИНАНСИРАЊЕТО НА ЈАВНИТЕ УНИВЕРЗИТЕТИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА НИЗ ПРИЗМАТА НА УКИМ 329

проф. д-р Наталија Николовска

ГЛОБАЛИЗАЦИСКИ ПАРАДОКС - ДРЖАВАТА АГЕНТ V. КОЧНИЧАР НА ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ (СЛУЧАЈОТ НА Р. МАКЕДОНИЈА) .. 351

доц. д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска SERVQUAL НАСПРОТИ SERVPERF: АЛТЕРНАТИВНИ МОДЕЛИ ЗА МЕРЕЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА БАНКАРСКАТА УСЛУГА ВО Р. МАКЕДОНИЈА	369
проф. д-р Михаил Петковски доц. д-р Елена Наумовска ВЛИЈАНИЕТО НА ИНСТИТУЦИОНАЛНИТЕ ИНВЕСТИТОРИ ВО ПОТТИКУВАЊЕТО НА ЕКОНОМСКАТА АКТИВНОСТ КАЈ ЗЕМЈИТЕ ЧЛЕНКИ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА	385
проф. д-р Горан Петревски ПРИДОНЕСОТ НА МИЛТОН ФРИДМАН ВО ЕКОНОМСКАТА НАУКА	405
Академик Гоце Петрески ПОДЕМОТ НА ЕКСПЕРИМЕНТАЛНАТА ЕКОНОМИЈА	419
проф. д-р Кирил Постолов УПРАВУВАЊЕ СО СТРЕСОТ НА ВРАБОТЕНИТЕ ВО ХОТЕЛИТЕ ВО СКОПЈЕ	435
проф. д-р Лидија Пулевска-Ивановска м-р Елена Карадакоска ПЕРЦЕПЦИЈАТА НА МАКЕДОНСКИТЕ ПОТРОШУВАЧИ ЗА ЕЛЕКТРОНСКИОТ МАРКЕТИНГ	445
проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска СОВРЕМЕНИ МЕДИУМИ И НИВНО ВЛИЈАНИЕ ВО ПРОЦЕСОТ НА ГРАДЕЊЕ НА БРЕНД.....	461
проф. д-р Славе Ристески ДЕМОГРАФСКИТЕ И ЕКОНОМСКИТЕ ИМПЛИКАЦИИ ОД СТАРЕЕЊЕТО НА НАСЕЛЕНИЕТО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА	475

проф. д-р Нада Секуловска

МАРКЕТИНГ ИСТРАЖУВАЊЕ НА ДЕЦАТА КАКО ПОТРОШУВАЧИ ..487

проф. д-р Билјана Секуловска-Габер

СТРАТЕГИЈАТА ЈИЕ 2020, АЛАТКА ИЛИ ФИКЦИЈА ЗА ЗАБРЗУВАЊЕ
НА ИНТЕГРАЦИЈАТА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО
ЕВРОПСКАТА УНИЈА 499

проф. д-р Драган Тевдовски

ДАЛИ СЕ УШТЕ ПОСТОЈАТ КАЛЕНДАРСКИТЕ АНОМАЛИИ НА
ПРИНОСИТЕ НА МБИ10 ИНДЕКСОТ? 513

проф. д-р Олга Теменугова-Градишка

МАРКС ОД ПЕРСПЕКТИВА НА ГЛОБАЛНАТА КРИЗА 529

доц. д-р Катерина Тошевска-Трпчевска

АНАЛИЗА НА ИНДИКАТОРИТЕ ЗА ОЛЕСНУВАЊЕ НА ТРГОВИЈАТА
НА ЗЕМЈИТЕ ОД ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА 541

доц. д-р Борче Треновски

ЕФЕКТИТЕ ОД ГОЛЕМАТА ЕКОНОМСКА КРИЗА ВРЗ ГЛОБАЛНАТА
ЕКОНОМИЈА – ФИНАНСИСКИОТ И РЕАЛНИОТ СЕКТОР 555

доц. д-р Марина Трпеска

ТЕОРИЈАТА НА ЗАВИСНИ И НЕЗАВИСНИ ВАРИЈАБЛИ ВО
СМЕТКОВОДСТВОТО НА МЕНАЏМЕНТОТ И МЕРЕЊЕТО НА
РЕЗУЛТАТИТЕ 577

проф. д-р Предраг Трпески

ПРОДУКТИВНОСТА НА ТРУДОТ И РЕАЛНИТЕ ПЛАТИ ВО
РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО ПОСТКРИЗНИОТ ПЕРИОД 599

доц. д-р Марија Трпкова-Несторовска

ОЧЕКУВАНО ТРАЕЊЕ НА ЖИВОТОТ ВО ЗЕМЈИТЕ ОД
ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА: ПРИМЕНА НА КОИНТЕГРИРАНА ПАНЕЛ
РЕГРЕСИЈА 616

проф. д-р Ристо Христов

ЈАВНАТА ЗДРАВСТВЕНА ЗАШТИТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
ВИДЕНА СО ОЧИТЕ НА КОРИСНИЦИТЕ 635

м-р Маријана Цветаноска

ЛОКАЛНИОТ ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА
- ЦЕНТРАЛНА НАДЛЕЖНОСТ ПРИ ПРОЦЕСОТ НА ФИСКАЛНАТА
ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЈА: РЕАЛНОСТ ИЛИ САМО ПРЕНЕСЕН
АВТОРИТЕТ? 651

доц. д-р Виолета Цветкоска

КОРИСТЕЊЕ НА АЛАТКАТА МАПА НА УМОТ ВО
НАСТАВАТА И ВО УЧЕЊЕТО 667

проф. д-р Анита Циунова-Шулеска

КОРИСТЕЊЕ НА ЕЛЕКТРОНСКИТЕ МАРКЕТИНГ-КАНАЛИ
ВО ДЕЛОВНОТО РАБОТЕЊЕ: АНАЛИЗА НА МОТИВИТЕ ЗА
КОРИСТЕЊЕ ОД ПЕРСПЕКТИВА НА МИКРО, МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ
ПРЕТПРИЈАТИЈА 687

ГОДИШНИК НА ЕКОНОМСКИОТ ФАКУЛТЕТ-СКОПЈЕ
ANNUAL OF THE FACULTY OF ECONOMICS-SKOPJE

ГОД. ЕКОН. ФАК. ТОМ 50 С. 1-704 СКОПЈЕ 2015

C O N T E N T S

Sasho Arsov, PhD

IMPACT OF LEVERAGE ON THE PROFITABILITY OF THE
MACEDONIAN COMPANIES..... 17

Atanasko Atanasovski, PhD

SKILLS AND KNOWLEDGE OF ACCOUNTING & AUDITING
STUDENTS ACCORDING TO THE PERCEPTIONS OF STUDENTS AND
EMPLOYERS..... 31

Zorica Bozhinovska Lazarevska, PhD

Dimitrievska Marija, MSc

PROFESSIONAL SKEPTICISM AND ABILITY TO DETECT FRAUDS
IN AUDITING - ACCOUNTING STUDENTS VERSUS EXTERNAL
AUDITORS 43

Tihona Bozhinovska, MSc

BOARD INDEPENDENCE IN MACEDONIAN JOINT-STOCK
COMPANIES: REALITY OR ILLUSION?..... 59

Ezeni Brzovska, PhD

DETERMINING THE FACTORS THAT INFLUENCE WINE PURCHASE
DECISIONS OF MACEDONIAN CONSUMERS 79

Vesna Bucevska, PhD

Stefan Jovanovski

INVESTING IN EXCHANGE TRADED FUNDS (ETF) - TECHNICAL ANALYSIS..... 93

Doreva Elena, PhD

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' DECISIONS TO BUY ORGANIC PRODUCE 107

Ljubomir Drakulevski, PhD

Viktorija Ilieva, MSc

THE OVERCONFIDENCE BIAS IN ENTREPRENEURIAL DECISION MAKING 125

Aleksandra Janeska-Iliev, PhD

SPECIFICS OF PLANNING BY SMALL BUSINESSES IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA 139

Kiril Jovanovski, PhD

DETERMINANTS OF CREDIT EUROISATION IN SOUTHEAST EUROPEAN COUNTRIES 159

Dimitar Jovevski, PhD

ANALYSIS OF ORGANIZATIONAL FACTORS THAT ARE KEY TO SUCCESSFUL USE OF WEB-BASED SOCIAL NETWORKING BY COMPANIES 179

Sasho Josimovski, PhD

INFLUENCE OF THE NATIONAL POLICIES ON THE RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION SYSTEM OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA AS A PART OF THE EUROPEAN RESEARCH AREA 199

Sasho Kjosev, PhD

THE NEED FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT PLANNING 217

Nikola Levkov, PhD

ANALYSIS OF PARADIGMS AND RESEARCH METHODS IN MIS
DISCIPLINE..... 231

Daniela Mamuchevska, PhD

WILL MERGERS AMONG TELECOM OPERATORS CLOSE MARKET
AND REDUCE COMPETITION AT THE TELECOMMUNICATIONS
MARKET? 247

Marina Mijoska Belshoska, PhD

ANALYSIS OF PROCESS MATURITY LEVEL OF MACEDONIAN
COMPANIES 265

Zoran Minovski, PhD

COMPARATIVE ACCOUNTING AND CONVERGENCE OF FINANCIAL
REPORTING 281

Vera Naumovska, PhD

THE STASUSES, THE INNOVATION AND THE INVENTION IN
E-BUSINESS 297

Aleksandar Naumoski, PhD

RETURNS ON AN INDEXED PORTFOLIO AT THE MACEDONIAN
STOCK EXCHANGE: FORECASTED VERSUS REALIZED RETURNS. 313

Pece Nedanovski, PhD

METODOLOGICAL CHALLENGES REGARDING THE FINANCING OF
PUBLIC UNIVERSITIES IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA FROM
THE PERSPECTIVE OF SS. CYRIL AND METHODIUS UNIVERSITY. 329

Natalija Nikolovska, PhD

GLOBALIZATION PARADOX – STATE AS AN AGENT V. BRAKE ON
ECONOMIC GROWTH (THE CASE OF R.MACEDONIA) 351

Nikolina Palamidovska-Sterjadovska, PhD

SERVQUALVSSERVPERF: ALTERNATIVE MODELS FOR MEASURING BANK SERVICE QUALITY IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA 369

Mihail Petkovski, PhD

Elena Naumovska, PhD

THE IMPACT OF INSTITUTIONAL INVESTORS ON THE PROMOTION OF ECONOMIC ACTIVITIES IN EUROPEAN UNION COUNTRIES ... 385

Goran Petrevski, PhD

THE CONTRIBUTION OF MILTON FRIEDMAN TO ECONOMICS 405

Academician Goce Petreski, PhD

THE EMERGENCE OF EXPERIMENTAL ECONOMICS 419

Kiril Postolov, PhD

MANAGING EMPLOYEES' STRESS IN HOTELS IN SKOPJE 435

Lidija Pulevska-Ivanovska, PhD

Elena Karadakoska, MSc

MACEDONIAN CONSUMERS' PERCEPTION OF ELECTRONIC MARKETING 445

Snezana Ristevska-Jovanovska, PhD

CONTEMPORARY MEDIA AND THEIR IMPACT IN THE PROCESS OF BUILDING A BRAND 461

Slave Risteski, PhD

DEMOGRAPHIC AND ECONOMIC IMPLICATIONS OF THE AGEING OF POPULATION IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA 475

Nada Sekulovska, PhD

MARKETING RESEARCH ON CHILDREN AS CONSUMERS 487

Biljana Sekulovska-Gaber, PhD

THE SEE 2020 STRATEGY, A TOOL OR A FICTION FOR
ACCELERATING EU INTEGRAION OF
THE REPUBLIC OF MACEDONIA 499

Dragan Tevdovski, PhD

ARE CALENDAR ANOMALIES STILL PRESENT IN THE MBI10 INDEX
RETURNS? 513

Olga Gradiska-Temenugova PhD

MARX FROM THE PERSPECTIVE OF THE GLOBAL CRISIS 529

Katerina Toshevska-Trpchevska, PhD

ANALISYS OF THE TRADE FACILITATION INDICATORS IN THE
COUNTRIES OF SOUTH-EASTERN EUROPE 541

Borce Trenovski, PhD

EFFECTS OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON THE WORLD
ECONOMY - FINANCIAL AND REAL SECTOR 555

Marina Trpeska, PhD

CONTINGENCY THEORY IN MANAGEMENT ACCOUNTING AND
PERFORMANCE MEASUREMENT 577

Predrag Trpeski, PhD

LABOR PRODUCTIVITY AND REAL WAGES IN MACEDONIA IN THE
POST – CRISIS PERIOD 599

Marija Trpkova-Nestorovska, PhD

LIFE EXPECTANCY AT BIRTH IN SOUTHEASTERN EUROPE: APPLIED
COINTEGRATED PANEL REGRESSION 616

Risto Hristov, PhD

PUBLIC HEALTH CARE IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA
FROM THE USERS' STANDPOINT 635

Marijana Cvetanoska, MSc

LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF
MACEDONIA – CENTRAL OBLIGATION DUE TO THE PROCESS OF
FISCAL DECENTRALIZATION: A REALITY OR JUST A DELEGATED
AUTHORITY? 651

Violeta Cvetkoska, PhD

USING THE MIND MAP TOOL IN TEACHING AND LEARNING 667

Anita Ciunova-Shuleska, PhD

UTILIZATION OF ELECTRONIC MARKETING CHANNELS IN
BUSINESS OPERATION: ANALYSIS OF THE MOTIVES FROM MICRO,
SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES' PERSPECTIVE 687

УДК: 334.72: 658.155]: 658.14: 303.724(497.7) „2009/2013”

ВЛИЈАНИЕ НА ЛИВЕРИЦОТ НА КОМПАНИЈАТА ВРЗ НЕЈЗИНАТА ПРОФИТАБИЛНОСТ НИЗ ПРИМЕРОТ НА МАКЕДОНСКИТЕ КОМПАНИИ

проф. д-р Сашо Арсов

Универзитет „Св.Кирил и Методј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
sarsov@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Во досегашниот развој на теоријата за структурата на капиталот, трошоците на задолжувањето, генерално, е прифатено дека предизвикуваат намалување на добивката, иако поради дејството на даночниот штит, плаќањето на каматата на кредитите може да има и позитивно дејство врз просечната ценана капиталот. Иако оваа релација се чини едноставна и еднонасочна, треба да се има предвид дека задолжувањата се прават со цел да се реализираат одредени деловни потфати, па доколку остварените придобивки од нив го надминуваат трошокот на долгот, ефектот на задолжувањето врз профитабилноста би бил позитивен. Со цел да испитаме какви се ефектите врз ливерицот кај македонските компании, составивме примерок од 47 акционерски друштва и со финансиските податоци за периодот 2009-2013 година спроведовме истражување во форма на панел-регресија. Сумарната статистика на примерокот недвосмислено покажува дека ливерицот на компаниите се движи во просек околу 35%, што не е високо ниво, додека профитабилноста во анализираниот период значајно опаѓа. Резултатите на регресијата покажуваат дека вкупниот ливериц има негативно влијание врз профитабилноста, но тие не се потврдени кога ги користиме долгорочните кредити или вкупните банкарски кредити како зависни варијабли. Од другите вклучени променливи, позитивна врска е откриена уште во случајот на големината на компанијата и профитабилноста, додека вкупните инвестиции во последните три години, стапката на данок на добивка и порастот на продажбите немаат статистички значајно влијание.

Клучни зборови: *ливерици, структура на капиталот, профитабилност, цена на капиталот.*

Вовед

Едно од клучните полиња на одлучување на финансискиот менаџмент претставува изборот на оптималната финансиска структура, т.е. изборот на таква комбинација на извори на финансирање која ќе има оптимален одраз врз работењето на компанијата, т.е. ќе ги минимизира трошоците, поврзани со изворите на финансирање. На ова поле, од критично значење е придонесот на нобеловците Модилјани и Милер, но ниту шест децении по појавата на нивниот капитален труд „Цената на капиталот“ (1958), науката за финансиите не успеа да даде единствен одговорна горното прашање. Интересот за оваа проблематика останува мошне жив, особено поради фактот што се работи за прашање кое нема само академско, туку и големо практично значење за компаниите, кои имаат потреба од решенија што би им помогнале да ја остварат својата конечна цел – максимизација на сопствената вредност.

Во досегашниот развој на теоријата за структурата на капиталот препознаваме два глобални периоди. Во првите неколку децении доминираат истражувањата со нормативистички пристап, кои имаат за цел да откријат единствена, оптимална, таргетирана структура на капиталот, која би важела за сите компании. Најпрво Модилјани и Милер ја поставуваат сопствената теза за ирелевантноста на структурата на капиталот, за подоцна самите да ја побијат со тврдењето за оптималност на структурата во која 100% учествува долгот. Незадоволни од ова, приврзаниците на теоријата за компензирачки ефекти укажуваат дека преголемата задолженост натпропорционално ги зголемува трошоците на задолжувањето, поради што оптималната структура е некаде помеѓу нултата и максималната задолженост. Теоријата за редослед во финансирањето, пак, смета дека, поради ефектот на сигнализирање, односно асиметријата во информираноста помеѓу менаџерите и инвеститорите, компаниите не воспоставуваат целна структура на капиталот, туку се придржуваат до еден редослед во финансирањето, при што најпрво ги користат сопствените средства, потоа се задолжуваат, а акции емитуваат само по исклучок. Вториот правец или период во развојот

на оваа теорија се карактеризира со напуштање на нормативизмот и наместо да се бара единствено решение кое би им се препорачало на практичарите, сега се користат податоци од практиката и врз основа на нив се истражуваат факторите кои влијаат врз формирањето на структурата на капиталот. Со други зборови, сега вниманието е насочено кон утврдување на факторите кои во реалноста влијаеле врз менаџерите и притоа се бараат сличности и разлики во нивното однесување, со цел да се утврди што е тоа што во одредени ситуации и околности најмногу влијаело врз формирањето на структурата на капиталот.

Во овој труд ние отвораеме едно прашање кое е поврзано со оваа теорија, но не е директно дел од неа. Имено, според теоријата за структурата на капиталот (компензирачки ефекти), степенот на задолженост на компаниите (ливериџот) влијае врз трошоците на работењето. Од друга страна, според т.н. Дипон-формула, но и поради т.н. даночен штит, повисоката задолженост влијае позитивно врз профитабилноста, мерена преку стапката на поврат на сопствениот капитал. Тоа ја отвора дилемата околу тоа каков е конечниот ефект на ливериџот врз профитабилноста, т.е. дали поголемата задолженост ја зголемува или ја намалува профитабилноста на компаниите. Ние си поставивме цел да истражиме каква е ситуацијата кај македонските компании, т.е. дали степенот на задолженост на македонските компании е таков што влијае негативно врз нивната профитабилност. Ова истражување е ограничено на јавно поседуваните акционерски друштва, во најголем дел котирани на Македонската берза, пред сè, поради расположливоста на податоците. Користејќи примерок од самостојно прибрани податоци, применуваме панел-регресија, при што во моделот вклучуваме повеќе варијабли, согласно со примерите што ги користиме од литературата.

Трудот има стандардна концепција: во првиот дел правиме осврт кон постоечката литература на оваа тема, а потоа го опишуваме формирањето на примерокот и развивањето на регресиониот модел. Во третиот дел се содржани резултатите од регресијата, а во делот по него е дадена дискусија за добиените резултати. Последната точка ги сумира заклучоците од истражувањето.

Осврт кон литературата

Влијанието на трошоците што ги предизвикува задолжувањето врз профитабилноста е предмет на обработка уште во првите трудови кои ја истражуваат оптималната структура на капиталот. Интересно, првите заклучоци на ова поле одат во прилог на задолжувањето, преку воведувањето на т.н. даночен штит што го создаваат трошоците за камати (Модилјани и Милер, 1963). Подоцна, Јенсен и Меклинг (1976) ги вклучуваат директните и индиректните трошоци на задолжувањето (растечки каматни стапки, агенциски трошоци, опасност од банкрот и сл.).

Во поново време се среќаваат повеќе студии кои преку реални податоци го испитуваат ефектот на ливериџот врз профитабилноста. Маџумдар и Чибер (1999) на примерок од индиски компании утврдуваат дека степенот на задолженост влијае негативно врз нивната профитабилност. Нунес и др. (2009) доаѓаат до сличен заклучок за португалскиот услужен сектор. Џајтун и Тиан (2007), на примерок од јордански компании утврдуваат дека вкупната задолженост има негативно влијание врз профитабилноста, но краткорочната задолженост има спротивен ефект. Во оваа група спаѓаат и делата на Годар и др. (2005) и Рао и др. (2007). Од друга страна, Маргаритис и Псилаки (2007) користат примерок од новозеландски компании и доаѓаат до спротивен заклучок, како и Кебевар (2013).

Покрај наведените, беа консултирани и студии во кои се истражуваат други фактори и нивното влијание врз финансиските перформанси, како што се Корнет и др. (2008), кои ги вклучуваат управувањето со добивката и корпоративното управување, Делуф (2003), кој го вклучува управувањето со обртниот капитал, потоа корпоративната општествена одговорност (Берд и др., 2012) и др.

Примерок и регресионен модел

За потребите на истражувањето неопходно беше да се приберат финансиски податоци за поголем број компании. Со оглед на тоа што овие податоци не се директно расположливи, формиравме сопствен примерок преку самостојно прибирање податоци од нивните ревидирани финансиски извештаи. Поради тоа, примерокот е ограничен на компаниите за кои овие податоци се јавно достапни, а тоа во најголем дел се котирани компании и

јавно поседувани друштва. Прибраните податоци се однесуваат на периодот од 2009 до 2013 година, а примерокот се состои од вкупно 47 компании. Во трудовите во кои се анализира ливериџот, по правило, не се земаат финансиските компании поради нивната специфична структура на изворите на финансирање.

Следниот чекор е развивањето на регресиониот модел. Како зависна променлива ја земаме *профитабилноста*, но потребно е да се избере соодветен показател кој ќе ја претставува оваа големина. Ние ќе ги користиме стандардните показатели на профитабилноста, како стапките на поврат на вкупниот и на сопствениот капитал, а првата ќе ја употребиме во две варијанти и тоа со оперативната добивка и со нето-добивката во броителот. Оперативната добивка се смета за подобро мерило на успешноста отколку нето-добивката, поради тоа што нето-добивката, иако е тоа крајниот сметководствен финансиски резултат, трпи влијание од фактори кои се надвор од контрола на компанијата, како каматните стапки и стапките на данокот на добивка.

Списокот на зависни променливи го започнуваме со показателите на *ливериџот*, т.е. задолженоста. И тука постојат неколку варијанти. Првата е да се употреби вкупниот долг на компанијата, кој ги опфаќа краткорочните и долгорочните кредити, но и обврските кон добавувачите и други субјекти. Ова е најширокиот показател и ние го сметаме за најсоодветен, од причина што тој ги опфаќа вкупните средства од туѓи извори што ги користи компанијата, имајќи предвид дека дел од компаниите повремено вршат „покривање“ на краткорочните потреби од средства со зголемување на своите обврски кон добавувачите. Втора варијанта е показателот на долгорочна задолженост, кој се однесува само на долгорочните кредити, а третиот е вкупната банкарска задолженост (долгорочни и краткорочни кредити од банки). Оправданоста на овие два показатели се наоѓа во фактот дека тоа се извори на финансирање, поврзани со плаќање камати, кои претставуваат трошок во работењето. Секој од овие показатели го добиваме како однос помеѓу соодветната големина од пасивата на билансот на состојба и вкупните средства.

Големината на компанијата е уште една варијабла која редовно е присутна во ваквите модели. Иако профитабилноста ја пресметуваме како релативна големина, односно добивка по единица вложени средства, сепак е потребно да се испита дали постои систематска разлика во поглед на

профитабилноста помеѓу поголемите и помалите компании. Големината се претставува како природен логаритам од вкупните средства или од вкупните приходи од продажба. Ние се определнвме за првата варијанта.

Стапката на пораст на приходите од продажба ја користиме како *мерило на растежот* на компанијата. Неа ја добиваме како процентуален пораст на приходите во тековната година во однос на претходната.

Нормално е да се очекува компаниите што повеќе инвестираат да бидат и попрофитабилни. Поради тоа, ја воведуваме и независната променлива *инвестиции*. Со оглед на тоа што е потребно да помине извесно време додека инвестициите почнат да даваат резултати, не ги користиме инвестициите од тековната година, туку вкупните инвестиции на компанијата во претходниот тригодишен период. Овој износ го ставаме во однос со вкупните средства за да добиеме релативен показател. Големината на направените инвестиции ја земаме од извештаите за готовински текови и тоа само ставката на нови инвестиции во постојани средства намалени за износот на продадените постојани средства.

Следната променлива се однесува на *допирливоста*, т.е. *материјалноста* на средствата. Ова практично претставува одраз на големината на фиксни средства со кои работи компанијата, исклучувајќи ги недопирливите постојани средства (патенти, гудвил и сл.). Логиката на вклучувањето на оваа променлива е да се провери дали компаниите што работат со повеќе постојани средства, наспроти обртни (на пример, производствена наспроти трговска компанија) имаат повисока профитабилност или е обратно. Оваа променлива ја пресметуваме како учество на материјалните постојани средства во вкупните средства.

Данокот на добивка е уште една големина која има влијание врз профитабилноста, но само врз нето-добивката. За таа цел, го вклучуваме и него, но не како номинална стапка од 10% во набљудуваниот период, туку како ефективна стапка што компаниите ја плаќаат, пресметана врз основа на податоците од нивните финансиски извештаи.

Очекуваните знаци на употребените променливи во регресијата се:

Променлива	Ознака во моделот	Очекуван знак на променливата
Левериц	LEVER	-
Големина	SIZE	+/-
Пораст на приходите	REVGR	+
Инвестиции	INV	+
Материјалност на средствата	TANG	+/-
Данок на добивка	TAX	-

Основната спецификација на моделот би гласела:

$$PROF_{i,t} = \alpha + \alpha_1 LEVER_{i,t} + \alpha_2 SIZE_{i,t} + \alpha_3 REVGR_{i,t} + \alpha_4 INV_{i,t} + \alpha_5 TANG_{i,t} + \alpha_6 TAX_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

Каде што со i е претставува конкретна компанија, t се однесува на годината, а ε е елементот на грешка во моделот. Врз основа на основната спецификација, моделот ќе го примениме во неколку варијанти.

Табела 1 – Збирна статистика

	Вкупен ливериц	Долг. кредити	Кратк. кредити	Обврски кон добав.	ПВС (опер. добивка)	ПВС (нето-добивка)	ПСК	НПМ
2009	0,3305	0,0477	0,1119	0,1756	0,0860	0,0831	0,1241	0,0942
2010	0,3459	0,0511	0,1161	0,1901	0,0741	0,0685	0,1047	0,0721
2011	0,3480	0,0515	0,1246	0,1869	0,0755	0,0698	0,1071	0,0500
2012	0,3701	0,0454	0,1260	0,1983	0,0544	0,0490	0,0778	0,0493
2013	0,3531	0,0464	0,1336	0,1710	0,0416	0,0368	0,0568	0,0416

Табела 1 содржи сумарни податоци за анализираните компании по години. Ќе направиме кус осврт на нив. Вкупниот ливериц (делот од изворите на финансирање кој не е сопствен, т.е. подлежи на обврска за враќање) е прилично стабилен и изнесува околу 35% во целиот набљудуван период. Она што е интересно е структурата на овие извори. Имено, во вкупните извори на финансирање, долгорочните кредити учествуваат со околу 5%, краткорочните банкарски кредити учествуваат со околу 12-13%, а најголемо учество имаат обврските кон добавувачите и тоа помеѓу 17 и 20%. Тоа ја потврдува нашата теза дека како мерило на задолженоста треба да се земе вкупниот ливериц, бидејќи компаниите очигледно во голема мера

се потпираат на поевтините извори на финансирање, како обврските кон добавувачите.

Показателите на профитабилноста покажуваат опаѓање на профитабилноста во набљудуваниот период. Сите мерила (приносот на вкупни средства, принос на сопствениот капитал и нето-профитната маржа) се преполовени во 2013 во однос на 2009 година. Очигледно е дека вкупната добивка на компаниите опаѓа во овој период, што има негативни последици на повеќе полиња, вклучувајќи го и пазарот на капитал. Намалувањето на нето-профитната маржа покажува дека ослабува конкурентската позиција на компаниите, но може да е и резултат на засилената конкуренција. Во секој случај, тоа го намалува просторот на компаниите за намалување на цените како средство во борбата на пазарот.

Треба да се има предвид дека во примерокот се вклучени само акционерски друштва, најголемиот дел од нив котирали на Македонската берза. Од една страна, тоа значи дека се анализирани најголемиот дел од значајните македонски компании, но и дека податоците не можат да се генерализираат и да се пренесат на малите и на средните претпријатија.

Резултати од регресијата

Со оглед на тоа што располагаме со податоци за 47 компании за период од 5 години, имаме можност да примениме панел-регресионен модел. Горната основна спецификација на моделот, како што најавивме, ја модифициравме со примена на неколку од можните коефициенти за одделните променливи. Резултатите од регресијата се дадени во табела 2.

Табела 2 – Резултати од регресијата

Променлива	Модел 1 (НД-ПВС)	Модел 2 (НД-ПВС)	Модел 3 (НД-ПВС)	Модел 4 (ОД-ПСК)	Модел 5 (ПСК)
С (пресечна точка)	-1,4525*** (0,3555)	-1,422*** (0,3606)	-1,351*** (0,358)	-1,436*** (0,360)	-3,464*** (0,841)
LEVER	-0,1322** (0,0551)			-0,134** (0,056)	-0,580*** (0,130)
LT		-0,068 (0,0503)			
LSLOAN			-0,084 (0,111)		
TANG	-0,0582 (0,0916)	-0,0491 (0,0933)	-0,0577 (0,0935)	-0,042 (0,093)	-0,120 (0,217)
SIZE	0,1588*** (0,0356)	0,1516*** (0,0359)	0,1449*** (0,0356)	0,157*** (0,036)	0,386*** (0,084)
REVGR	-0,0278* (0,0163)	-0,0026 (0,0293)	-0,026 (0,0165)	-0,021 (0,017)	-0,082** 0,038
INV	0,0027 (0,0306)	-0,0206 (0,0293)	-0,0198 (0,0295)	0,003 (0,031)	-0,104 (0,072)
TAX	0,0115 (0,0239)	0,0122 (0,0242)	0,0107 (0,0243)		0,024 (0,057)
Adj R ²	0,447	0,435	0,431	0,423	0,339
AIC	-2,054	-2,033	-2,026	-2,023	-0,33
F-Statistic	4,607	4,447	4,382	4,340	3,294
Prob F-Stat.	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Модел (фиксни/случајни ефекти)	Фиксни ефекти	Фиксни ефекти	Фиксни ефекти	Фиксни ефекти	Фиксни ефекти
Хаусман тест (верој. на X ²)	0,004	0,011	0,01	0,003	0,000

Стандардните грешки се дадени во загради. LEVER = вкупна задолженост, LT = долгорочни кредити, LSLOAN = вкупни банкарски кредити.

*-значајно на ниво од 10%; **-значајно на ниво од 5%; ***-значајно на ниво од 1%.

Моделите од 1 до 3 како зависна променлива ја користат стапката на принос на вкупни средства, пресметана од нето-добивката (НД-ПВС), моделот 4 ја користи стапката на принос на вкупни средства од оперативната добивка (ОД-ПВС), а моделот 5 ја користи стапката на принос на сопствен капитал, пресметана од нето-добивката (ПСК). Бидејќи моделот 4 не ја

користи нето-добивката како зависна променлива, туку оперативната добивка, во него не е вклучена променливата данок на добивка, од причина што данокот на добивка не влијае врз оперативната добивка.

Кај користењето на панел-регресијата едно од клучните прашања е примената на модел со фиксни или варијабилни ефекти. Како индикатор за соодветноста на моделот го користиме тестот на Хаусман. Кај сите варијанти на моделот, Хаусман тестот покажува дека соодветна е примената на модел со фиксни ефекти, чиишто резултати и се прикажани во табелата. Последниот ред од табелата 2 ги содржи коефициентите на веројатност кај Хаусман тестот. Доколку овие големини се пониски од 5%, тогаш соодветна е примената на фиксните ефекти.

Анализа на добиените резултати

Прилагодениот коефициент на детерминација кај сите модели се наоѓа над нивото од 30%, што може да се смета за задоволително. Според овој коефициент, а и според АИС, се чини дека моделот 1 најдобро ја отсликува меѓузависноста на вклучените варијабли.

Како и да е, дискусијата околу добиените резултати не остава простор за многу дилеми. Очигледно е дека ливериџот, односно задолженоста негативно влијае врз профитабилноста, но интересно е дека тоа се гледа само доколку ливериџот се набљудува како вкупен, но не и како долгорочен кредит или како збир на банкарските кредити. Тоа ни зборува дека проблемот, веројатно, не е во висината на каматата, туку, генерално, позадолжените компании остваруваат полоши финансиски резултати Тоа може, покрај каматата, да е предизвикано од помалата доверба на потрошувачите, полошите услови на набавка што ги добиваат од добавувачите или генерално, од положбата организација на работењето, што и довело до тоа да имаат повисока вкупна задолженост.

Уште еден очигледен заклучок е дека големината на компанијата позитивно влијае на нејзината профитабилност. Тоа значи, дека поголемите компании се, во принцип, попрфитабилни од помалите, но треба да се има предвид дека целиот примерок што го употребуваме ги содржи поголемите компании во Македонија, така што за поцелосни заклучоци би требало да се користи поголем примерок.

Еден изненадувачки резултат е негативното влијание на порастот на приходите врз профитабилноста. Тоа би можело да се објасни со недоволната ефективност на маргиналните продажби, т.е. како ситуација во која компаниите го зголемуваат обемот на продажба, но тоа го прават по пониски цени или со полош однос помеѓу продажните цени и цената на чинење. Впрочем, опаѓањето на нето-профитната маржа, прикажано во табела 1, оди во прилог на ова тврдење, кое, сепак, треба да се земе со резерва, поради ниското ниво на сигнификантност и фактот дека не се јавува кај сите варијанти на моделот.

Другите променливи не се јавуваат како значајни, што нè изненадува во случајот на стапката на данок на добивка, бидејќи како антикризна мерка во овој период во Македонија се применуваше оданочување на непризнаените расходи, а не на добивката, така што данокот честопати беше многу низок и немаше директна поврзаност со големината на бруто-добивката. Помалку изненадува ирелевантноста на инвестициите како големина, додека материјалноста на средствата ретко има одраз врз профитабилноста, што се покажа и тука.

Заклучок

Во овој труд направивме анализа на факторите кои влијаат врз профитабилноста, со посебен акцент на влијанието на ливерицот, на примерок од 47 македонски акционерски друштва, претежно котирали на Македонската берза. Користејќи панел регресија, дојдовме до заклучок дека задолженоста има негативно влијание врз профитабилноста, но само доколку се набљудува како вкупен ливериц, а не и како долгорочни кредити или вкупни банкарски кредити. Од ова фактички заклучуваме, дека компаниите што се позадолжени имаат пониска профитабилност, а останува и можноста за повратно влијание на профитабилноста врз задолженоста, т.е. компаниите што помалку заработуваат имаат и помалку сопствени средства, поради што мораат и повеќе да се задолжуваат. Од ова не треба да се сфати дека компаниите што се повеќе задолжени остваруваат пониски добивки од оние што се помалку задолжени, туку дека релативно, дополнителното задолжување што го прават не им носи соодветно повисока добивка. Тоа може да е резултат на погрешна селекција на проекти во

кои се вложени средства или компанијата ја надминала точката до која се зголемува маргиналната добивка од дополнителните продажби, поради што натамошното оптоварување со позајмени средства за да се зголеми обртот на работењето не носи соодветно зголемување на добивката. Друг фактор со влијание врз профитабилноста е големината на компанијата, кај која утврдуваме позитивен знак, додека другите фактори немаат значајно влијание.

Покрај ова, во трудот е утврдено дека, во просек, ливериџот на македонските котиранн акционерски друштва се движи на нивото од околу 35% и не бележи значајни промени во последнве неколку години. Од друга страна, кај профитабилноста забележуваме значајно опаѓање. Мерено преку релативните показатели, таа се преполовува во период од околу 5-6 години.

На крајот, би навеле некои од ограничувањата на ова истражување. Имено, примерокот со кој работиме е релативно мал и, иако ги опфаќа поголемите котиранн и некотиранн акционерски друштва, за посигурни резултати би било неопходно да се употреби поголем примерок од компаниии. Во истиот контекст и периодот за кој се прибрани финансиски податоци е пожелно да биде подолг. Конечно, моделот би можел да се дополни и со нови променливи, како што се траењето на оперативниот циклус, нето-готовинските текови на компанијата или да се вклучат и некои макроекономски варијабли, со цел да се зголеми неговата објаснувачка валидност.

Користена литература:

1. Baird, Philip L., Pinar Celikkol Geylani and Jeffrey A. Roberts, (2012). "Corporate Social and Financial Performance Re-Examined: Industry Effects in a Linear Mixed Model Analysis", *Journal of Business Ethics*, Vol. 109, No. 3: 367-388.
2. Cornett, M., Marcus, A., Tehranian, H. (2008). "Earnings Management, Corporate Governance, and Financial Performance". *Journal of Financial Economics*, 87: 357-373.
3. Deloof M. (2003), "Does Working Capital Management Affect Profitability of Belgian Firms?", *Journal of Business Finance & Accounting*, 30 (3) & (4),
4. Goddard J., Tavakoli M. and Wilson J. (2005). "Determinants of profitability in European manufacturing and services: Evidence from a dynamic panel data", *Applied Financial Economics* (15): 1269-1282.

5. Jensen, M.C. and W.H. Meckling. (1976). "Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, 3: 305-360.
6. Kebewar, Mazen (2013), "The Effect of Debt on Corporate Profitability : Evidence from French Service Sector", *Cahiers économiques de Bruxelles* 56(1):43-59
7. Lazaridis, I., Tryfonidis, D., (2006), "Relationship Between Working Capital Management and Profitability Of Listed Companies In The Athens Stock Exchange", *Journal of Financial Management and Analysis*, Vol. 19, No.1: 26-35.
8. Majumdar, Sumit K., Pradeep Chhibber (1999). "Capital structure and performance: Evidence from a transition economy on an aspect of corporate governance." *Public Choice* 98 (3-4): 287-305.
9. Margaritis D. and Psillaki M. (2007). "Capital Structure and Firm Efficiency", *Journal of Business Finance & Accounting* (Vol. 34): 1447-1469.
10. Modigliani, F. and M. Miller. (1958). "The Cost of Capital, Corporation Finance, and the Theory of Investment", *American Economic Review*, vol. 48: 261-297.
11. Modigliani, F. and M. Miller. (1963). "Corporate Income Taxes and the Cost of Capital: A Correction", *American Economic Review* 53 (3): 433-443.
12. Nunes, P.M., Z. Serrasqueiro, T. Sequeira (2009), "Profitability in Services Portuguese Firms: A Panel Data Approach", *Service Industries Journal*, 29(5), 693-707.
13. Rao N. V., Al-Yahyaee K. H. M. and Syed L. A. M. (2007): "Capital structure and financial performance: evidence from Oman", *Indian Journal of Economics and Business* (7), pp. 1-14.
14. Zeitun R. and Tian G. (2007). "Capital structure and corporate performance evidence from Jordan", *Australasian Accounting Business & Finance Journal* (1): 40-53.

IMPACT OF LEVERAGE ON THE PROFITABILITY OF THE MACEDONIAN COMPANIES

Sasho Arsov, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
sarsov@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

In its current state, the capital structure theory generally accepts that the leverage induced costs reduce the company net-earnings, although the interest payments could through the tax-shield- have a positive impact on the average cost of capital. Although this relationship might at first glance seem simple and intuitively clear, one must have in mind that borrowings are normally made to implement various business ventures. If the net-benefits from these ventures outweigh the costs of debt, the impact of the borrowings on the company profitability will be positive. In order to investigate the impact of leverage on the profitability of the Macedonian companies, we have created a sample of 47 large public companies, predominantly listed on the Macedonian Stock Exchange. We gathered detailed financial data on these companies for the period 2009-2013 and applied a panel regression on the basis of such data. The summary statistics of the sample shows that the average total leverage among the companies analyzed is moderate, at the level of 35%, while their profitability drops significantly during the period in question. The regression results show that the total leverage has a negative impact on profitability, but are not confirmed when long-term debt and total bank borrowings are taken as dependent variables. Among the remaining independent variables, there is a positive relationship between the size of the company and profitability, while the impact of the total fixed asset investments in the previous period, the income tax, and the revenue growth are not statistically significant.

Keywords: *leverage, capital structure, profitability, cost of capital*

УДК: 378.091.322.7:33 (497.7)

ВЕШТИНИ И ЗНАЕЊА НА СТУДЕНТИТЕ НА ДЕПАРТМАНОТ ЗА СМЕТКОВОДСТВО И РЕВИЗИЈА, СОГЛАСНО СО ПЕРЦЕПЦИИТЕ НА СТУДЕНТИТЕ И НА РАБОТОДАВАЧИТЕ

доц. д-р Атанаско Атанасовски
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
atanasko@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Системите на високото образование во европските земји во развој се често критикувани поради тоа што не обезбедуваат за дипломираните студенти доволно знаење и вештини, неопходни за современите услови на пазарот на трудот. Овој труд ги презентира резултатите од анкетното истражување на ставовите и перцепциите на студентите по сметководство и на работодавачите, како што се професионални сметководствени фирми за квалитетот на стекнатите знаења и вештини во рамки на првиот циклус на студии по сметководство и ревизија при Економскиот факултет во Скопје. Според резултатите од истражувањето, студентите сметаат дека низ студиската програма се стекнуваат со повисоки знаења и вештини, додека, за споредба, оценките на работодавачите за квалитетот на стекнатите знаења и вештини се послаби. Овој труд има придонес за подобро разбирање на квалитетот на образовниот процес и има за цел да помогне во усовршувањето на студиските програми по сметководство во иднина.

Клучни зборови: *сметководствено образование, вештини, знаења, јаз во перцепција.*

1. Вовед

Брзите промени во информационите технологии и глобализацијата на бизнисот во меѓународни рамки во изминатите дваесетина години значајно го промени деловното опкружување на модерните организации. Организациите сега треба да работат во услови кои се карактеризираат со пократки животни циклуси на производите и краткотрајни конкурентски предности, зголемена неизвесност и комплексност на деловните ризици. Дел од овие процеси резултираа во зголемени регулаторни притисоци и промени во финансиското известување (Albrecht и Sack, 2000). Должничката криза еруптираше во Еврозоната во 2009 година, каде многу земји се решија да преземат мерки на штедење, што несомнено имаше придонес за продлабочување на проблемот на невработеноста кај помладата популација со сериозни долгорочни последици на индивидуално и општествено ниво. Стапките на невработеност кај младите (категирија која ги опфаќа сите до 25 години старост) достигна просечно ниво од 23,6% во земјите членки на Европската унија во првиот квартал од 2013 година. Кај некои европски земји овој проблем е уште повеќе нагласен, како, на пример, Грција со стапка од 58,3% и Шпанија со 55,5% (Eurostat, 2013). Слична е ситуацијата и во Република Македонија, каде стапката на невработеност на младите постојано се одржува на ниво од 50% во текот на 2013 и 2014 година (Државен завод за статистика, 2015). Многу аналитичари сметаат дека транзицијата на младите од училишните клупи до работните места станува сè подолга, покомплексна и тешка (Schoon & Silverstein, 2009).

Во последните две декади сметководственото образование беше многу критикувано поради неуспехот да одговори на потребите да развива вештини кои се непходни за денешното динамично деловно опкружување. Многу студии, повеќето спроведени во земји кои имаат развиен образовен систем, како што се Велика Британија, Соединетите Американски Држави или Австралија, обезбедуваат емпириски докази за неадекватен квалитет кај дипломираните студенти по сметководство и перцепции кај професионалните сметководители дека сметководственото образование е застарено или нерелевантно во контекст на пазарните потреби (Albrecht and Sack 2000; Gabbin, 2002; de Lange et al., 2006). Според Howieson (2003), новиот милениум ќе води кон поголеми промени во сметководствената практика, со цел да се одговори на променливото деловно опкружување,

што исто така ќе влијае и на современото сметководствено образование.

Голем број на студии кои ја истражуваат улогата на вештините во сметководствената едукација, се фокусирани на јазот во очекувањата на работодавачите за она што сметаат дека е потребно за кариера во сметководството и она што студентите сметаат дека е потребно за работното место (Carver and King, 1986; Francis & Minchington, 1999; Leveson, 2000; Hassall et al., 2003; Lin et al, 2005; de Lange & Jackling, 2009). Кај дипломираните студенти по сметководство идентификуван е јаз во комуникационите вештини и вештините за решавање на проблеми кои се очекуваат од страна на професијата врз основа на резултатите од спроведените анкети. Според Albrecht (2002), моделот на сметководствено образование е потребно да се промени во насока на поголем развој на вештини за критичко и аналитично размислување, работа со технологија, комуникација и тимска работа. Овие вештини треба да им овозможат на дипломираните студенти полесно да ги започнуваат и да напредуваат во своите кариери во сметководствената професија.

Во Македонија, програми на прв циклус на универзитетски студии со насоченост во областа на сметководството се реализираат на три државни факултети. Најголем број на студенти ја посетуваат програмата на депарتمانот за сметководство и ревизија при Економскиот факултет на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје. Целта на овој труд е да ги истражи перцепциите на двете фокус групи, студентите на депарتمانот за сметководство и ревизија и работодавачите од професионалните сметководствени фирми, во врска со квалитетот на програмата за сметководство и ревизија на најдобро рангираниот универзитет во државата, но и да го оцени успехот на оваа програма во развивањето на потребните вештини кај студентите. Исто така, во истражувањето се анализираат ставовите на студентите, наспроти тие на работодавачите за најважните вештини, потребни за работното место од групата на вообичаени вештини кои сметководителите ги развиваат во текот на својата кариера.

2. Преглед на литературата

Современите предизвици кои произлегуваат од глобализираното и динамично деловно опкружување, изискуваат промени во компетенциите

кај сметководителите. Како што сметководствената професија настојува да ги продлабочи знаењата и техничките способности на квалификуваните сметководители, со цел за поголема ефективност во рамките на современиот деловен модел, така вештините кои не се од техничка, сметководствена природа стануваат подеднакво важни. Професорите по сметководство играат важна улога во подготовката на студентите не само на ниво на техничко владеење на сметководствените знаења, туку исто така да ги запознаат со непосредните потреби од вештини и компетенции на различните групи на потенцијални работодавачи. Меѓутоа, мошне често професионалните сметководители ги критикуваат недоволните активности на професорите во поглед на насоките за кариерата и практичните вештини кои ги демонстрираат на студентите (Carver & King, 1986). За да можат професорите да бидат ефективни кога ги советуваат студентите за шансите полесно да се вработат и да започнат кариера во професионална сметководствена фирма, треба да бидат запознаени со ставовите и перцепциите на студентите, но и со очекувањата на работодавачите во врска со значењето на одредени квалитети и карактеристики на студентите.

Одредени истражувања обезбедуваат докази дека ставовите на студентите во врска со значењето на генеричките вештини за работното место во сметководството се менуваат и созреваат како студентите се ближат кон завршување со студиите (Reed and Kratchman, 1989). Независно од созревањето на перцепциите, сè уште може да се смета дека постои јаз во ставовите на студентите и на работодавачите во врска со потребните вештини за работното место. На пример, Nassal и други (2003) спроведуваат истражување во кое од работодавачите бараат да прегледаат листа од 22 вештини и да ги оценат во поглед на тоа колку се тие важни за сметководителите, но и да ги оценат дипломираните студенти според тоа колку ги поседуваат овие вештини. Според работодавачите, вештината на вербално комуницирање е најважна, додека испитуваните студенти според значењето ја рангирале на 12-то место, што е своевиден показател за јазот во перцепциите и во ставовите на овие две групи.

Според Kim и други (1993), најважните три критериуми според кои работодавачите ги селектираат кандидатите со сметководствено образование се: демонстрираната мотивација и интересот на кандидатот за работата, личните квалитети и комуникациските вештини. Според анализираните студенти, работодавачите би ги селектирале во зависност од постигнатиот

просечен успех во текот на студиите, па понатаму во зависност од личните квалитети и комуникациските способности. Слични констатации дава и Leveson (2000) кој вели дека во деловниот свет способноста за вербална комуникација е клучна вештина, додека на универзитетите повеќе се нагласува способноста за добра писмена комуникација.

Понатаму, во своите истражувања Lee и Blaszczyński (1999), констатираат дека работодавачите очекувале студентите по сметководство во текот на нивните студии да ги развијат не само техничките сметководствени вештини на подготовка и користење на сметководствени информации, туку и вештините поврзани со способноста за комуникација, работа во групи, решавање на секојдневни ситуации и проблеми, користење на компјутери и сл.

Ако се анализираат и сумираат повеќето истражувања за јазот во перцепциите меѓу студентите и работодавачите во поглед на потребните вештини за работното место, несомнено може да се заклучи дека јаз постои и дека надминувањето на овој јаз може да придонесе за подобро разбирање на потребите во образовниот процес и унапредување на сметководственото образование во XXI век. Имено, според повеќе автори, тесно утврдената содржина на традиционалните студиски програми за сметководство треба да се осовремени по пат на вклучување на повеќе мултидисциплинарни предметни дисциплини во областа на бизнисот, менаџментот и други општествени-хуманистички области. Менувањето на фокусот, од учење за сметководствени технички знаења кон повеќе вештини, бара промени во вообичаената педагошката методологија преку која се реализира студиската програма. Во неа треба да се вклучат иновативните методи на учење, како што се анализа на случаи, играњето на улоги од сметководствената пракса, анализи на информации, реални задачи со одредени фирми, задачи кои инволвираат информатичка технологија, итн. (Albrecht и Sack, 2000; Cummings и други, 2001; Burnett, 2003). Поттикнувањето на студентите активно да се вклучат во сопствената едукација и градење на вештини покрај собирањето на знаење е клучно за целокупниот успех на реформата на сметководственото образование.

3. Методологија

Со цел да ги истражам перцепциите на студентите и на работодавачите за квалитетот на програмата за сметководство и ревизија при Економскиот факултет во Скопје и нејзиниот успех во развивањето на вештините кај студентите, потребни за работното место, се одлучив да спроведам анкетно истражување. Анкетен прашалник дистрибуирав до двете фокус групи на истражувањето: студенти на департаментот за сметководство и ревизија во завршна година на студии и работодавачи претставени преку професионалци вработени во сметководствено-ревизорски фирми во земјата кои биле активно вклучени во процесот на интервјуирање и регрутирање. Првиот дел од прашалникот содржеше прашања кои се однесуваат на личните карактеристики на анкетираниите, додека вториот дел содржеше прашања кои се однесуваат на знаењата и вештините, каде оценката на програмата се вршеше со помош на Ликерт скала со 5 опции (од 1- низок до 5- висок квалитет).

Во однос на вештините и знаењата кои беа предмет на интерес и анализа, идентификував 26 различни вештини, групирани во неколку групи, како комуникациски вештини, вештини за решавање на проблеми, тимска работа, вештини со ИТ технологија, персонални и интерперсонални вештини, технички и организациони вештини. Во составувањето на листата и во идентификувањето на релевантните вештини користена е поширока литература за овој вид на истражувања и вештините кои се притоа идентификувани (Albrecht and Sack, 2000; Hassal et al, 2003; Lin et al, 2005). Со цел да се оценат ставовите на студентите и на работодавачите за основните области на знаење, потребни за работното место и квалитетот на стекнатите знаења на студентите во овие области, беше утврдена листа од 12 предметни дисциплини кои се предаваат на соодветна програма.

Откако анкетираниите испитаници од двете групи завршија со давањето оценки за програмата и нејзиниот успех во стекнувањето на секоја од 26-те анализирани вештини, испитаниците беа замолени да утврдат кои се најважните вештини за работно место кои се бараат кај кандидатите и да ги рангираат петте најважни вештини, давајќи им ранг од 1 до 5. Ваквиот пристап е соодветен и е користен често во претходни истражувања во светски рамки. Во ситуација кога ставките кои треба да се рангираат се повеќе (во нашиот случај 26), Guilford (1954) предлага да се прави ранг на петте или

десетте најважни ставки наместо размислување за сите, со цел подобро да се расудува и да се донесуваат поиздржани заклучоци со анализата.

Со анкетите беа опфатени 144 студенти од завршна година на додипломските студии по сметководство и ревизија при Економскиот факултет во Скопје. Само студенти на оваа програма беа опфатени во истражувањето поради разликите со другите програми на прв циклус на студии по сметководство во државата, но и имајќи во предвид дека неа ја посетуваат најмногу студенти и најчесто се користи за регрутација од страна на сметководствените фирми. Вкупно 127 пополнети прашалници беа вратени од анкетираниите студенти, од кои 6 беа исклучени во понатамошната анализа поради недостиг од одредени податоци во прашалниците. Исто така, прашалникот беше споделен со 38 вработени во сметководствени фирми, притоа тој беше пополнет од 25. Врз основа на процентите на вратени прашалници од 84% и 66%, сметам дека понатамошната анализа на одговорите е издржана за носење на заклучоци.

Согласно со дадените оценки во анкетите, беше пресметан просечен резултат за секоја вештина или предметна област (знаење), по што уследи споредување на просечните резултати помеѓу двете различни групи испитаници и утврдување на статистичката значајност на разликите со помош на Mann-Whitney тестот. Овој тест е најадекватен во случај кога податоците за квалитетот на стекнатите вештини имаат асиметричен распоред во примерокот, што се покажа со помош на тестовите на закривеност и краевите на дистрибуцијата на оценките.

4. Резултати од истражувањето

Во табела 1.1 се претставени резултатите од истражувањето на перцепциите на студентите по сметководство и на работодавачите за квалитетот на стекнатите вештини во текот на студирањето. Како што може да се анализира, постојат значајни разлики во перцепциите помеѓу двете анкетирани групи за најголемиот број на анализирани вештини. Во просек и кај сите вештини без исклучок, работодавачите давале помали оценки за квалитетот на стекнатите вештини на студентите од оценките што самите за себе ги давале студентите. Тоа говори за фактот дека задоволството на работодавачите од квалитетот на вештините кои студентите ги поседуваат не

е така големо, со поголем простор за унапредувањето на образованието. Од друга страна, самите студенти можеби и погрешно сметале дека поседуваат доста високо ниво на вештини, потребни на пазарот на трудот. Во целина земено за двете групи, мнозинството просечни оценки за квалитетот на стекнатите вештини се движат во рамките од 3 до 4, односно средно или поголемо ниво на квалитет.

Според просечните оценки, студентите имаат најслаби знаења поврзани со локалното законодавство, вештините на креативно размислување и решавање проблеми, но и во областа на маркетингот и односите со клиентите. Од друга страна, најдобри вештини студентите стекнале за групна работа и разбирање на групна динамика, владеештето на странски јазици и етичко однесување. Најголеми разлики во перцепциите и во ставовите на двете групи, кои истовремено се покажаа и како статистички значајни, се поврзани со знаењата на кандидатите во областа на финансиите, вештините на ефективно слушање и презентација, самоиницијативата, како и преговарачките вештини.

Табела 1.1 Квалитет на стекнатите вештини во текот на студирањето според анкетираниите студенти и работодавачи

<i>Технички вештини</i>	Студенти	Работодавачи	Разлики	Mann-Whitney
Финансиско сметководство	3.82	3.12	0.70 *	.000
Знаење за ревизорски процедури	3.70	3.24	0.46 *	.014
Знаење за локална регулатива	3.17	3.00	0.17	.460
Знаење во финансии	3.81	2.96	0.85 *	.000
Сметководство на трошоци, управувачко	3.95	3.16	0.79 *	.000
Нумерички вештини	3.91	3.24	0.67 *	.005
ИТ вештини и знаење	3.74	3.36	0.38	.094
Аналитички вештини, критичко размислување и решавање проблеми	Студенти	Работодавачи	Разлики	Mann-Whitney
Анализа на информации	3.44	3.16	0.28	.167
Вештини за носење одлуки	3.44	3.40	0.04	.911
Критичко размислување	3.51	3.12	0.39 *	.030

Решавање на проблеми	3.83	2.96	0.87	*	.000
Креативно размислување	3.62	2.96	0.66	*	.001
Комуникациони вештини	Студенти	Работодавачи	Разлики		Mann-Whitney
Писмена комуникација	3.45	2.96	0.49	*	.026
Вербална комуникација	3.60	3.52	0.08		.130
Ефективно слушање	3.83	2.88	0.95	*	.000
Презентациони вештини	4.00	3.08	0.92	*	.000
Странски јазици	3.96	3.92	0.04		.818
Персонални вештини	Студенти	Работодавачи	Разлики		Mann-Whitney
Лични карактеристики	3.99	3.68	0.31	*	.032
Лидерство	3.65	3.56	0.09		.537
Самоиницијатива	3.61	2.84	0.77	*	.000
Етичко размислување и делување	3.98	3.96	0.02		.644
Активна вклученост во доживотно учење	3.68	3.80	0.12		.895
Интерперсонални	Студенти	Работодавачи	Разлики		Mann-Whitney
Преговарачки вештини	3.64	2.80	0.84	*	.000
Маркетинг/односи со клиенти	3.07	2.60	0.47	*	.027
Разбирање на групна динамика	3.73	3.84	0.11		.990
Тимска работа	4.45	3.80	0.65	*	.000

5. Заклучок

Современата улога на универзитетското образование, вклучувајќи го тука и сметководственото образование на факултетите, е да ги подготви студентите за барањата на работното место и да им овозможи полесен влез во професијата преку развој на нивните вештини, потребни за почетокот на кариерата. На тој начин се зголемуваат можностите за полесно вработување на кадар без поголемо работно искуство и се надминува еден од најгорливите проблеми на многу земји во развој како Република Македонија, невработеноста на младите. Моето истражување користеше методологија на анкетирање на студентите и на работодавачите, со цел да се утврди квалитетот на програмата за сметководство и ревизија на

прв циклус на студии при Економскиот факултет во Скопје. Резултатите од истражувањето покажуваат помало задоволство на работодавачите од квалитетот на стекнатите вештини и знаења во текот на студиите во споредба со ставовите и перцепциите на самите студенти.

Истражувањето покажа значајни разлики во ставовите и перцепциите на студентите и на работодавачите во поглед на квалитетот на стекнатите знаења во областа на финансиите, како и стекнатите вештини за креативно размислување и решавање на проблеми, комуникациски вештини на ефективно слушање и презентирање и интерперсонални вештини на преговарање.

Стектнатите сознанија од овој труд може да придонесат за унапредување на програмата на прв циклус на студии по сметководство и ревизија на Економскиот факултет во Скопје преку идентификување на областите на знаење и видовите на вештини за кои се потребни повеќе активности за зголемување на квалитетот. Ограничување на овој труд е што не се анализира посебно важноста на секоја вештина или област на знаење за работното место, што може да придонесе за зголемување на ефективноста на студиската програма и фокусиран избор на наставна методологија, неопходна за развој на релевантни вештини и знаења.

Користена литература:

1. Albrecht, W. Steve, Robert J. Sack, (2000): "Accounting education: charting the course through a perilous". *Accounting Education Series*. Vol.16. pp.1 - 72.
2. Albrecht, W. Steve, (2002): "Accounting Education on the Edge" *BizEd*. March–April. pp.40 - 45.
3. Burnett, S., (2003): The future of accounting education: a regional perspective. *Journal of Education for Business*. 78 (3). p.129–134.
4. Carver Jr., R., King, T.E., (1986): "Attitudes of accounting practitioners towards accounting faculty and accounting education", *Journal of Accounting Education*. Spring. pp.31 - 43.
5. de Lange, P., Jackling, B., Gut, A., (2006): "Accounting graduates' perceptions of skills emphasis in undergraduate courses: an investigation from two Victorian Universities", *Accounting and Finance*, Vol. 46, No. 3, pp.365 - 386.
6. Eurostat, (2013): *Europe in Figures, Eurostat Yearbook 2013*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European communities.

7. Gabbin, A.L., (2002): "The crisis in accounting education", *Journal of Accountancy*, Vol. 193, No. 4, pp.81 - 86.
8. Graham, F., Minchington, C. (1999): "Quantitative Skills: Is There An Expectation Gap Between The Education And Practice Of Management Accountants?", *Accounting Education: An International Journal* Vol. 8, No. 4, pp. 301 - 319.
9. Guilford, J.P., (1954): *Psychometric Methods*. MacGraw Hill, New York.
10. Hassall, T., Joyce, J., Montano, J., Donoso Anes, J.A., (2003): "The Vocational Skills Gap For Management Accountants: The Stakeholders Perspectives", *Innovations in Education and Teaching International*, Vol. 40, No. 1, pp. 78 – 88.
11. Howieson, B., (2003): "Accounting practice in the new millennium: Is accounting education ready to meet the challenge?", *The British Accounting Review*, Vol. 35, pp. 69 - 103.
12. Jun, L.Z., Xiong, X., Liu, M., (2005): "Knowledge base and skill development in accounting education: Evidence from China", *Journal of Accounting Education*, Vol. 23. pp. 149 – 169.
13. Kim, T.S., Ghosh, B.C., Meng, L.A., (1993): "Selection criteria: Perception gap between employers and accounting graduates", *Singapore Accountant*, Vol. 9, No. 4, pp. 32 - 33.
14. Leveson, L., (2000): "Disparities in perceptions of generic skills: academics and employers", *Industry and Higher Education*, Vol. 14. pp. 157 - 164.
15. Reed, S.A., Kratchman S.H., (1989): "A longitudinal and cross-sectional study of students' perceptions of the importance of job attributes", *Journal of Accounting Education*, Vol. 7, No. 2, pp.171 - 193.
16. Schoon, I., Silberstein, K.R., (2009): *Transitions to work – Globalization, individualization and patterns of delivery*. Cambridge: Cambridge University Press.
17. State Statistical Office (2015): *Labour Market- News release Q4 2014, no. 02.1.15.04*, State Statistical Office of RM website, <http://www.stat.gov.mk/pdf/2015/2.1.15.04.pdf>; accessed 15.03.2015

SKILLS AND KNOWLEDGE OF ACCOUNTING & AUDITING STUDENTS ACCORDING TO THE PERCEPTIONS OF STUDENTS AND EMPLOYERS

Atanasko Atanasovski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia

atanasko@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Higher education systems in the European developing countries are usually criticized for the lack of sufficient knowledge and skills set of graduates required for the contemporary conditions of the labor market. This paper presents the results of the survey conducted to assess the attitudes and perceptions of accounting students and employers such as professional accounting firms regarding the quality of the knowledge and skills acquired during undergraduate studies in accounting and audit at the Faculty of Economics in Skopje. According to the results of the survey study, students think that the study programs help them acquire better knowledge and skills set; in contrast, employers assessed the quality of the knowledge and skills set acquired as lower. This paper contributes to greater level of understanding of the quality of the education process and its objective is to assist in the development of future accounting study programs.

Key words: *accounting education, skills, knowledge, perception gap.*

УДК: 657.6-051-057.54: 174 (497.7)657.6-057.875: 174 (497.7)

ПРОФЕСИОНАЛНИОТ СКЕПТИЦИЗАМ И ВЕШТИНИТЕ ЗА ОТКРИВАЊЕ НА ИЗМАМИТЕ ВО РЕВИЗИЈАТА – СТУДЕНТИ ПО СМЕТКОВОДСТВО, НАСПРОТИ НАДВОРЕШНИ РЕВИЗОРИ

проф д-р Зорица Божиновска Лазаревска
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
zoricab@eccf.ukm.edu.mk

м-р Марија Димитриевска
Ревизорско тело за ревизија на инструментот за претпристапна помош
marijadimitrievska@yahoo.com

Апстракт

Во услови на глобални финансиски кризи и откривање финансиски скандали кај големи корпорации во светски рамки, се зголемува свеста кај јавноста за одговорноста на ревизијата во откривање и спречување измами. Интересот се насочува кон значајната улога на професионалниот скептицизам при ревидирањето на финансиските извештаи и неговата соодветна примена. Појавената загриженост поради практикување недоволен и несоодветен ревизорски скептицизам доведе до развивање на мноштво дебати за улогата на професионалниот скептицизам и давање предлози како да се подобри неговата примена во ревизорската практика. И покрај важноста на професионалниот скептицизам, во ревизорската литература не постои консензус и емпириски податоци како се мери скептичноста и како таа влијае врз однесувањето на ревизорите. Во овој труд се направи напор во дефинирањето, концептуализирањето и во мерењето на професионалниот скептицизам. Притоа, се идентификуваа заканите за самиот концепт и потенцијалните можности, односно конкретни мерки и активности за унапредување на практикувањето на ревизорскиот скептицизам во текот на ревизијата на финансиските извештаи, а во функција на подобрување на нејзиниот квалитет. Со цел да

се даде одговор на прашањето дали поседувањето одредено индивидуално ниво на скептицизам кај поединецот влијае на неговото однесување кон факторите на измама при спроведувањето на ревизорските ангажмани, се спроведе експериментално истражување на две групи испитаници: студенти од четврта година на студиската програма Сметководство и ревизија на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје и надворешните ревизори во Република Македонија.

Клучни зборови: *доверба, сомнеж, професионален скептицизам, измами, професионално расудување.*

Вовед

Во услови на глобални финансиски кризи, а по откривање финансиски скандали кај големи корпорации во светски рамки (Enron, WorldCom и други), се зголемува свеста кај јавноста за одговорноста на ревизијата во откривање и спречување измами и интересот се насочува кон значајната улога на професионалниот скептицизам при ревидирањето на финансиските извештаи и неговата соодветна примена.

Во последните јавни искази, регулаторите, надзорните тела, изготвувачите и поставувачите на ревизорските политики и другите заинтересирани страни кои работат во ревизорската арена во корист на јавниот интерес, ги повикуваат ревизорите да манифестираат повисоко ниво на професионален скептицизам во спроведувањето на ревизорските ангажмани. Воедно, ги повикуваат да ги предизвикаат претпоставките и мислењата или одлуките на раководството на субјектите на ревизија при формирање независни погледи, како и да преземат чекори за понатамошно унапредување на културата на ревизорската фирма и деловното опкружување, кои ќе поттикнат манифестирање повисоки нивоа на професионален скептицизам.

Практикувањето на професионалниот скептицизам помага во зголемувањето на ефективноста на ревизорските ангажмани и ја намалува можноста ревизорот да избере и да употреби несоодветна ревизорска процедура или погрешно да ги протолкува прибавените сознанија при

спроведувањето на ревизијата.

Оттаму, ревизорските стандарди бараат професионалниот скептицизам да биде применет во текот на целиот ревизорски ангажман од страна на секој индивидуален ревизор од тимот.

Дефинирање и третман на професионалниот скептицизам во професионалната регулатива во ревизорската професија

Кога се разгледува дефинирањето на професионалниот скептицизам во ревизорските стандарди и академската литература, се наидува на поврзани, но, сепак, различни дефиниции. Меѓународните ревизорски стандарди потенцираат испитувачки ум и критичка проценка на ревизорските докази. Сепак, поимите како „испитувачки ум“ и „критичка проценка на ревизорските докази“ се до одреден степен двосмислени и оставаат простор за интерпретација за тоа што претставува соодветно ниво на испитувачко или на критичко проценување и како таквото однесување е демонстрирано и документирано во опкружување кое се карактеризира со различни ризици на ниво на тврдења за класи на трансакции, салда на сметки и обелоденувања.

Ревизорската литература опишува различни перспективи, поврзани со концептот на професионален скептицизам. Раните ревизорски стандарди предлагаат „неутрален пристап“ кон скептицизмот, додека, пак, поновите стандарди го промовираат пристапот на „пресумптивен сомнеж“. Од неутрална перспектива, ревизорот „не претпоставува никаква пристрасност, *ex ante*“ (Nelson 2009, p. 3) и може да се смета дека ќе го оцени секој доказ еднакво (Hogarth & Einhorn 1992; Vamber, Ramsay & Tubbs 1997). Обратно, перспективата на пресумптивен сомнеж претпоставува некој одреден степен на нечесност од страна на раководството на клиентот, сè додека не се прибере доволен доказ кој ќе упати на спротивното (Nelson 2009).

Постоењето различни пристапи и перспективи во дефинирањето на професионалниот скептицизам резултира во различни практики.

Отсуството на јасна насока и упатство за практична примена за тоа кои однесувања и дејствувања претставуваат соодветен професионален скептицизам при ризични сценарија за различни тврдења, води до различни погледи, практики и мислења. Во такво опкружување, разбирливо е

набљудувачите, професионалците и регулаторите да не се согласуваат меѓусебно. Секоја од различните перспективи или начини на размислување кои се однесуваат на професионалниот скептицизам има импликации врз ревизорската ефективност и, потенцијално, врз ефикасноста. Проблемот со која било перспектива е дека секоја од нив е некомплетна во практичното ревизорско опкружување и никоја, под сите услови, не е нужно оптимална.

Концептуализирање и мерење на професионалниот скептицизам

Во рамките на истражувањата кои се однесуваат на професионалниот скептицизам, постои недостиг од јасно разбирање за тоа што го сочинува професионалниот скептицизам како концепт. Токму поради тоа, постојат тешкотии во споредувањето на различните истражувања во академската литература или во изнесувањето заклучоци за нив. Неколку автори со своите истражувања заземале централно место во академската литература во контекст на концептуализирањето на професионалниот скептицизам, посебно во дефинирањето на факторите кои можат да имаат влијание врз него.

Shaub (1996) и Shaub & Lawrence (1996) се обиделе да адаптираат модел од конфликтната литература во контекст на ревизијата. Моделот е базиран до одреден степен на нереалистична претпоставка дека професионалниот скептицизам е идентичен со сомнежот како поим и дека довербата е едноставно недостиг на сомнеж. Основата на моделот е дека однесувањата на поединецот во однос на довербата и сомнежот резултираат од субјективната оценка за доверливоста на другите. Субјективната доверба или сомнеж е резултат на перцепцијата на поединецот за мотивите и/или компетенциите на другите. Овие перцепции можат да варираат врз основа на претходното искуство, ситуациските фактори или како резултат на диспозициските фактори кои го карактеризираат поединецот кој има доверба (Кее & Кнох 1970).

Hurtт, во соработка со Eining & Plumlee (2001), презентира теоретски модел на професионалниот скептицизам кој се заснова на психолошката и на филозофската литература за методолошкиот скептицизам. Нивниот модел сугерира дека професионалниот скептицизам е повеќедимензионална творба, составена од 6 (шест) индивидуални карактеристики: љубопитност,

самодоверба, меѓусебно разбирање, испитување, одлучност и внимателно разгледување. Шесте карактеристики на скептикот водат кон четири специфични ревизорски однесувања: 1) зголемена потрага по информации; 2) зголемена детекција на противречности; 3) зголемено генерирање алтернативни решенија; 4) проширување на проверката и испитувањето на меѓусебните информации.

Nelson (2009) дава преглед на прост модел на професионален скептицизам кој ја интегрира постоечката литература која се однесува на професионалниот скептицизам и кој илустрира како ревизорското знаење, особини и стимулации се комбинираат со ревизорскиот доказ, со цел да се даде професионално расудување и да се остварат акции кои го рефлектираат професионалниот скептицизам. Во моделот, 3 (три) фактори се комбинираат со ревизорскиот доказ, со цел да се влијае врз професионалните расудувања и активности на ревизорите: знаење, особини (карактерни) и стимулации.

Имајќи ги предвид различните карактеристики на скептицизмот, се овозможува идентификација на повеќе фактори кои влијаат позитивно и ги поттикнуваат скептичните расудувања и одлуки:

1) *Меѓучовечка доверба*

Ревизорските истражувања во голем дел ја разгледуваат ревизорската скептична природа како антитеза на довербата (Cushing 2000; Choo & Tan 2000; Payne & Ramsay 2005, p. 324; Shaub 1996; Shaub & Lawrence 1996; Shaub & Lawrence 1999). Сепак, некои истражувања ја третираат и ја опишуваат довербата како еден од многуте аспекти на ревизорската скептична природа (Hurttt1999; Hurtt *et al.* 2003a; 2008; Rose 2007). Основната идеја е дека ако ревизорот има пониско ниво на меѓучовечка доверба се претпоставува дека е повеќе скептичен (Shaub 1996; Hurtt 2007).

2) *Одложување на расудувањето додека не се добијат цврсти докази и потреба за затворање на одредено прашање*

Одложувањето на расудувањето е нотирано од страна на повеќе автори како една од главните карактеристики на скептиците (Bunge 1991; Kurtz 1992; Hurtt *et al.* 2003a). Одложувањето на расудувањето се претпоставува дека е обратно пропорционално на потребата за когнитивно затворање одредено прашање. Kurtz потенцира дека „одложувањето на расудувањето... е потребна состојка на скептичното истражување“ (1992, p. 41). Според Bunge (1991, p. 131), „скептиците не го прифаќаат наивно првото што ќе го видат или ќе го помислат, тие не се лесноверни. Ниту, пак,

се неофобични. Тие се едноставно критични, тие сакаат да видат доказ пред да почнат да веруваат“. Скептиците посебно го одложуваат расудувањето за она кое претходно не било проверено (Bunge 1991, p. 132). Скептиците продолжуваат да прибираат докази, сè додека не постои ни една разумна личност која ќе се сомнева во дадениот исказ (Kurtz 1992, p. 132).

3) *Локус на контролата или место на контролата*

Надворешниот, или екстерен, локус на контролата се заснова на верувањето дека на резултатите не може да се влијае преку напорите кои ги прави одреден поединец, додека внатрешниот, или интерен, локус на контролата го претставува верувањето дека резултатите се зависни од индивидуалните акции (Lefcourt 1991, p. 414). Лицата кои имаат повеќе екстерен локус на контрола се нарекуваат „екстерни“, додека оние кои имаат повеќе внатрешен локус на контрола се нарекуваат „интерни“. Истражувањата покажуваат дека екстерните лица може полесно да се убедат и имаат поголема тенденција за потврдување и за прифаќање на информациите, за разлика од интерните лица.

4) *Сеопфатна скала за мерење на професионалниот скептицизам*

Потребата од развивање специфична скала за мерење на професионалниот скептицизам е подвлечена од страна на повеќе автори (на пример, Choo & Tan 2000; Hurtt 2001, 2003, 2007). Hurtt (2001) развива инструмент каде што одвојува три сета на карактеристики на скептицизмот од филозофската литература, ревизорските стандарди и постоечката литература за скептицизмот во ревизијата: (1) испитување на доказите; (2) разбирање на изворите на доказите; (3) преземање активности врз основа на доказите. Овие три сета на карактеристики, заедно го одредуваат вкупното ниво на професионален скептицизам. Постои одреден емпириски доказ дека резултатите, постигнати на оваа скала се поврзани со скептичното однесување (Hurtt *et al.* 2008; Popova 2006; Fullerton & Durtschi 2004).

Методологија и резултати од спроведеното истражување

Во рамките на овој труд се направи истражување кое имаше цел да го квантифицира професионалниот скептицизам како особина кај две целни групи, студенти по предметот Интерна ревизија на Економскиот факултет при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје и надворешните

ревизори во јавниот и во приватниот сектор и таа квантифицирана особина да ја стави во корелација со однесувањето на односната група во ситуации кои индицираат појава на симптоми на измами при спроведувањето на ревизорски ангажман.

Истражувањето беше конципирано во два дела. Во првиот дел требаше да се даде одговор за степенот на професионалниот скептицизам кој го носи во себе, како особина, секој испитаник посебно. Вториот дел од истражувањето требаше да даде одговор на прашањето дали испитаниците, кои презентирале повисоко ниво на професионален скептицизам, презентираат и поголема желба за прибирање повеќе информации кога ќе се сретнат со симптоми на измама во однос на испитаниците, кои презентирале пониско ниво на професионален скептицизам.

Во првиот дел од истражувањето се користеше составен прашалник според скалата за професионален скептицизам на Hurrт (2003), која се состои од 30 (триесет) прашања. На прашањата требаше да се даде одговор кој покажува како испитаникот се чувствува генерално. Можеше да се избере од „1“ – Воопшто не се согласувам со исказот до „6“ - Целосно се согласувам со исказот, даден во прашалникот.

Во вториот дел од истражувањето се користеше скалата за индикатори на измама, развиена од страна на Fullerton & Durtschi (2004). Скалата се состои од 38 (триесет и осум) прашања на кои се бараше одговор. Сите прашања беа поделени во 9 (девет) групи, односно категории на индикатори на измама: корпоративни култури со висок степен на измама, дискутабилни односи со надворешни страни, финансиски притисок, можности за измама, лични симптоми, лични рационализации, демографски индикатори, индикатори за сметководствена практика и индикатори за финансиските извештаи. На прашањата требаше да се даде одговор кој покажува до кој степен („1“ - Не, воопшто..., „6“ - Да, премногу) би сакал испитаникот да го прошири опфатот на неговото истражување за информации ако се согледаат одредени ситуации, индикатори за измама, при спроведувањето на ревизорскиот ангажман.

Прашањата беа преведени од англиски на македонски јазик и се одговараше на македонски јазик.

Во истражувањето не беа користени демографски прашања.

Пристапот на истражувањето беше дескриптивен. Еднонасочна анализа на варијанса (ANOVA) беше користена како статистички модел

при анализа на податоците, користејќи IBM SPSS Statistics, верзија 2.1. Со ANOVA се изврши анализирање на прибраните податоци, со цел да се споредат одговорите на целната група во однос на нивото на професионален скептицизам со одговорите дадени во однос на црвените знамиња при откривање на измами.

Преку Cronbach alpha беше тестирана внатрешната релијабилност на истражувањето.

Популација кај првата целна група беа студенти по предметот Интерна ревизија од четврта година на студиската програма Сметководство и ревизија на Економскиот факултет – Скопје. Прашалниците беа доставени до 147 (сто четириесет и седум) студенти, во хартиена форма. Вкупниот број валидни испитаници, на чии одговори се изврши анализа, беше 106 (сто и шест) испитаници.

Популација кај втората целна група беа надворешните ревизори, вклучувајќи ги и државните ревизори од Државниот завод за ревизија на Република Македонија, како и ревизорите на инструментот на претпристапна помош (ИПА) во рамките на Ревизорското тело за ревизија на ИПА во Република Македонија. Прашалниците беа испратени по електронски пат, користејќи ја веб-страницата Surveyplanet (www.surveyplanet.com), на и-мејл адреси. На прашалниците одговорија вкупно 62 (шеесет и двајца) испитаници.

Одговарањето на прашањата кај двете групи испитаници беше анонимно, а сите прибрани информации се искористени за потребите на ова истражување.

Cronbach алфа за двата инструмента беше пресметана со помош на IBM SPSS Statistics, верзија 2.1. Кај студентите како испитаници, вкупниот алфа коефициент за инструментот на Hurrт (2003) изнесува 0.862, а за инструментот на Fullerton & Durtschi (2004), 0.938. Кај надворешните ревизори како испитаници вкупниот алфа коефициент за инструментот на Hurrт (2003) изнесува 0.795, а за инструментот на Fullerton & Durtschi (2004) изнесува 0.923.

Врз основа на аритметичката средна вредност на поединечните одговори во однос на првиот дел од прашалникот, испитаниците беа поделени како високо скептични и ниско скептични.

Кај студентите, поделбата се изврши врз основа на средната вредност од 4.4047 за сите одговори на скалата за мерење на степенот на

професионален скептицизам на Hurtt (2003). Бројот на високоскептични испитаници изнесува 57 (педесет и седум), додека како нискоскептични се оценети 49 (четириесет и девет) испитаници.

Кај надворешните ревизори, поделбата се изврши врз основа на средната вредност од 4.8441 за сите одговори на скалата за мерење на степенот на професионален скептицизам на Hurtt (2003). Бројот на високоскептични испитаници изнесува 35 (триесет и пет), додека како нискоскептични се оценети 27 (дваесет и седум) испитаници.

Дополнително, беше спроведен Т – тест на независни примероци, со цел да се открие дали постои значајна разлика помеѓу средната вредност на одговорите на Hurtt скалата помеѓу двете групи испитаници. Резултатот покажа значајна разлика помеѓу аритметичката средина на одговорите кај студентите ($M=4.40$, $SD=0.61$) и аритметичката средина на одговорите кај ревизорите ($M=4.84$, $SD=0.41$); $t(163.42)=-5.58$, $p = 0.001$. Од Табелите 1.1 и 1.2 се гледа дека студентите имаат пониска средна вредност на одговорите на скалата на Hurtt од истата на надворешните ревизори.

Табела 1.1 - Групна статистика на средната вредност на одговорите на скалата на Hurtt

	Група	N	Средина	Стандардна девијација	Стандардна грешка
Просек	студенти	106	4.4047	.61347	.05959
Hurtt скала	ревизори	62	4.8441	.40591	.05155

	Levene тест за еднаквост на варијансите		t-тест за еднаквост на средини						
	F	Сигнификантност.	t	Степен и на слобода	Сигнификантност (двонасочна)	Средна разлика	Стандардна грешка на разликата	95% интервал на доверба за разликата	
								Понизок	Повисок
Се претпоставени еднакви варијанси	5.333	.022	-5.029	166	.000	-.43937	.08737	-.61186	-.26687
Не се претпоставени еднакви варијанси			-5.576	163.417	.000	-.43937	.07879	-.59495	-.28379

Со вториот дел од истражувањето требаше да се потврди или да се отфрли нултата хипотеза H_0 : „Не постои разлика во степенот на прибирање дополнителни информации доколку се забележат ситуации кои индицираат измами при спроведување на ревизорските ангажмани во однос на степенот на изразен професионален скептицизам“, односно да се потврди или да се отфрли алтернативната хипотеза H_1 : „Постои повисок степен на прибирање дополнителни информации доколку се забележат ситуации кои индицираат измами при спроведување на ревизорските ангажмани кај надворешните ревизори кои се карактеризираат со повисок степен на професионален скептицизам во однос на надворешните ревизори кои се карактеризираат со понизок степен на професионален скептицизам“.

Независната варијабла во истражувањето беше поделбата на испитаниците на високо и ниско скептични. Зависните варијабли беа аритметичката средна вредност на поединечните одговори на испитаниците на прашањата за секоја од деветте групи, односно категории на индикатори на измама, поодделно.

Пред да се спроведе ANOVA, беа тестирани основните претпоставки кои се однесуваат на популацијата, предмет на ANOVA.

Група студенти

Кај студентите како испитаници, анализата покажа значајна разлика за две категории индикатори на измама, односно, ($p < 0.05$) и се прифати алтернативната хипотеза. Кај петтата категорија индикатори за измами (лични симптоми) $F(1, 104) = 7.348, p = 0.008$ и кај шестата категорија (лични рационализации) $F(1, 104) = 4.218, p = 0.043$.

Кај другите седум категории индикатори на измама анализата не беше значајна, односно, ($p > 0.05$). За првата категорија $F(1, 104) = 0.102, p = 0.750$, за втората категорија $F(1, 104) = 0.096, p = 0.757$, за третата категорија $F(1, 104) = 0.173, p = 0.679$, за четвртата категорија $F(1, 104) = 0.207, p = 0.650$, за седмата категорија $F(1, 104) = 0.265, p = 0.608$, за осмата категорија $F(1, 104) = 0.485, p = 0.488$ и за деветтата категорија $F(1, 104) = 0.030, p = 0.863$.

Табела 1.3 - ANOVA – студенти

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Категорија 1	Помеѓу групите	.067	1	.067	.054	.817
	Во рамки на групите	129.492	104	1.245		
	Вкупно	129.559	105			
Категорија 2	Помеѓу групите	.470	1	.470	.347	.557
	Во рамки на групите	140.764	104	1.353		
	Вкупно	141.234	105			
Категорија 3	Помеѓу групите	.228	1	.228	.303	.583
	Во рамки на групите	78.333	104	.753		
	Вкупно	78.562	105			
Категорија 4	Помеѓу групите	.064	1	.064	.039	.843
	Во рамки на групите	167.760	104	1.613		
	Вкупно	167.824	105			
Категорија 5*	Помеѓу групите	1639.509	1	1639.509	7.223	.008
	Во рамки на групите	23606.344	104	226.984		
	Вкупно	25245.853	105			
Категорија 6*	Помеѓу групите	1363.747	1	1363.747	6.428	.013
	Во рамки на групите	22065.504	104	212.168		
	Вкупно	23429.251	105			
Категорија 7	Помеѓу групите	.792	1	.792	.589	.445
	Во рамки на групите	139.968	104	1.346		
	Вкупно	140.760	105			
Категорија 8*	Помеѓу групите	75.912	1	75.912	.307	.581
	Во рамки на групите	25689.266	104	247.012		
	Вкупно	25765.177	105			
Категорија 9*	Помеѓу групите	98.223	1	98.223	.414	.522
	Во рамки на групите	24695.232	104	237.454		
	Вкупно	24793.455	105			

* Податоците за овие категории индикатори на измами се пресметани со непараметарски тест Levene

Не постои значајна разлика помеѓу средната вредност на одговорите на високо и ниско скептичните испитаници. Испитаниците кои се категоризираат како високо скептични дале незначително поголеми оценки на прашањата за индикатори за измами кај три категории индикатори, првата, осмата и деветтата категорија, а кај другите четири категории незначително повисоки оценки дале испитаниците, категоризирани како ниско скептични.

Група надворешни ревизори

Кај надворешните ревизори како испитаници, анализата за сите девет

категории индикатори на измама не беше значајна, односно, ($p > 0.05$). За првата категорија $F(1,60) = 0.098$, $p = 0.755$, за втората категорија $F(1,60) = 0.062$, $p = 0.805$, за третата категорија $F(1,60) = 0.121$, $p = 0.729$, за четвртата категорија $F(1,60) = 0.060$, $p = 0.808$, за петтата категорија $F(1,60) = 1.021$, $p = 0.316$, за шестата категорија $F(1,60) = 0.012$, $p = 0.915$, за седмата категорија $F(1,60) = 0.000$, $p = 0.999$, за осмата категорија $F(1,60) = 0.262$, $p = 0.610$ и за деветтата категорија $F(1,60) = 0.153$, $p = 0.697$.

Табела 1.4 - ANOVA – надворешни ревизори

		Збир на квадрати	Степен на слобода	Средина на квадрати	F	Сигнификантност
Категорија 1*	Помеѓу групите	8.069	1	8.069	.098	.755
	Во рамки на групите	4926.029	60	82.100		
	Вкупно	4934.098	61			
Категорија 2*	Помеѓу групите	4.773	1	4.773	.062	.805
	Во рамки на групите	4650.621	60	77.510		
	Вкупно	4655.394	61			
Категорија 3	Помеѓу групите	.076	1	.076	.121	.729
	Во рамки на групите	37.821	60	.630		
	Вкупно	37.897	61			
Категорија 4*	Помеѓу групите	5.047	1	5.047	.060	.808
	Во рамки на групите	5058.967	60	84.316		
	Вкупно	5064.014	61			
Категорија 5	Помеѓу групите	1.326	1	1.326	1.021	.316
	Во рамки на групите	77.953	60	1.299		
	Вкупно	79.279	61			
Категорија 6	Помеѓу групите	.017	1	.017	.012	.915
	Во рамки на групите	86.003	60	1.433		
	Вкупно	86.020	61			
Категорија 7	Помеѓу групите	.000	1	.000	.000	.999
	Во рамки на групите	103.242	60	1.721		
	Вкупно	103.242	61			
Категорија 8*	Помеѓу групите	22.246	1	22.246	.262	.610
	Во рамки на групите	5088.225	60	84.804		
	Вкупно	5110.471	61			
Категорија 9*	Помеѓу групите	11.935	1	11.935	.153	.697
	Во рамки на групите	4680.550	60	78.009		
	Вкупно	4692.485	61			

* Податоците за овие категории индикатори на измама се пресметани со непараметарски тест Levene

При прегледот на средната вредност на одговорите на испитаниците кај сите девет категории индикатори на измама, се забележа дека, иако не

постои значајна разлика, испитаниците кои се категоризираат како високо скептични дале поголеми оценки на прашањата за индикатори за измами кај сите категории индикатори, освен кај шестата група индикатори која се однесува на личните рационализации, каде незначително поголема оценка дале ниско скептичните испитаници. Кај седмата група индикатори, која се однесува на демографските индикатори, оценките се приближно исти, но, сепак, во корист на високо скептичните испитаници.

Заклучок од истражувањето на професионалниот скептицизам во Република Македонија

Резултатите од истражувачките обиди подиректно да се оцени професионалниот скептицизам и да се поврзат тие оценки со ревизорските однесувања, се донекаде неконзистентни. Ревизорското истражување, без разлика на неговата форма, кое се обидува да ја измери длабочината и ширината на професионалниот скептицизам, се компликува не само поради хибридниот структура на професионалниот скептицизам, туку и поради неговата повеќеслојна структура. Професионалниот скептицизам како концепт е посложен и поширок концепт од она што се претпоставува. Оттука, истражувањето на полето на професионален скептицизам може да се каже дека штотуку започнува.

Иако е конкретизирана и дефинирана потребата од практикување на професионалниот скептицизам преку задолжителната обврска за примена на ревизорските стандарди, во Република Македонија се забележува отсуство на академска литература која се занимава со односната проблематика.

Беше извршено истражување кај две групи испитаници. Од вкупно 106 (сто и шест) студенти по предметот Интерна ревизија, 57 (педесет и седум) испитаници беа оценети како високо скептични, додека како ниско скептични се оценети 49 (четириесет и девет) испитаници. Од вкупно 62 (шеесет и двајца) испитаници, надворешни ревизори во земјата, 35 (триесет и пет) беа класифицирани како високо, а 27 (дваесет и седум) испитаници како ниско скептични. Студентите дале значително пониски оценки на скалата на Hurrт за мерење на професионалниот скептицизам.

Добиените резултати покажаа значителна разлика помеѓу високо и ниско скептичните испитаници кај студентите во однос на зголемената

желба за прибирање дополнителни информации во случаи на индикатори на измами при спроведување на ревизорските ангажмани кај две од девет категории индикатори на измами, лични симптоми и лични рационализации. Кај другите категории индикатори на измами, кај двете групи на испитаници, анализата не покажа значајна разлика и се прифати нултата хипотеза Н0: „Не постои разлика во степенот на прибирање дополнителни информации доколку се забележат ситуации кои индицираат измами при спроведување на ревизорските ангажмани во однос на степенот на изразен професионален скептицизам“.

Сите резултати од ова истражување се, секако, прелиминарни и потребно е понатамошно истражување и спроведување поширока емпириска работа, поврзана со професионалниот скептицизам и неговата поврзаност со ревизорското однесување кое ќе ја зголеми детекцијата на измамите во текот на спроведување на ревизорските ангажмани.

Користена литература:

1. Bamber, EM, Ramsay, RJ and Tubbs, RM (1997), ‘An examination of the descriptive validity of the belief-adjustment model and alternative attitudes to evidence in auditing’, *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 22 (3/4), pp. 249-268.
2. Bunge, M (1991), ‘A Skeptic’s Beliefs and Disbeliefs’, *New Ideas in Psychology* 9 (2), pp. 131-149.
3. Choo, F and Tan, K (2000), ‘Instruction, skepticism, and accounting students’ ability to detect frauds in auditing’, *The Journal of Business Education* 1, pp. 72-87.
4. Hogarth, R and Einhorn, H (1992), ‘Order effects in belief updating: the belief-adjustment model’, *Cognitive Psychology* 24 (1), pp. 1-55.
5. Hurtt, RK (2003), *Development of an instrument to measure professional scepticism*. Working paper, University of Wisconsin.
6. Hurtt, Eining, M and Plumlee, RD (2003), *Professional skepticism: A model with implications for research, practice and education*. Working paper, University of Wisconsin.
7. Kee, HW and Knox, RE (1970), ‘Conceptual and methodological considerations in the study of trust and suspicion’, *Journal of Conflict Resolution* 14, pp. 357-366.
8. Kurtz, P 1992, *The New Skepticism: Inquiry and Reliable Knowledge*. Buffalo, New York: Prometheus Books.
9. Lefcourt, HM (1991), ‘Locus of Control’, *Measures of Personality and Social*

Psychological Attitudes 1 in Measures of Social Psychological Attitudes Series, pp.413-500.

10. Nelson, M (2009), 'A model and literature review of professional skepticism in auditing', *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 28 (2), pp. 1–34.
11. Popova, V (2006), *The Influence of Skepticism and Previous Experience on Auditor Judgments*. Paper presented at the ABO Conference, Portland Oregon [October 6-7, 2006].
12. Rose, JM (2007), 'Attention to Evidence of Aggressive Financial Reporting and Intentional Misstatement Judgments: Effects of Experience and Trust', *Behavioral Research In Accounting*, 19, pp. 215–229.
13. Shaub, MK. (1996), 'Trust and suspicion: The effects of situational and dispositional factors on auditors' trust of clients', *Behavioral Research in Accounting* 8, pp. 154–174.
14. Shaub and Lawrence, JE (1996), 'Ethics, experience and professional skepticism: A situational analysis', *Behavioral Research in Accounting* 8 (Supplement), pp. 124–157.

PROFESSIONAL SKEPTICISM AND ABILITY TO DETECT FRAUDS IN AUDITING - ACCOUNTING STUDENTS VERSUS EXTERNAL AUDITORS

Zorica Bozhinovska Lazarevska, PhD
Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
zoricab@eccf.ukm.edu.mk

Dimitrievska Marija, Msc
Audit Authority for audit of instrument for pre-accession assistance
marijadimitrievska@yahoo.com

Abstract

Under circumstances of global financial crises and financial scandals in big corporations worldwide, the public awareness of the responsibility of audits in detecting and preventing fraud is increasing. The interest focuses on the important role of professional skepticism and its proper application when auditing financial statements. Occurring concerns over insufficient and inadequate application of professional skepticism in audits led to the development of many debates about the role of professional skepticism and suggestions on how to improve its application in the audit practice. Despite the importance of professional skepticism, there is no consensus and empirical data in the audit literature for measuring skepticism and how it affects the behavior of auditors. This paper makes an effort to define, conceptualize and measure professional skepticism. It also identifies the threats to the concept and the potential opportunities, i.e. the measures and activities to promote the application of professional skepticism throughout the audit of financial statements, in order to improve the audit quality. In order to provide an answer to the question whether the possession of a certain individual level of skepticism among auditors affects their behavior towards fraud indicators during audit engagements, an experimental research was conducted, with senior students at the Accounting and Audit study program of the “Ss. Cyril and Methodius” University and external auditors in the Republic of Macedonia being the target groups.

Keywords: trust, doubt, professional skepticism, fraud, professional judgment.

УДК: 005.35: 658.114.3 (497.7)

НЕЗАВИСНОСТ НА ОДБОРИТЕ ВО АКЦИОНЕРСКИТЕ ДРУШТВА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА: РЕАЛНОСТ ИЛИ ИЛУЗИЈА?

м-р Тихона Божиновска

Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
tihona.bozinovska@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Независноста на одборите во акционерските друштва е прашање кое особено се актуелизираше во изминативе триесетина години. Сè поголем број истражувања од областа на корпоративното управување укажуваат дека независноста на одборите придонесува за подобра артикулација на интересите на акционерите и поголема транспарентност на друштвото, што, пак, ја подобрува неговата репутација. Покрај тоа, поголемото присуство на независни директори во органите на управување води и кон унапредување на нивната ефективност, иако ваквото влијание е посредно. Сепак, и покрај придобивките, се чини дека концептот на независност на одборот остана нецелосно прифатен. Токму поради тоа во овој труд се разгледуваат суштината на концептот за независност на одборот, елементите на истиот, како и факторите кои влијаат врз создавањето на независни одбори. Понатаму, спроведено е и истражување за утврдување на големината и независноста на одборите во акционерските друштва во Република Македонија. Важен дел од трудот е и идентификацијата на причините за малиот број на независни директори во одборите на акционерските друштва во Република Македонија.

Клучни зборови: независност на одборот, независен директор, критериуми за независност, фактори за создавање независен одбор

Вовед

Истражувањето на особеностите на органите на управување во акционерските друштва, односно корпорациите, а особено на степенот на нивната независност, значително се интензивира во изминативе триесетина години, како на национално ниво во развиените земји, така и на меѓународно ниво. Причините за зголемениот интерес за овие прашања од областа на управувањето се наоѓа во појавата и обелоденувањето на бројни скандали за работењето на најголемите корпорации и сè поголемиот број критики во однос на инертноста на одборите. Важноста на неуспесите во управувањето произлегува од нивното влијание врз рејтингот на претпријатијата, како и од влијанието врз економијата во целина.

Во изминатите десетина години значително се зголеми интересот за прашањата, поврзани со корпоративното управување и кај нас, што може да се согледа од зголемениот број на теоретски трудови од оваа област. Но и покрај зголемувањето на интересот за различни прашања од подрачјето на корпоративното управување, сепак, се чини, дека суштината и значењето на концептот на независност на одборите остана недоволно објаснет или недоволно применет во нашата земја.

Имајќи го предвид претходно изнесеното, *целта на овој труд* е утврдување на елементите на концептот на независност на одборот, факторите кои влијаат врз создавањето на независни одбори и причините поради кои друштвата во Република Македонија не посветуваат внимание на прашањето за независност на одборите.

Врз основа на вака дефинираната цел, неопходно е да се утврди и предметот на истражување. *Предмет на истражување* на трудот е определување на основните елементи на концептот на независности степенот на независност на органите на управување (одборите) во акционерските друштва во Република Македонија. Во рамките на дефинираниот предмет на истражување треба да се даде одговор на две прашања:

1. Кои се суштинските елементи на концептот на независност на одборот?
2. Колкаво е учеството на независните директори во одборите во акционерските друштва во Република Македонија?

За реализација на поставените задачи направено е прибирање, систематизирање и анализирање на расположливите податоци. Обработката

на предметот на истражување е извршена со примена на дескриптивниот, аналитичкиот, како и на статистичкиот метод.

Дефинирање на независноста на одборот во акционерските друштва

За остварување на целта на трудот неопходно е да се определи суштината и значењето на независноста во корпоративното управување. Концептот на независност вклучува три елементи: независност на одборот во целина, независност на комисиите на одборот и независност на директорите, кои се меѓусебно поврзани.

Во врска со **независноста на одборот во целина** Cadbery (1992) и Higgs (2003) во Велика Британија препорачуваат создавање на одбори во кои мнозинството од членовите ќе бидат независни директори, со цел унапредување на контролната улога на одборот. Sarbanes-Oxley Act од 2002 година во САД доведува до зголемување на популарноста на прашањата поврзани со независноста на одборот на директори, пред сè поради барањата за поголемо учество на независните директори во одборот, како и за построго дефинирање на независноста на директорите.

Суштинското значење на независноста на одборите во акционерските друштва е презентирана во Принципите на корпоративното управување, според кои таа се дефинира како способност на одборот да применува објективно, независно расудување во однос на корпоративните прашања (OECD, 2004). Ваквата дефиниција става акцент пред сè на независноста од менаџментот. Независноста на одборот, сфатена на овој начин, означува дека определен (доволен) број членови на одборот треба да бидат независни од менаџментот. Но, разликите што постојат во однос на структурата и практиките на одборот во различните земји, бараат и различен пристап кон независноста на одборот. Во некои земји независноста од акционерите кои ја поседуваат контролата мора да се истакне, особено ако *ex ante* правата на малцинските акционери се слаби и можностите за отстранување на причините за нивно непочитување се ограничени (OECD, 2004). Поинаку кажано, основата на принципот на независност на одборот е дека составот на одборот на директори треба да биде така дизајниран што ќе овозможи процесот на одлучување во рамките на одборот да не е под доминација на

една индивидуа или на група доминантни личности (Calder, 2008).

Врз основа на препораките и обидите за определување на суштината на концептот за независност на одборот, може да се констатира дека структурната независност на одборот означува дека барем половина од членовите на одборот, *исклучувајќи го претседателот*, треба да бидат независни неизвршни директори. Односно, *вклучувајќи го и претседателот, доколку мнозинството од членовите на одборот ги исполнуваат критериумите за независност од менаџментот и/или акционерите кои ја поседуваат контролата и се назначуваат како независни неизвршни директори, што овозможува објективност и независност во расудувањето и во одлучувањето, се вели дека одборот е независен.*

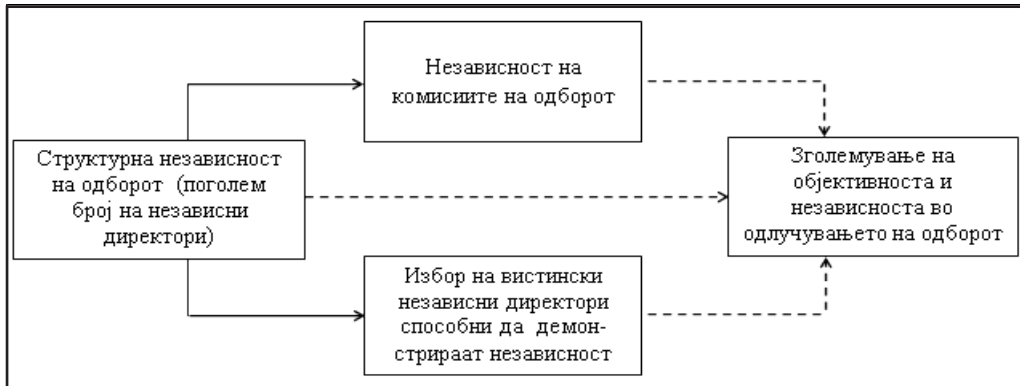
Неколку претпоставки поддржуваат ваков состав на одборот на директори. *Првата претпоставка* е дека одборите традиционално имаат улога на насочување на менаџментот и претставување на сопствениците, што е и во согласност со законите. *Втората претпоставка* е дека одборот треба да ги чува интересите на сопствениците, особено на надворешните сопственици, од менаџерите кои работат за своите сопствени интереси на сметка на сопствениците. Всушност, ваквото тврдење е основата на теоријата на застапување. *Третата претпоставка* е дека одборот треба да ги претставува сите стејкхолдери: сопственици, вработени, синдикати, здруженија на жени, здруженија на малцинства, потрошувачи, добавувачи, владата, локалната заедница итн. Сите овие погледи ја поддржуваат потребата за создавање независен одбор (Donaldson и Davis, 1994).

Согласно со претходно изнесеното, може да се забележи дека концептот на независност во корпоративното управување вклучува три елементи кои се меѓусебно тесно поврзани: структурна независност на одборот, независност на комисиите на одборот и независност на директорите. Според Calder (2008), силното присуство на неизвршните директори во одборот овозможува и избор на различни индивидуи за претседател на комисиите за номинирање, ревизија и наградување. Поврзаноста на структурната независност на одборите со независноста во одлучувањето и расудувањето е прикажана на слика 1.

Во однос на **независноста на комисиите**, Њујоршката берза инсистира сите членови на комисиите за номинирање, наградување и ревизија да бидат независни (New York Stock Exchange proposed listing requirements, sec. 303A). Согласно со Препораката, пак, на Европската

комисија од 2005 година, барем мнозинството од членовите во комисиите за ревизија, наградување и номинирање треба да бидат независни. Истражувањето на Petra (2005) укажува дека контролата на овие комисији врз одреден тип на информации се зголемувала со зголемување на бројот на надворешни директори и дека независните комисији за ревизија, наградување и номинирање имаат потенцијал да влијаат на зацврстување на улогата на одборот. Имено, независната комисија за ревизија има поголема контрола врз информациите во однос на финансиските извештаи, независната комисија за наградување има способност да ги контролира до одредена мера наградите на менаџерите, а независната комисија за номинирање почесто номинира индивидуи кои се подготвени да ги преиспитуваат одлуките на менаџментот. Поинаку кажано, независноста на комисиите може да придонесе за зголемување на севкупната независност на одборот, а и на моќта на одборот.

Слика 1. Елементи на независност на одборот и нивната меѓусебна поврзаност



Во врска со **независноста на директорите**, важно е да се истакне дека терминот независен директор бил вклучен во лексиконот на корпоративното управување во 70-те години од минатиот век, опишан како директор способен да ја изврши улогата на мониторирање. Сè дотогаш, членовите на одборот се категоризирале само како внатрешни и надворешни (Gordon, 2007). За идентификување на независните директори неопходно е определување на елементите за нивно препознавање. Директорите треба да имаат *способност за ревностна демонстрација на независноста, одговорност кон акционерите и подготвеност да се посвети потребното време на улогата на независен*

член на одборот (McCabe и Nowak, 2008).

Клучно е концептот на независноста да се обмисли и да се разбере како институционална норма, применлива од страна на секој директор, наместо како индивидуална норма која се однесува единствено на формално независните директори. За да може одборот да ги реши проблемите на менаџеријализмот (и менаџерскиот опортунизам), секој директор не треба само да ги прифати нормативните начела на независно управување, туку и да разбере како функционалната соработка може да ги надмине индивидуалните предрасуди (Harvard Law Review, 2006). Единствено кога независноста ќе стане стандард за целиот одбор, тогаш ќе може да се исполнат и ветувањата кон акционерите.

Критериуми за оценување на независноста

Кодексите за добро корпоративно управување, кои секоја развиена земја ги создава одделно, вклучуваат критериуми кои треба да ги исполнуваат директорите за да бидат независни. Согласно со истражувањата може да се забележи дека најсеопфатна е листата на критериуми, оформена од стана на Moody's, која детално објаснува над 11 аспекти за определување независност (Watson et al, 2006). Сепак, за потребите на овој труд критериумите за оценување на независноста кои се споменуваат во кодексите за корпоративно управување можат да се систематизираат во три групи:

1. *Критериуми за финансиска поврзаност на директорот со претпријатието*, кои вклучуваат поврзаност преку редовен работен однос во претпријатието, постоење на консултантски или слични договори, постоење на финансиска поврзаност со извршните директори на компанијата, евиденција за трансакции со заинтересирана страна и постоење на поврзаност преку донации на непрофитни организации/ универзитети;
2. *Критериуми за роднинска поврзаност со мнозински акционери или извршните директори*, односно за постоење на семејни врски со извршните директори, со основачот или со акционерите;
3. *Критериуми за поврзаност со други претпријатија*, кои подразбираат определување дали постои вкрстена управа, вкрстено акционерство или поврзаност со надворешниот ревизор.

Фактори за создавање независен одбор

Создавањето вистински независен одбор зависи од повеќе фактори кои се поврзани со интерното опкружување на организацијата, но и со екстерни елементи. Van Zijl (2012) дефинирал три фактори за создавање независност: личност, состав/структура и предуслови кои мора да бидат соодветно дизајнирани.

Остварувањето вистинска независност на директорите во голема мера зависи од карактеристиките на **личноста-директор**. Токму поради тоа, за да се предвиди дали индивидуата може да делува објективно и независно како член на одборот, неопходно е да се направи обид за оценување на нејзините вредности и ставови, но и на нејзините когнитивни способности. За определување на способностите за демонстрирање независност, пред сè, во размислувањето, Van den Berghe и Baelden (2005) укажуваат дека е потребно *ex post* оценување на однесувањето, но и *ex ante* оценување на когнитивните способности и афективната природа на личноста која е член на одборот. *Ex ante* оценувањето е посложено, но би требало да покаже дали личноста ќе има соодветен став во дадена ситуација. Овој процес е дел од селекцијата на директорите. Притоа се настојува да се изберат индивидуи со соодветни компетенции, експертиза и морални карактеристики кои се важни за способноста за критичко размислување. Оценувањето на афективната природа на личноста најчесто е посредно, преку верификување на намерите на кандидатот и разгледување на патот на кариерата за да се согледа дали личноста поседува интегритет и соодветни морални карактеристики.

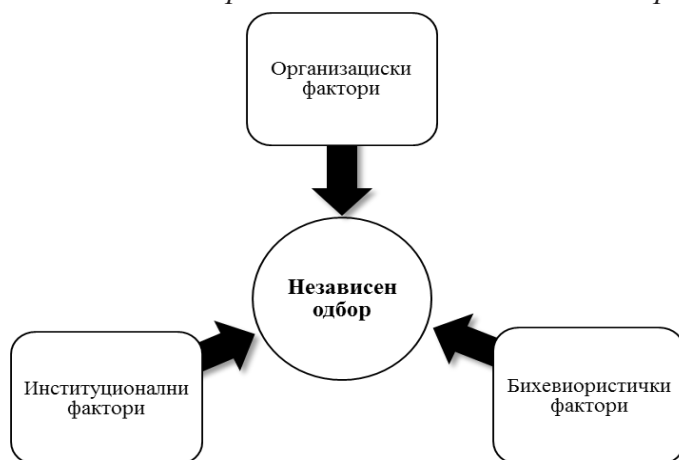
Составот или структурата на одборот на директори се однесува на системот на управување, на учеството на формално независните директори во одборите и на комисиите во рамките на одборот и нивната независност. Познато е дека луѓето како членови на група често пати прават работи кои не би ги направиле како индивидуи. Подлегувањето на групниот притисок е причината за таквото однесување. Истражувањата покажуваат дека постои поголема тенденција за конформизам кога една индивидуа се соочува со значајно мнозинство. Ако барем еден член од мнозинството се откаже од мислењето кое преовладува, значително ќе се намали веројатноста за конформистичко однесување (Jeh, 2002, p.331).

Во рамките на **предусловите**, кои мора да бидат соодветно дизајнирани, спаѓаат културата на одборот и ефективноста на каналите за

информирање на одборот. Културата на одборот зависи од различни фактори, како што се: големината и „националноста“ на претпријатието и неговата историја. Културата на одборот го детерминира и степенот на успешна интеграција на новите директори (UK Board Index, 2013). Информациите со кои располага одборот мора да бидат навремени, точни и целосни. Еден од знаците за неефективност на каналите на комуникација е претседател на одборот кој обезбедува погрешен вид информации – премногу/ премалку или, пак, премногу доцна обезбедени информации (Monks и Minow, 2011).

Согласно со истражувањата, покрај класификацијата на Van Zijl, постои можност и за поинаква систематизација на факторите кои влијаат врз тоа дали ќе се создаде вистински независен одбор на директори. Имено, тие можат да се класифицираат во следните три групи, прикажани на слика 2.

Слика 2. Фактори за создавање независен одбор



1. *Институционални фактори* кои се однесуваат на контекстот во кој претпријатието делува и ги опфаќаат законските одредби во однос на независноста и подготвеноста (во однос на знаењето и волјата) на институциите во рамките на државата доследно да ги применуваат истите, како и барањата што се наметнуваат од страна на берзите за хартии од вредност на кои котираат претпријатијата и начинот на кој берзите реагираат на нивното неспроведување. Значајно е да се истакне дека во најголем број случаи берзите ги определуваат критериумите за независност кои треба да се исполнат при назначување на независни

директори. Покрај тоа и *степенот на акционерскиот активизам од страна на институционалните инвеститори* може во голема мера да влијае врз назначувањето на поголем број независни директори.

2. *Организациски фактори* кои се однесуваат на *карактеристиките на претпријатието (големина, дејност, опсег на делување, карактеристики на сопственичка структура), културата во организацијата, културата и композицијата на одборот*. Доколку претпријатието е поголемо или има за цел проширување на странски пазари, во тој случај постои поголема веројатност дека ќе се грижи за својата репутација и ќе се обидува да ги исполни критериумите за независност на одборот. *Степенот на концентрација на сопственоста и процентот на акции, поседуван од страна на менаџерите*, влијае врз тоа колкав ќе биде бројот на независни директори во одборот. Понатаму, организациската култура во голема мера ги определува организациската структура, системите на контрола и однесувањето на индивидуите во организацијата (Dess et al, 2007). Организациската култура влијае врз однесувањето на внатрешните членови во одборот, а и врз културата на одборот. Композицијата на одборот се однесува на структурата и на неговиот состав.
3. *Бихејвиористички фактори* кои се однесуваат на *вредностите, ставовите и однесувањето на сите директори*. Како што веќе беше споменато, важно е оценувањето и на когнитивните способности и на афективната природа на индивидуите кои се избираат за членови на одборот. Притоа, особено е значајно однесувањето на независните директори.

Ваквата класификација на факторите за создавање на независен одбор дава посеопфатна слика за елементите на екстерното и интерното опкружување кои влијаат врз објективноста и независноста во одлучувањето на одборот. Определувањето на факторите за создавање на независен одбор е особено значајно, бидејќи овозможува и согледување на аспектите кои треба да се подобруваат за остварување на придобивките од независноста.

Независност на одборите во САД и во Европа

Во развиените земји движењето на вкупниот број на членови и на учеството на независните директори во одборите се следи на годишно

ниво. Податоците, презентирани во табела 1, укажуваат на просечниот број на членови во одборите и на процентуалното учество на независните директори во вкупниот број на директори во одборите во 15 земји во 2013 и 2014 година. Во 2013 година најмал број независни директори имало во одборите на компаниите во Шпанија, додека, пак, во 2014 година најголемо учество на независни членови има во одборите во компаниите во САД, а најмало учество имаат во одборите на компаниите во Турција.

Табела 1. Големинa и независност на одборите во европските држави и во САД во 2013 и 2014 година

Земја	Просечен број на членови во одборите		Просечен број на независни членови на одборот		Процент на независни членови во одборот	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Белгија	12,2	10,2	4,9	4,2	40,2%	41,0%
Франција	14,0	14,0	8,0	8,6	57,0%	62,0%
Германија	16,3	14,0	/	/	61,0% ²	43,0% ²
Италија	12,4	12,2	6,0	6,2	48,2%	50,0%
Холандија	7,0	9,5	6,3	5,8	89,7%	62,0%
Данска	9,4	9,8	6,5	4,8	70,1%	49,0%
Финска	7,8	8	7,5	6,4	96,3%	80,0%
Норвешка	8,5	8,3	4,6	4,8	73,6%	59,0%
Шведска	9,8	9,9	5,4	5,3	74,6%	53,0%
Шпанија	11,5	11,4	4,3	4,3	37,0%	38,0%
Швајцарија	10,8	10,6	8,2	9	76,0%	85,0%
Русија	/	10,6	/	2,6	/	39,0%
Турција	/	9,6	/	3,2	/	34,0%
Велика Британија	10,3	10,5	6,0 ¹	6,3	58,0%	60,0%
САД	10,7	10,8	9,1	9,1	85,0%	84,0%

¹Без претседателот на одборот.

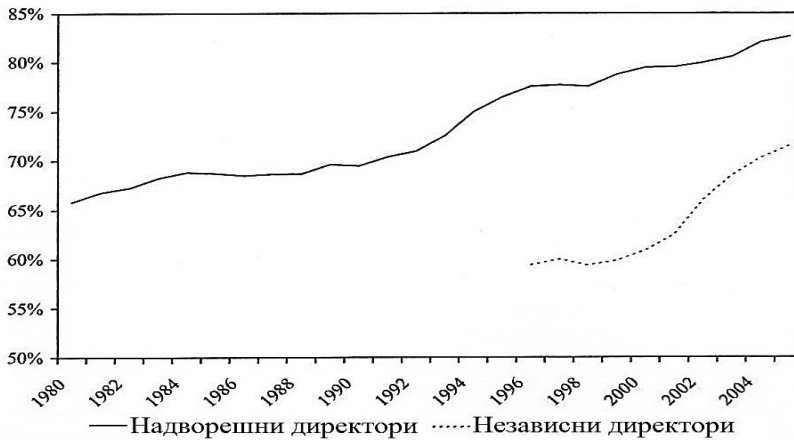
²Само претставници на акционерите, согласно со целите за корпоративно управување.

Извор: *UK Board Index 2013*, available at: https://www.spencerstuart.com/~media/PDF%20Files/Research%20and%20Insight%20PDFs/UKBI2013_07Feb2014.pdf (accessed 20 March 2014), p. 19 и *Spencer Stuart UK Board Index 2014*, available at: <https://www.spencerstuart.com/research-and-insight/uk-board-index-2014> (accessed 25 March 2015), p.31-32.

На слика 3 е прикажано просечното процентуално учество на надворешните директори и просечното процентуално учество на независните директори во одборите во САД. Примерокот се состоел од 783 големи корпорации од САД. Од презентираниите податоци може да се

забележи дека учеството на независните директори во составот на одборите континуирано расте, но интензитетот на растежот е особено засилен по 2002 година, односно по стапувањето во сила на Sarbanes-Oxley Act. Од 2000 до 2004 година просечното процентуално учество на независните директори во одборите се движи меѓу 60% и 70%.

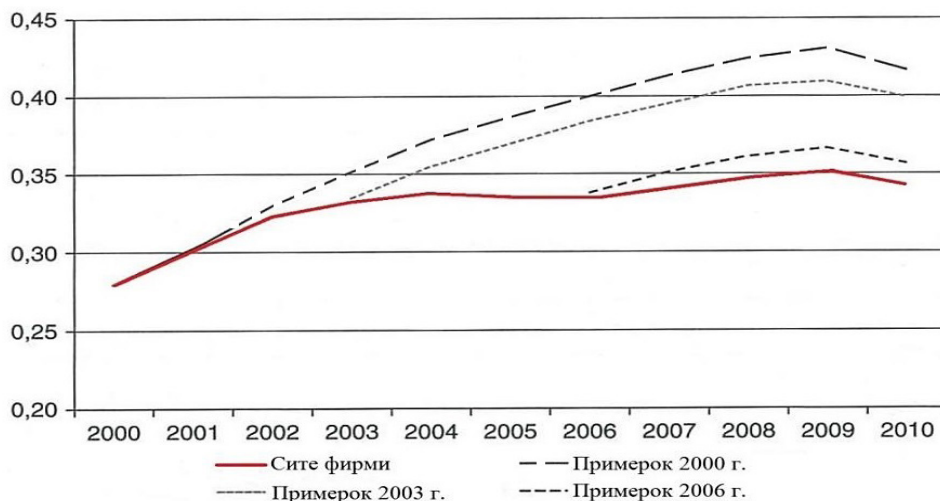
Слика 3. Процентуално учество на надворешни и независни директори во одборите на корпорациите во САД



Извор: Dobbin, F., Jung, J. (2010), „The misapplication of Mr. Michael Jensen: how agency theory brought down the economy and why it might again“, во Lounsbury, M., Hirsch, P. M., *Markets on trial: the economic sociology of the U.S. financial crisis: part B*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, p. 49.

Истражувањето на Ferreira и Kirchmaier (2013), направено на примерок од 2.812 котирани компании во 28 европски земји, од кои 2.661 компанија се од 22 земји-членки на Европската унија, покажува тренд на зголемување на просечното учество на независните директори во составот на одборот и тоа од 29% во 2000 до 34% во 2010 година. На слика 4 е прикажана просечната независност на одборот (пропорцијата на независни директори во одборот) за сите европски компании.

Слика 4. Независност на одборите на европските компании



Извор: Ferreira, D., Kirchmaier, T. (2013), „Corporate boards in Europe: size, independence and gender diversity“, во Belcredi, M., Ferrarini, G. (Ed), *Boards and shareholders in European listed companies: facts, context and post-crisis reforms*, Cambridge University Press, Cambridge, p.197.

Независноста на одборите во Република Македонија

За анализа на независноста на одборите во акционерските друштва во Република Македонија користени се секундарни податоци, достапни на официјалните интернет страници на Македонската берза за хартии од вредност и Комисијата за хартии од вредност. Податоците беа прибирани во периодот од 02.01.2015 година до 05.01.2015 година. Во истражувањето беа вклучени акционерски друштва кои се дел од Официјалниот пазар на Берзата. Пазарниот сегмент, наречен Официјален пазар, има три (3) потсегменти: супер, берзанска и задолжителна котација. Притоа, едно друштво го сочинува потсегментот супер котација и тоа беше дел од истражувањето. Понатаму опфатени беа 27 друштва кои имаат берзанска котација и 35 друштва кои се дел од потсегментот задолжителна котација. Две друштва со берзанска котација и едно со задолжителна котација не беа вклучени во истражувањето поради тоа што се во фаза на реструктурирање. Другите друштва од потсегментот задолжителна котација не беа вклучени во примерокот поради недостигот на податоци во однос на испитуваните

карактеристики. Вкупниот број на опфатени друштва е 63.

Одакционерските друштва, вклучени во истражувањето, 30 се големи, 24 се средни, а 9 се мали според бројот на вработените. Едностепениот систем на управување е застапен кај 34 друштва, а двостепениот кај 29 од испитуваните друштва. Вкупниот број на членови во одборите опфатени во анализата изнесува 469, од кои само 90 се назначени како неизвршни независни директори. Всушност, само во 30 од анализираните друштва, процентуалното учество на независните директори во вкупниот број директори во одборите е над 20%. Дескриптивната статистика во однос на бројот и процентуалното учество на независните директори во акционерските друштва во Република Македонија е прикажан во табела 2.

Табела 2. Дескриптивни мерки на независноста на одборите

	Просек	Медијана	Мин.	Макс.
Број на членови во одборите	7,44	8	3	14
Број на независни членови во одборите	1,43	1	1	4
% учество на независни членови	21,19%	20%	7,14%	40%

Извор: Сопствено истражување.

Податоците во табела 2 укажуваат дека најголем број од друштвата, опфатени во истражувањето, имаат само еден независен директор. Максималниот број на независни директори во одборите изнесува 4. Процентуалното учество на независните директори во вкупниот број на директори во одборите во просек изнесува околу 20%. Според податоците, може да се забележи дека одборите во акционерските друштва во Република Македонија имаат низок степен на структурна независност. Имено, друштвата не ги следат трендовите на зголемување на бројот на независни директори во одборите присутни во западноевропските земји и во САД. Веројатно причините за тоа треба да се бараат во некои од следниве фактори:

1. Институционалната организациона поставеност и прописите кои не овозможуваат создавање на вистински независни и објективни одбори. Имено, согласно член 367 и член 378 од Законот за трговски друштва барем $\frac{1}{4}$ од неизвршните членови на одборот на директори, односно $\frac{1}{4}$ од членовите на надзорниот одбор, треба да бидат независни. Ова е премалку за тие да можат да имаат посериозно влијание врз одлуките на одборите. Понатаму, кратка листа на критериуми за независност кои треба да ги

исполнуваат индивидуите назначени за независни директори е дефинирана во Законот за трговски друштва на Република Македонија (член 3, став 25), но институциите не секогаш вложуваат напори за нивно доследно почитување. Покрај тоа, нивото на акционерскиот активизам е многу ниско, така што не постојат механизми кои би сигнализирале за непочитувања на Законот од ваков тип.

2. Висок степен на концентрација на акционерската сопственост, што може да се констатира и од податокот дека околу 82,5% од друштвата имаат малцински акционери кои поседуваат помалку од 10% од вкупно издадените акции (Шуклев и други, 2013, стр. 19).

3. Релативно кратка историја на развојот на корпоративното управување во Република Македонија, нецелосното разбирање на концептот на независност и несогледување на значајноста на придобивките од неговата примена. Имено, голем дел од директорите во одборите на акционерските друштва не веруваат дека поголемата независност на одборите води кон подобра артикулација на барањата на акционерите и поголема транспарентност, кои, пак, водат и кон подобра репутација на друштвото. Сепак, ваквите ставови се оправдуваат со студиите кои покажуваат непостоење или постоење на негативна поврзаност помеѓу независноста на одборот и организациските перформанси (Vafeas и Theodorou, 1998; Bhagat и Black, 2002; Kiel и Nicholson, 2003; Swan и Forsberg, 2014).

Бројот на независни членови во одборите и процентуалното учество на независните во вкупниот број членови на одборите се најчесто користените мерки за независност, применети во голем број претходни истражувања (Cotter и Silverster, 2003; Balatbat et al., 2004; Pearce II и Zahra, 1992; Coles et al, 2001; Krivogorsky, 2006; Wang, 2009). Сепак, треба да се има предвид дека овие мерки се однесуваат само на структурната независност на одборот и не ги мерат останатите елементи на независноста на одборот и на директорите. Секако дека тоа претставува ограничување, но и прашање на кое треба да се посвети внимание во иднина.

Заклучок

Врз основа на анализата на концептот на независност во корпоративното управување и состојбите во однос на независноста на

одборите во акционерските друштва во Република Македонија, може да се извлечат неколку заклучоци.

Прво, важно е да се истакне дека суштината на независноста на одборот опфаќа повеќе елементи и некои од нив е тешко да се измерат. Имено, доколку мнозинството од членовите на одборот ги исполнуваат критериумите за независност од менаџментот и/или акционерите кои ја поседуваат контролата и се назначуваат како независни неизвршни директори, што овозможува објективност и независност во расудувањето и во одлучувањето, се вели дека одборот е независен. Објективноста и независноста во одлучувањето се тешко мерливи елементи.

Второ, критериумите за независност на директорите се особено важни во примената на концептот на независен одбор. Тие се многубројни и можат да се систематизираат на следниот начин: 1. критериуми за финансиска поврзаност на директорот со претпријатието; 2. критериуми за роднинска поврзаност со мнозински акционери или со извршните директори; 3. критериуми за поврзаност со други претпријатија, кои подразбираат определување дали постои вкрстена управа, вкрстено акционерство или поврзаност со надворешниот ревизор.

Трето, создавањето на независни одбори е под влијание на низа фактори кои се класифицираат во три групи: институционални фактори кои се однесуваат на опкружувањето во кое претпријатието делува и ги опфаќаат законските одредби во однос на независноста и подготвеноста (во однос на знаењето и волјата) на институциите во рамките на државата доследно да ги применуваат истите, како и барањата што се наметнуваат од страна на берзите за хартии од вредноста на кои котираат претпријатијата; организациски фактори кои се однесуваат на карактеристиките на претпријатието (големина, дејност, опсег на делување, карактеристики на сопственичка структура), културата во организацијата, културата и композицијата на одборот; и бихејвиористички фактори кои се однесуваат на вредностите, ставовите и однесувањето на сите членови на одборот, а особено на директорите, назначени како независни.

Четврто, причините за неследењето на трендовите на зголемување на бројот на независни директори во одборите, присутни во западноевропските земји и во САД, од страна на акционерските друштва во Република Македонија веројатно треба да се бараат во прописите и во институционалната организациона поставеност, степенот на концентрација

на сопственоста во акционерските друштва и степенот на согледување на придобивките од ваквите промени во составот на одборите.

Користена литература:

1. Balatbat, M. C. A., Taylor, S. L., Walter, T. S. (2004), „Corporate governance, insider ownership and operating performance of Australian initial public offerings“, *Accounting and Finance*, Vol. 44, No. 3, pp. 299-328.
2. Bhagat, S., Black, B. (2002), „The non-correlation between board independence and long term firm performance“, *Journal of Corporation Law*, Vol. 27, No. 2, pp. 231-273.
3. Calder, A. (2008), *Corporate governance: a practical guide to the legal frameworks and international codes of practice*, Kogan Page Limited, London.
4. Coles, J. W., McWilliams, V. B., Sen, N. (2001), „An examination of relationship of governance mechanisms to performance“, *Journal of Management*, Vol. 27, No. 1, pp. 23-50.
5. Cotter, J., Silvester, M. (2003), „Board and monitoring committee independence“, *Abacus*, Vol. 39. No. 2, pp. 211-232.
6. Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. B. (2007), *Strategic management: text and cases*, 3e, McGraw-Hill Companies, Inc., New York.
7. Dobbin, F., Jung, J. (2010), „The misapplication of Mr. Michael Jensen: how agency theory brought down the economy and why it might again“, in Lounsbury, M., Hirsch, P. M., *Markets on trial: the economic sociology of the U.S. financial crisis: part B*, Emerald Group Publishing Limited, Bingley, pp. 29-64.
8. Donaldson, L., Davis, J. H. (1994), „Boards and company performance – research challenges the conventional wisdom“, *Corporate Governance: An International Review*, Vol. 2, No. 3, pp. 151-160.
9. Ferreira, D., Kirchmaier, T. (2013), „Corporate boards in Europe: size, independence and gender diversity“, in Belcredi, M., Ferrarini, G. (Ed), *Boards and shareholders in European listed companies: facts, context and post-crisis reforms*, Cambridge University Press, Cambridge, pp. 191-223.
10. Gordon, J. N. (2007), „The rise of independent directors in the United States, 1950-2005: of shareholder value and stock market prices“, *Stanford Law Review*, Vol. 59, No. 6, pp. 1465-1568.
11. HLR (2006), Beyond ‘independent’ directors: a functional approach to board independence, *Harvard Law Review*, Vol. 119, No.5, pp. 1553-1575.
12. Jex, S. M. (2002), *Organizational psychology: a scientist-practitioner approach*, John Wiley & Sons, New York.

13. Kiel, G. C., Nicholson, G. J. (2003), „Board composition and corporate performance: how the Australian experience informs contrasting theories of corporate governance“, *Corporate Governance: An International Review*, Vol. 11, No.3, pp. 189-205.
14. Krivogorsky, V. (2006), „Ownership, board structure, and performance in Continental Europe“, *International Journal of Accounting*, Vol. 41, No. 2, pp. 176-197.
15. McCabe, M., Nowak, M. (2008), „The independent director on the board of company directors“, *Managerial Auditing Journal*, Vol. 23, No. 6, pp. 545-556.
16. Monks, R. A.G., Minow, N. (2011), *Corporate Governance, 5th ed.*, John Wiley & Sons Ltd, Chichester.
17. Pearce II, J. A., Zahra, S. A. (1992), „Board composition from a strategic contingency perspective“, *Journal of Management Studies*, Vol. 29, No. 4, pp. 411-438.
18. Petra, S. T. (2005), „Do outside independent directors strengthen corporate boards?“, *Corporate Governance*, Vol. 5, No. 1, pp. 55-64.
19. Vafeas, N., Theodorou, E. (1998), „The relationship between board structure and firm performance in the UK“, *British Accounting Review*, Vol. 30, No. 4, pp. 383–407.
20. Van den Berghe, L. A. A., Baelden, T. (2005), „The complex relation between director independence and board effectiveness“, *Corporate Governance*, Vol. 5, No. 5, pp. 58–83.
21. Van Zijl, N.J.M. (2012), *The importance of board independence: a multidisciplinary approach*, Series Instituut voor Ondernemingsrecht 90, Kluwer.
22. Wang, Y. (2009), *Boards independence and firm performance: reforms, theories and empirical evidence*, Lambert Academic Publishing, Koln.
23. Шуклев, Б., Дракулевски, Љ., Дебарлиев, С., Јанеска-Илиев, А. (2013), *Корпоративното управување во големите акционерски друштва во Република Македонија*, Економски Факултет – Скопје, Скопје.

Извори од Интернет:

1. Higgs, D. (2003), „Review of the role and effectiveness of non-executive directors“, available at: <http://www.ecgi.org/codes/documents/higgsreport.pdf> (accessed 22 March 2015).
2. New York Stock Exchange proposed listing requirements, available at: http://nysemanual.nyse.com/LCMTools/PlatformViewer.asp?searched=1&selectednode=chp_1_2_2&CiRestriction=102&manual=/lcm/sections/lcm-sections/ (accessed 19 March 2014).
3. OECD (2004), *OECD Principles of Corporate Governance*, available at: <http://www.oecd.org/corporate/ca/corporategovernanceprinciples/31557724.pdf> (accessed 12 January 2014).

4. Report of the committee on the financial aspects of corporate governance, (1992), available at: <http://www.ecgi.org/codes/documents/cadbury.pdf> (accessed 19 March 2015).
5. *Spencer Stuart UK Board Index 2014*, available at: <https://www.spencerstuart.com/research-and-insight/uk-board-index-2014> (accessed 25 March 2015).
6. Swan, P. L., Forsberg, D. (2014), „ Does board ‘independence’ destroy corporate value? “, available at: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2312325> (accessed 22 March 2015).
7. *UK Board Index 2013*, available at: https://www.spencerstuart.com/~media/PDF%20Files/Research%20and%20Insight%20PDFs/UKBI2013_07Feb2014.pdf (accessed 20 March 2014).
8. Watson, M., Bertsch, K., Smith, E. (2006), „Criteria for assessing director independence“, available at: <https://www.moody.com/sites/products/AboutMoodyRatingsAttachments/2006100000425776.pdf> (accessed 30 January 2015).

BOARD INDEPENDENCE IN MACEDONIAN JOINT-STOCK COMPANIES: REALITY OR ILLUSION?

Tihona Bozhinovska, MSc

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
tihona.bozinovska@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Board independence is an issue that has been particularly popularized in the past thirty years. There is a growing number of studies in the area of corporate governance that argue that board independence contributes to achieving more appropriate articulation of the shareholder's interests and higher level of corporate transparency, which, in turn, improves the company reputation. Furthermore, the stronger presence of formally independent directors on boards, has an indirect, but positive impact on board effectiveness. However, in spite of the benefits, it seems that the concept of board independence has not been completely accepted. This is exactly the reason behind this paper's attempt to explore the essence of the concept of board independence and its elements, and the factors affecting the formation of independent boards. In addition, a research was conducted to examine the size and independence of the boards in Macedonian joint-stock companies. An important section of the paper is also the identification of the reasons for such a small number of independent directors in the boards of Macedonian joint-stock companies.

Key words: *board independence, independent director, criteria for independence, factors for building independent boards*

УДК: 663.2: 658.89]: 303.62 (497.7)

ДЕТЕРМИНИРАЊЕ НА ФАКТОРИТЕ КОИ ВЛИЈААТ НА ИЗБОР НА ВИНО КАЈ МАКЕДОНСКИТЕ ПОТРОШУВАЧИ

доц. д-р Ежени Брзовска

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје

Економски факултет – Скопје, Р.Македонија

ezeni@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Стратегиите за диференцирање допринесуваат производите да се разликуваат врз основа на карактеристики кои се важни, значајни и имаат вредност за потрошувачите.

Целта на овој труд е да се одредат факторите кои влијаат на избор на вино кај македонските потрошувачи, со цел подобро да се разбере самиот процес на купување. Kruskal – Wallis и Mann – Whitney U тестовите покажа статистички значајни разлики во однос на релевантноста на факторите кај полот, возраста, образованието и приходот на испитаниците.

Истражувањето за релевантноста на факторите кои влијаат при избор на вино допринесуваат за создавање на подобро комбинирање на елементите од маркетинг миксот од страна на производителите и дистрибутерите на вино.

Клучни зборови: фактори, вино, македонски потрошувачи

Вовед

Пролиферацијата на нови вински производи ги принудува производителите да се прилагодуваат на зголемената конкуренција на винскиот пазар. Затоа, од суштинско значење станува диференцирањето на производите и важноста на поделните фактори кои влијаат на изборот на вино. При купувањето на вино потрошувачите очекуваат повеќе од

само “задоволување на жедта”, односно настојуваат да ги исполнат своите емотивни потреби. Некои автори ги потенцираат и културните функции на виното, како што се социјализација, дружење со пријателите и фамилијата, одредување на социјалната класа (Hatak and Stöckl, 2008).

Очекуваната вредност на виното зависи од основната и од дополнителната вредност. Имено, основната вредност е вкусот на виното, додека факторите, како што се потеклото на виното, разновидноста, името на брендот и пакувањето, придонесуваат за дополнителната вредност на виното. Доколку потрошувачот не е во можност да го проба виното пред купување, тогаш може да се идентификува само очекуваната вредност на виното.

Со оглед на лимитираноста на можноста за пробување на виното на секое продажно место или на добивање на специфични информации за виното, пакувањето ја заменува намалената комуникација помеѓу производителот и потрошувачот, станувајќи самото медиум за комуникација (Szoloniki et al, 2010). Потрошувачите најчесто не се свесни за психолошкото влијание на визуелната комуникација. Степенот на искуство од дополнителната вредност влијае на очекуваната основна вредност на виното.

Како резултат на лимитираноста на можноста да се проба виното пред самото купување, се зголемува степенот на влијание на факторите, како што се: потеклото, асортиманот и пакувањето (боја и форма на шишето и начин на означување), бренд врз одлуката за купување на вино.

Истражувањето во овој труд има за цел да открие дали постојат статистички значајни разлики помеѓу испитаниците од различен пол, возраст, приход и образование во поглед на значајноста на поодделни фактори, како што се: вкус, голем избор, достапност во повеќе продавници, патриотизам (настојување да се купуваат македонски производи), цена, бренд, промотивни активности, атрактивно пакување и препорака при изборот на виното.

Потрошувачката на вино во Република Македонија изнесува 41,35 литри по глава на жител, што ја вбројува земјата во земјите со најголема потрошувачка (Wineinstitute, 2013). Целта на ова истражување е да се идентификуваат факторите и да се оцени нивното влијание во процесот на купување на вино кај македонските потрошувачи.

Преглед на литература

Голем број автори ги истражувале различните фактори кои се во корелација со одлуките за купување на вино. Некои дури ги изучувале поединечните фактори, како на пример, регионот или потеклото (Tustin and Lockshin, 2001), етикетата (Charters et al., 1999), цената (Batt and Dean, 2000; Lockshin and Rhodus, 1993), вредноста (Hall and Winchester, 2000), како и поврзаноста на атрибутите на виното, последиците и личните вредности со пригодата во која се пие виното (Hall and Lockshin, 2000; Judica and Perkins, 1992). Група автори го издвоиле пакувањето како фактор кој има најголемо влијание врз одлуката за купување на вино кај потрошувачите кои немале можност да го пробаат виното. Социо – демографските и личните карактеристики влијаеле кои елементи од пакувањето влијаат врз изборот на виното. Помладите потрошувачи без искуство како екстремно важна ја сметале бојата на шишето. Повозрасните и традиционалните потрошувачи сметале дека означувањето на виното (потеклото, регионот) е од исклучителна важност, минимизирајќи го визуелниот аспект на виното (Szoloniki et al., 2010).

Charters и Pettigrew (2003) фокусот на своето истражување го ставиле на идентификување на внатрешните димензии кај потрошувачите кои се однесуваат на нивните перцепции за квалитетот на виното. Од страна на потрошувачите биле идентификувани 38 зборови, фрази и концепти кои се однесувале на димензиите на квалитетот на виното. Голем дел од нив биле со слично значење и авторите ги групирале во две категории. Едната категорија била составена од надворешните димензии на виното (цена, репутација и пакување), додека втората се однесувала на внатрешните димензии кои се искусувале при консумирање на виното. Внатрешните димензии биле составени од четири групи фактори: задоволството при консумирањето на виното, дегустирање, парадигматични (потекло на виното, разновидност на вкусови и стил) и потенцијал на виното, односно можноста виното да старее без промена или со подобрување на вкусот.

Најголема група на фактори се издиференцирала кај самата дегустација – вкус, мирис и арома, чувство при вкусување, питкост, усогласеност (на сите компоненти на виното), интензитет на вкусот кога се пробува и “должина” на вкусот (колку долго вкусот опстојува откако ќе се вкуси виното), ниво на квалитет и различност.

Како најважни фактори кај најголемиот дел од испитаниците се јавиле чувството при вкусување, питкост, усогласеност (на сите компоненти на виното), интензитет на вкусот, додека факторите ниво на квалитет и различност биле важни само за неколку испитаници (Charters and Pettigrew, 2003).

Stanciu и Neagu (2014) го посочиле квалитетот како најважен критериум кој влијае на одлуката за купување на вино, по што следеле: цената, пакувањето, брендот, методот на презентирање и продавницата каде се купува.

Одлуката за изборот на вино е покомплексна од изборот на други производи (Lockshin and Hall, 2003). Имено, перцепираниот ризик на потрошувачот при купување на вино може да се разгледува од социјален, финансиски, функционален и физички аспект (Mitchell and Greatorex, 1989). Функционалниот ризик се манифестира преку вкусот на виното, финансискиот преку трошоците за купување на виното, социјалниот преку носењето вистинска одлука и реакциите на пријателите и фамилијата и физичкиот преку можната главоболка следното утро. Со сè поголемиот број на достапни брендови, потрошувачите се соочени со сè поголем број на променливи информации кои влијаат на перцепираниот ризик (Speed, 1998).

Кога најголем дел од атрибутите може да се согледаат за време на конзумирање на производот, како што е случај со виното, тогаш способноста на потрошувачот за проценка на квалитетот е намалена и се потпира, главно, на надворешните фактори (Chaney, 2000).

При анализата кој е доминантен фактор при носењето одлука за купување на вино не постои консензус и супериорна поставеност на еден единствен фактор. Така, вкусот според група автори претставува доминантен фактор кој има висока корелација со носењето одлука за купување на вино и претставува еден од главните ризици за кои се загрижени потрошувачите (Koewn and Casey, 1995; Thompson and Vourvachis, 1995; Mitchell and Greatorex, 1988).

Цената како еден од поважните критериуми за носење на одлука за купување на вино се јавува кај европските потрошувачи (Jenster and Jenster, 1993). Koewn и Casey (1995) сметаат дела цената има голема важност и влијае на одлуката за купување на вино. Цената и разновидноста на понудата имале најголемо влијание и при изборот на вино во рестораните и

кај дистрибутерите на вино (Preszler and Schmit, 2009).

Друга група автори го потенцираат значењето на земјата на потеклото и регионот има примарно значење кај потрошувачите при купувањето на вино (Skuras and Vakrou, 2002; Wade, 1999; Tustin and Lockshin, 2001; Gluckman, 1990).

Но и пакувањето и ознаките се јавуваат како фактор кој има големо влијание при изборот на вино (Combris et al. 1997; Batt and Dean, 2000). Младите потрошувачи тендирале да купуваат вино со атрактивна амбалажа и модерна, иновативна и различна етикета, додека повозрасните преферирале потрадиционални стилови на пакување (Batt and Dean, 2000). Orth и Kruska (2002) и Batt (1998) ја нагласиле важноста и влијанието на наведените награди на етикетата врз преференциите на потрошувачите за даден бренд на вино.

Група автори ги истражувале карактеристиките на пакувањето и влијанието на возраста, полот и приходот врз одлуката за купување на вино. Пакувањето влијаело на сите возрасни групи, а на испитаниците, помлади од 30 години, големо влијание на одлуката за купување имале информациите на задната страна на шишето. Тоа се однесувало и на испитаниците со различен приход, влијанието на пакувањето немало статистички значајни разлики кај испитаниците со различна висина на приход, но на испитаниците со приход помал \$50,000 големо влијание имале информациите на задната страна на шишето (Barber et al., 2006). Најголем дел од потрошувачите на вино се од домаќинства со повисок приход, бидејќи виното не претставува основен производ кој секој може да си го дозволи. Во рамките на едно домаќинство, испитаниците од женски род на возраст од 18 до 34 години имале најголемо влијание на носењето на одлука и типот на вино (Bastian et al., 2005). Бруер смета дека потрошувачите на вино имаат повисоки примања и повисоко образование од просечното ниво, особено оние кои купуваат вино на онлајн сајтови (Bruwer, 2002; Bruwer, 2005).

Во Република Македонија постои недостаток, а истовремено и потреба од емпириски истражувања за релевантноста на факторите кои имаат влијание врз изборот на вино. Врз основа на погоре изнесеното, се дефинираа следниве хипотези:

H1: Постои статистички значајна разлика во перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино помеѓу испитаниците од машки и од женски пол.

X2: Постои статистички значајна разлика во перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино помеѓу испитаниците од различни возрасни групи.

X3: Постои статистички значајна разлика во перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино помеѓу испитаниците со различен степен на образование.

X4: Постои статистички значајна разлика во перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино помеѓу испитаниците со различен приход.

Методологија на истражувањето

Истражувањето имаше за цел да ги детерминира факторите кои влијат врз изборот на вино кај македонските потрошувачи и да ја рангира важноста на секој од поединечните фактори. Податоците беа собрани во период од 1 септември до 1 декември 2014 година.

Прашалникот, користен во истражувањето, се состоеше од 14 прашања, од кои 7 се однесуваа на демографските податоци на испитаниците (пол, возраст, националност, место на живеење, степен на образование, приход и статус). Другите прашања се однесуваа на преференциите на македонските потрошувачи за изборот на вино, земјата на потекло, фреквенцијата на купување, факторите кои влијаат врз нивниот избор на вино и релевантноста на секој од нив. Важноста на факторите: вкус, голем избор, достапност во повеќе продавници, патриотизам (настојување да се купуваат македонски производи), цена, бренд, промотивни активности, атрактивно пакување и препорака, се испитува преку Ликертовата скала со 5 степени.

Примерокот беше составен од 639 испитаници. Стапката на одговор (добиени одговори – 707, наспроти дистрибуирани прашалници 730) е 96,8%. Од добиените прашалници, поради некомплетност и нелогичност на одговорите беа отстранети 68 прашалници, со што вкупно беа анализирани одговорите од 639 испитаници.

Анализа на податоците

Добиените податоци беа обработени во SPSS софтверот. Анализата започна со тестирање на претпоставката за нормалната распределеност за зависната променлива. Со оглед дека не се потврди нормалниот распоред, се пристапи кон анализа на непараметарски тестови и тоа Kruskal – Wallis за возраста, образованието и приходот и Mann – Whitney U за полот за да се забележат разликите за важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино. Разликите во перцепциите за важноста на поодделните фактори при избор на вино во поглед на полот, возраста, приходот и образованието се утврдија со примена на Kruskal – Wallis и Mann – Whitney U тестовите, при што $p < 0.05$ беше земено како основа за утврдување дали постојат статистички значајни разлики или не.

Табела бр.1 Перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино кај полот на испитаниците

Test Statistics ^a									
	Вкус	Голем избор	Достапност во повеќе продавници	Патриотизам (настојувам да купувам македонски производи)	Цена	Бренд	Промотивни активности	Атрактивно пакување	Препорака
Mann-Whitney U	47600,500	43484,500	44274,000	46309,500	46594,000	44774,500	45647,500	45923,000	45608,500
Wilcoxon W	119610,500	115494,500	116284,000	80239,500	118604,000	118784,500	117657,500	117933,000	117618,500
Z	(1,041)	(2,668)	(2,355)	(1,324)	(1,273)	(2,064)	(1,645)	(1,527)	(1,704)
Asymp. Sig. (2-tailed)	,298	,008	,019	,185	,203	,039	,100	,127	,088

a. Grouping Variable: 8. Пол

Во однос на полот на испитаниците, Mann – Whitney U тестот покажа статистички значајни разлики ($p < 0.05$) помеѓу перцепциите за важноста на три фактори - голем избор, достапност во повеќе продавници и брендот. Имено, на испитаници од машки пол повеќе им влијае големиот избор, достапноста и брендот, во споредба со испитаниците од женски пол. Со ова се потврди хипотезата Х1.

Табела бр.2 Перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино кај возрастa на испитаниците

Test Statistics^{a,b}

	Вкус	Голем избор	Достапност во повеќе продавници	Патриотизам (настојувам да купувам македонски производи)	Цена	Бренд	Промотивни активности	Атрактивно пакување	Препорака
Chi-Square	11,299	4,026	11,492	8,949	4,255	5,622	8,148	2,300	8,080
df	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Asymp. Sig.	,023	,403	,022	,062	,373	,229	,086	,681	,089

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: 9. Возраст

Kruskal Wallis тестот покажа статистички значајни разлики ($p < 0.05$) во перцепциите за важноста на два фактори – вкус и достапност во повеќе продавници. Вкусот како фактор при изборот на вино беше најизразен кај испитаниците над 55 години и кај возрастната група од 26 до 35 години. Релевантноста на факторот достапност на производот беше приближно иста кај сите возрастни групи, освен групата над 55 години, каде не беше со голем интензитет.

Kruskal – Wallis тестот покажа дека постои статистички значајна разлика во перцепцијата за важноста на факторите при изборот на вино кај различната возраст на испитаниците, со што се потврди H_2 .

Табела бр.3 Перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино кај испитаниците со различно образование

Test Statistics^{a,b}

	Вкус	Голем избор	Достапност во повеќе продавници	Патриотизам (настојувам да купувам македонски производи)	Цена	Бренд	Промотивни активности	Атрактивно пакување	Препорака
Chi-Square	,997	6,199	1,983	2,128	10,989	4,016	1,109	5,951	4,209
df	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	,607	,045	,371	,345	,004	,134	,574	,051	,122

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: 12. Степен на образование

Kruskal – Wallis тестот покажа дека постои статистички значајна разлика во перцепциите за важноста на факторите при изборот на вино помеѓу испитаниците со различен степен на образование. Пакувањето, цената и големиот избор имаа големо влијание кај испитаниците со средно образование.

Табела бр.4 Перцепирање на важноста на факторите кои влијаат врз изборот на вино кај испитаниците со различно образование

Test Statistics^{a,b}

	Вкус	Голем избор	Достапност во повеќе продавници	Патриотизам (настојувам да купувам македонски производи)	Цена	Бренд	Промотивни активности	Атрактивно пакување	Препорака
Chi-Square	8,181	,523	,252	1,257	5,903	,720	,806	,405	1,969
df	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	,017	,770	,881	,533	,052	,698	,668	,817	,374

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: 13. Висина на нето приход по домаќинство (се мисли на месечен прилив на пари)

Kruskal – Wallis тестот покажа дека постои статистички значајна разлика во перцепцијата за важноста на факторите при изборот на вино кај испитаниците со различното ниво на приход во однос на два фактори – вкус и цена. Очекувано, цената имаше најголемо влијание кај издржуваните лица. Со ова се потврди и последната хипотеза.

Заклучок

Трудот нуди релевантни информации, поврзани со факторите и нивната важност при избор на вина кај македонските потрошувачи. Имено, разбирањето на факторите кои влијаат на изборот на вино, придонесуваат за подобрување на одлуките, поврзани со креирање на маркетинг микс.

Ова е прв труд во Република Македонија која ги истражува факторите кои влијаат врз изборот на вино и овозможува оригинални податоци кои можат да послужат како основа за идни истражувања. Трудот ги анализира перцепциите за важноста на факторите: вкус, голем избор, достапност во повеќе продавници, патриотизам, цена, бренд, промотивни активности и препорака при изборот на вино. Резултатите од истражувањето даваат важни информации за производителите и за дистрибутерите на вино од аспект на оптимално комбинирање на елементите од маркетинг миксот.

Како доминатни фактори се јавија вкусот, брендот, цената и достапноста во повеќе продавници.

Но, потребата да се увиди застапеноста на секој од факторите кај полот, образованието, приходот и возраста кај секој од испитаниците, придонесе за подетални информации кои можат да придонесат за подобри одлуки при креирањето на маркетинг одлуките.

Во однос на полот на испитаниците, Mann – Whitney U тестот покажа статистички значајни разлики помеѓу перцепциите за важноста на три фактори: големиот избор, достапноста во повеќе продавници и брендот. Во однос на возраста на испитаниците, Kruskal – Wallis тестот покажа дека постои статистички значајна разлика во перцепциите за важноста на два фактори: вкус и достапност, додека помеѓу испитаниците со различен приход постои статистички значајна разлика во перцепциите за важноста на два фактори: вкус и цена. Kruskal – Wallis тестот покажа дека постои статистички значајна разлика во перцепциите за важноста на три фактори: цена, голем избор и атрактивно пакување помеѓу испитаниците со различен степен на образование.

Како ограничување може да се смета што резултатите се однесуваат на производи од дадена (винска) категорија на производи. Во иднина треба да се настојува да се истражат факторите кои влијаат на купувањето на производи од други категории на производи. Исто така, за поголема репрезентативност, примерокот може да се прошири со испитаници од други земји. Во иднина треба да се испитаат ставовите и преференциите на македонските потрошувачи за домашните, во споредба со странските вина.

Користена литература:

1. Barber, N., Almanza, B. A., Donovan, J. R. (2006): “Motivational factors of gender, income and age on selecting a bottle of wine”, *International Journal of Wine Marketing*, Vol. 18, No.3, pp. 218-232.
2. Bastian, S., Alant, K., Bruwer, J., Li, E., (2005): “Consumer household role structures and other influencing factors on wine buying and consumption”, *The Australian & New Zealand Grapegrower & Winemaker*, No. 503, pp. 50-55.
3. Batt, P., (1998): “The value of wine medals in the Western Australian wine industry”, *The Australian Grapegrower and Wine maker*, No. 414a, pp. 139- 141.
4. Batt, P. J., Dean, A., (2000): “Factors influencing the consumer’s decision”, *Australian and New Zealand Wine Industry Journal - Marketing Supplement*, Vol.15, No.4, pp.34-41.
5. Bruwer, J., Wood, G., (2005): “The Australian online wine-buying consumer: Motivational and behavioural perspectives”, *Journal of Wine Research*, Vol. 16, No.3, pp. 193-211.
6. Bruwer, J., (2002): “ The Importance and Role of the Winery Cellar Door in the

- Australian Wine Industry: Some Perspectives”, *The Australian & New Zealand Grapegrower & Winemaker*, No. 463, pp. 96-99.
7. Chaney, I.M., (2000): “External search effort for wine”, *International Journal of Wine Marketing*, Vol. 12, No. 2, pp. 5-21.
 8. Charters, S., Lockshin, L., Unwin, T., (1999): “ Consumer responses to wine bottle back Labels”, *Journal of Wine Research*, Vol.10, No.3, pp. 183-195.
 10. Charters, S., Pettigrew, S., (2003): “The intrinsic dimensions of wine quality: an exploratory investigation”, *Proceedings of the International Colloquium in wine Marketing*, (pp. 1-21).
 11. Combris, P., Lecocq, S. and Visser, M., (1997): “Estimation of a Hedonic Price Equation for Bordeaux Wine: Does Quality Matter?”, *Economic Journal*, Vol. 107, pp. 390-402.
 12. Gluckman, R.L., (1990): “A consumer approach to branded wines”, *International Journal of Wine Marketing*, Vol. 2, No. 1, pp. 27-46.
 13. Hall, J., Lockshin, L., (2000): “Using means-end chains for analysing occasions - not buyers”, *Australasian Marketing Journal*, Vol.8, No.1, pp.45-54.
 14. Hall, J., Winchester, M., (2000): “What’s really driving wine consumers?”, *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, Vol.15, No.4, pp. 68-71.
 15. Hatak, I., Stöckl, A., (2008): “Purchasing wine as a gift; influencing factors and preferences: an empirical qualitative approach”, *4th International Conference of the Academy of Wine Business Research*, Siena, Italy.
 16. Jenster, P., Jenster, L., (1993): “The European wine industry”, *International Journal of Wine Marketing*, Vol. 5, No.1, pp. 30-74.
 17. Judica, F., Perkins, S., (1992): “A means-end approach to the market for sparkling wines”, *International Journal of Wine Marketing*, Vol.4, No.1, pp. 10-19.
 18. Koewn, C., Casey, M., (1995): “Purchasing Behaviour in the Northern Ireland Wine Market”, *British Food Journal*, Vol. 97, No.11, pp.17-20.
 19. Lockshin, L. , Hall, J., (2003): “Consumer purchasing behaviour for wine: what we know and where we are going”, *Wine Marketing Research Group*, University of South Australia
 20. Lockshin, L.S., Rhodus, W.T., (1993): “The effect of price and oak flavor on perceived wine quality”, *International Journal of Wine Marketing*, Vol. 5, No.2, pp. 13- 25.
 21. Mitchell, V.W., Greatorex, M., (1988): “Consumer risk perception in the UK wine Market”, *European Journal of Marketing*, Vol. 22, No.9, pp. 5-15.
 22. Mitchell, V.W., Greatorex, M., (1989): “Risk reducing strategies used in the purchase

- of wine in the UK”, *European Journal of Marketing*, Vol. 23, No.9, pp. 31-46.
23. Orth, U.R., Kruska, P., (2002): “Quality signals in wine marketing: the role of exhibition awards”, *International Food and Agribusiness Management Review*, Vol 4, No.4, pp. 385-397
24. Preszler, T., Schmit, T. M., (2009): “Factors Affecting Wine Purchase Decisions and Presence of New York Wines in Upscale New York City Restaurants”, *Journal of food distribution research*, Vol.40, No.3, pp.16-30.
25. Skuras, D., Vakrou, A., (2002): “Consumer’s willingness to pay for origin labeled wine: A Greek case study”, *British Food Journal*, Vol. 104, No.11, pp. 898-912.
26. Speed, R., (1998): “Choosing between line extensions and second brands: the case of the Australian and New Zealand wine industries”, *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 7, No.6, pp. 519-536.
27. Stanciu, S., Neagu, T. (2014): “The factors influencing consumers’behaviour on wine consumption in the moldovan wine market”, *International Conference “Risk in Contemporary Economy*, Galati, Romania.
28. Szolnoki, G., Herrmann, R., Hoffmann, D., (2010): “Origin, grape variety or packaging? Analyzing the buying decision for wine with a conjoint experiment”, *American Association of Wine Economists*, In: wine-economics.org/workingpapers/AAWE_WP72.pdf. AAWE Working Paper No. 72 Business.
29. Thompson, K.E., Vourvachis, A., (1995): “Social and attitudinal influences on the intention to drink wine”, *International Journal of Wine Marketing*, Vol. 7, No.2, pp. 35- 45.
30. Tustin, M., Lockshin, L., (2001): “Region of origin: Does it really count?”, *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, Vol.16, No.5, pp. 139-143.
31. Wade, C., (1999): “Reputation and its effect on the price of Australian wine”, *Australian and New Zealand Wine Industry Journal*, Vol. 14, No.4, pp. 82- 84.
32. <http://www.wineinstitute.org/resources/statistics> Per capita wine consumption by country 2013

DETERMINING THE FACTORS THAT INFLUENCE WINE PURCHASE DECISIONS OF MACEDONIAN CONSUMERS

Ezeni Brzovska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
ezeni@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Differentiation strategies contribute to distinguishing a product on the basis of attributes that are relevant, meaningful and valuable to consumers. The aim of this paper is to analyze factors that affect Macedonian consumers' decisions on selecting wines, in order to better understand the purchase process itself. Kruskal – Wallis and Mann – Whitney U tests showed statistical significant differences in determining the relevance of each factor with regard to the respondents' gender, age, education and income.

The research on the importance of the factors that influence decisions on selecting a particular wine contributes to the creation of an optimal combination of the elements in the marketing mix by wine producers and distributors.

Key words: *factors, wine, Macedonian consumers*

ТЕХНИЧКА АНАЛИЗА ЗА ВЛОЖУВАЊЕ ВО ИНВЕСТИЦИСКИ ФОНДОВИ СО КОИ СЕ ТРГУВА НА БЕРЗА (ETF)

проф. д-р Весна Буцевска

Универзитет “Св. Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет-Скопје, Р.Македонија
vesna.bucevska@eccf.ukim.edu.mk

Стефан Јовановски

info.jovanovski@gmail.com

Апстракт

Во овој труд се анализираат можностите за инвестирање на долг рок во инвестициски фондови со кои се тргува на берза (Exchange Traded Funds, во понатамошниот текст ETF). Акцентот е ставен на примената на техничката анализа, односно користењето на ARIMA моделот и статичкото предвидување, со цел да се донесе одлука за потенцијално вложување во ETF од областа на финансиската индустрија. Добиените резултати сугерираат да не се инвестира во испитуваниот фонд поради неизвесниот исход, поврзан со очекуваното високо флукутирање. Од друга страна, процесот на анализа и прецизноста во предвидувањето е најприменлив за репетивните инструменти.

Клучни зборови: *инвестициски фондови со кои се тргува на берза (ETF), техничка анализа, ARIMA модел, стационарност, статичко предвидување*

1. Вовед

Инвестициските фондови со кои се тргува на берза (Exchange Traded Funds, во понатамошниот текст ETF) се кошница од акции, обврзници или

други финансиски инструменти кои се тргуваат на берза со подеднаква едноставност и ликвидност како индивидуалните акции. Кошницата е всушност портфолио, кое слично на берзанскиот индекс содржи одреден сегмент на пазарот, како големи или мали компании. Вообичаено, тие го следат пазарот по индустрии, на пример, содржат само акции од областа на технологијата, финансискиот сектор, енергетскиот сектор или здравствениот сектор. Меѓу другото, ETF се достапни и за голем број други класи средства, почнувајќи од стоки, како, на пример, благородни метали и земјоделски производи, па сè до валути или деривативи.

Во однос на структурата, тие функционираат како типичен инвестициски фонд, односно ентитет кој поседува различни класи средства и ја дели сопственоста преку акции или удели на инвеститорите. Меѓутоа, во зависност од правната регулатива можат да бидат регистрирани и како trust или корпорација. Типично, ETF се слични во голема мера со заедничките фондови (“mutual funds”), но се разликуваат во можноста да бидат купени и тргувани во текот на целиот ден преку овластен брокер. Генерално, ETF нудат едноставна диверзификација, ниски трошоци и даночни поволности, кои се типични за фондовите кои го следат берзанскиот индекс, но во исто време задржуваат карактеристики својствени на индивидуалните акции, како, на пример, продавање на кратка позиција (“short-selling”).

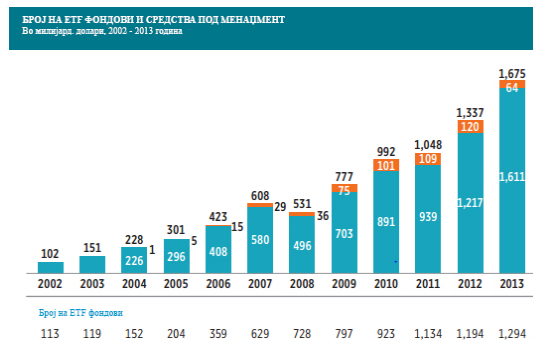
Поконкретно, некои од предностите кои ги нудат ETF се:

- **Ниски трошоци** – ETF имаат мали трошоци за маркетинг, дистрибуција и сметководство. Дополнително, иако постојат активно менаџирани фондови од ваков тип, претежно се работи за пасивни инвестициски фондови. Како резултат на тоа, годишниот принос на инвеститорот значајно се намалува за износот на платените провизии и надоместоци, за разлика од заедничките фондови;
- **Даночна ефикасност** – Со ETF се тргува на берза како со акции. Во тој контекст, наместо фондот да продава дел од својот имот, со цел да исплати некој инвеститор (како заедничките фондови), при што би се здобил со обврска да плати данок на добивка, инвеститорот едноставно го продава својот удел во фондот на друг инвеститор. Поради тоа, разликата во трошокот за даноци е значителна. На пример, во периодот 2001-2011 година заедничките фондови во просек плаќале годишно околу 6.46% данок, во споредба со ETF, кои имале трошок од незначителни 0.01%;
- **Диверзификација** – Во случај кога еден инвеститор би се одлучил да ги купи поединечно акциите на некој познат берзански индекс,

на пример индексот од избрани 10 компании во САД, трошокот би изнесувал можеби \$1000. За споредба, инвеститорот би можел да ја постигне истата диверзификација преку ETF кој е составен од тие акции за само \$100. Според тоа, може да се каже дека ETF ги намалуваат бариерите за влез, особено за малите инвеститори.

Бенефитите од тргувањето со ETF можат да се забележат и индиректно ако се земе предвид експлозивниот раст на ETF индустријата. Имено, во период од само седумнаесет години постоење, (од 1997 год., па сè до третиот квартал од 2014 година) ETF индустријата на глобално ниво достигнува вредност од \$2,6 милион милиони (EY, Global ETF Survey, 2015, стр. 2).

Слика 1. Раст на ETF индустрија по вкупни средства и број на фондови



Извор: www.SeekingAlpha.com

Освен брзиот раст, кој во одредени региони достигнува и стапка од 25% до 30%, важноста на ETF се согледува и во зголемениот удел во трансакциите на финансиските пазари. На пример, во август 2010 година, ETF претставувале 40% од вкупното тргување на финансиските пазари во САД (Blackrock, 2011, стр. 27). Врз основа на претходно кажаното, може да се констатира дека ETF фондовите полека, но сигурно, стануваат значаен играч во индустријата за управување со средства.

Како резултат на тоа, клучното прашање за инвеститорите е како да го изберат најефективниот метод за анализа на поединечните ETF од широкиот спектар на категории на фондови кои се достапни на пазарот. Дилемата е важна, бидејќи станува збор за финансиски инструменти кои се позиционирани на пресекот помеѓу активните и пасивните инвестициски

фондови.

Вообичаено, појдовна точка за анализа би била фундаменталната анализа. Ваквата анализа се темели на фундаменталните фактори, како што се: растот на добивката, анализа на билансите, односот цена/заработка (price-to-earnings), ефектот од нови вести и други. Со оглед на транспарентноста, односно фактот дека се обелоденети различните инструменти кои се вклучени во секој ETF и нивната процентуална застапеност, потенцијалниот инвеститор би можел да ги анализира секој од нив поединечно. Во ефикасен пазар, цената на ETF треба да биде идентична со цените на портфолиото од инструменти кои го сочинуваат, бидејќи и двата имоти имаат иста фундаментална вредност. Сепак, популарноста на ETF помеѓу институционалните инвеститори за шпекулативни цели и хецирање ги прави често да бидат предмет на шокови од страна на побарувачката, потреси што не се од фундаментална природа. На пример, можеме да предвидиме ситуација каде институционален инвеститор врши голема блок трансакција за продажба на ETF фондови поради потреба од ликвидни средства. Во ваков случај, инвеститорите кои имаат аверзија кон пазарни ризици би го купиле ETF и истовремено би го хецирале ризикот со продажба на кратка позиција на инструментите кои го сочинуваат неговото портфолио. Како резултат на тоа, иницијалниот ликвидносен шок на пазарот создава надолен тренд на поединечните инструменти од портфолиото, без конкретна фундаментална причина.

Алтернативен метод на анализа преку кој би можело да се стекне веројатност поголема од 50% во предвидувањето на овие комплексни и меѓусебно поврзани движења е темелната техничка анализа. Фундаменталните фактори, како, на пример, новите настани, се ирелевантни во овој метод. Инвеститорот единствено има потреба од познавањето на цената и обемот на тргување. Доколку тргувањето со ETF фондот има нагорен тренд одредено време, веројатноста е дека трендот ќе продолжи во тој правец. Техничката анализа нуди алатки за анализа на моментот кога тој тренд ќе започне со движење во одреден правец, како и на моментот кога движењето би ја променило насоката во инверзен правец, со дадена веројатност. Поради тоа, техничката анализа генерално се смета за поприменлива во случај на инвестирање во комплексни инструменти, како што се ETF.

Во продолжение на трудот ќе биде подетално елабориран процесот

на инвестирање во ETF од областа на финансиската индустрија во САД со примена на техничката анализа. Трудот е организиран на следниов начин: Во делот 2 даваме преглед на методологијата на истражувањето. Во делот 3 ги разгледуваме добиените резултати и донесуваме заклучок со одлука за или против инвестирање во дадениот ETF.

2. Методологија на истражувањето

Подолу спроведуваме техничка анализа за инвестирање во познат ETF, Vanguard Financial Index (во понатамошниот текст: VFI) којшто претставува портфолио на компании од финансискиот сектор во САД. VFI вклучува акции од комерцијални и од инвестициски банки, осигурителни компании, како и од други фирми кои нудат финансиски услуги. Главните ризици на овој ETF произлегуваат од тесниот обем на инвестиции, односно опфат на само една индустрија, како и високи ценовни флукуации.

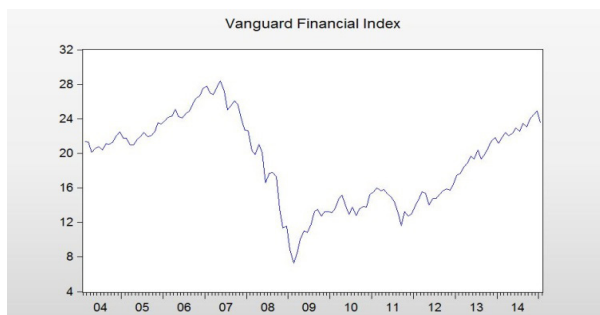
Во рамките на анализата користиме податоци кои го покриваат периодот од 2004 до 2015 година и се во форма на месечни опсервации. Тие се преземени од официјалната веб страница на Vanguard Financial Index (<https://investor.vanguard.com/corporate-portal>) и се коригирани за износот на исплатените дивиденди. Почетна точка во анализата е графичко претставување на временската серија (Слика 2).

Табела 1. Општ преглед на VFI

Број на акции	559
Учество во топ 10 инвестициски фондови	34,3%
Нето вредност на фондот	\$2.5 милијарди

Извор: <https://investor.vanguard.com/corporate-portal> (податоци на 31.1.2015 година).

Слика 2. Графичко претставување на временската серија VFI



Извор: Пресметка на авторите.

Од графиконот на Слика 2 може да се забележи почетно растечки тренд сè до 2007 година, по што забележуваме силен пад до средината на 2008 година. Имајќи предвид дека го анализираме финансискиот сектор, без подетална анализа можеме да констатираме дека падот е предизвикан од финансиската криза и воедно тој претставува доминантна карактеристика на временската серија.

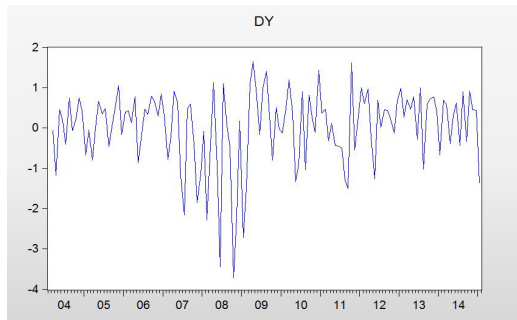
За време на глобалната финансиска криза бевме сведоци на исклучителни настани, почнувајќи од спасувањето на Fannie Mae и Freddie Mac од страна на федералната влада на САД, до најголемиот банкрот во историјата на капитализмот, пропаѓањето на Lehman Brothers. По 2008 година, финансискиот сектор бележи умерен раст, со благ пад во средината на 2011 година, додека флукуациите кои следат се, главно, резултат на одредени пенали кои ги плаќаат инвестициските банки поради финансиската криза.

Од аспект на техничката анализа, постоењето на тренд укажува на веројатност од постоење на нестационарна серија. Важно е прецизно да се детерминира стационарноста на податоците, бидејќи доколку се покаже дека серијата е нестационарна, тогаш не би било возможно да се направи предвидување на нејзините движења. Во таа насока, го спроведуваме популарниот Dickey-Fuller тест за единечен корен. Согласно со иницијалните очекувања, по направените тестирања се доаѓа до заклучок дека серијата е нестационарна. Резултатите покажуваат дека p -вредноста е еднаква на 0.7723, односно повисока од критичната вредност. Средината на временската серија не е константна, што е типично за повеќето стохастички

процеси. Поради тоа, потребно е да се изврши диференцијација од прв ред.

Од равенката ги исклучуваме отсечокот и трендот поради добиените претходни резултати за нивната незначајност. Конечно, резултатот покажува дека p -вредноста е еднаква на 0.0000, односно $p < \alpha$, а t -статистиката во апсолутна вредност е значително повисока за сите нивоа, што значи дека нултата хипотеза, која гласи дека серијата е стационарна, не се отфрла и велиме дека се работи за стационарна серија. За илустрација изработуваме нов графикон (Слика 3).

Слика 3. Прва диференцијација на VFI



Извор: Пресметка на авторите.

Во споредба со иницијалната серија, забележуваме дека по извршената прва диференцијација вредностите осцилираат околу нулата, односно стационарноста можеме да ја констатираме и визуелно.

Дополнително, би требало да нагласиме дека стационарноста ја проверуваме и со помош на корелограм (Слика 4), при што добиваме неколку коефициенти на автокорелација кои се различни од нула и се статистички значајни. Поконкретно, тоа значи дека независно што серијата на диференцијата е стационарна, таа не е процес на бел шум.

3. Резултати

Откако извршивме трансформации и тестиравме дека се работи за нестационарна серија, понатаму можеме да преминеме на идентификување и поставување на моделот за предвидување. Притоа, идентификувањето

на ARIMA моделот се заснова на два пристапа: прво, со користење на функцијата на автокорелација и парцијална автокорелација и второ, врз основа на одреден информациски критериум.

Поконкретно, врз основа на податоците добиени од корелограмот, односно преку коефициентите на автокорелација кои се различни од нула го идентификуваме редот. Притоа, коефициентите на автокорелација (θ) се класифицираат како значајни доколку се надвор од границата $\pm 1.96 \times 1 \div (T)^{1/2}$. Така, по кратката пресметка утврдуваме дека за серијата на VFI коефициентите ќе бидат значајни доколку се надвор од опсегот: ± 0.1713 .

Врз основа на тоа, се поставуваат следниве хипотези:

H_0 : $\theta = 0$ - коефициентот на автокорелација не е статистички значаен.

H_1 : $\theta \neq 0$ - коефициентот на автокорелација статистички е значаен.

Имено, нултата хипотеза укажува на независен распоред, односно непостоење на корелација во популацијата од која е земен примерокот. Како резултат на тоа, алтернативната хипотеза означува дека серијата покажува некакви знаци на сервиска корелација и не може да се користи за предвидување во таква форма.

Имајќи го предвид интервалот ± 0.1713 , како значајни коефициенти на корелација од корелограмот ги земаме:

AR (4,8,11,25) **MA** (3,4,11,12,29) **ARIMA** (4,11)

Авторегресивниот модел е во облик на повеќекратен праволиниски регресиски модел и поради тоа може да биде оценуван со помош на методот на најмали квадрати.

По спроведениот тест, секоја p -вредност на **AR** и **MA** се споредува со критичната вредност. Притоа, доколку p -вредноста на **AR** или **MA** е поголема од вредноста на $\alpha = 0.05$, тогаш се заклучува дека конкретниот коефициент треба да се исклучи од моделот. Другите коефициенти се статистички значајни, односно тие се земаат во предвид при конструирањето на ARIMA моделот.

По споредбата на секоја p -вредност за **AR** и **MA** со вредноста на α се доаѓа до заклучок дека значајни се коефициентите: **AR** (4) **MA** (4) **MA** (11) и со нив се поставува **ARIMA** моделот. Притоа, со комбинирање на претходно наведените статистички значајни коефициенти се избира оној модел за кој вредностите на избраните информациона критериуми ќе бидат најниски.

Со информациските критериуми се отстранува субјективноста која може да се јави при користењето на првиот пристап. Во изборот на овој модел се користат Акаикевиот информациски критериум (*AIC*) и Шварцовиот информациски критериум (*SBIC*). Воедно, важно е да се каже дека *SBIC* многу построго го казнува вклучувањето на дополнителни параметри, за разлика од *AIC*.

Добиените *p*-вредности покажуваат дека параметрите на двата модела се статистички значајни. Во тој контекст, рангирањето ќе се направи според резултатите за добиените информациски критериуми. За полесна споредба, добиените вредности за *AIC* и *SBIC* се прикажани кумулативно подолу.

Табела 2. Преглед на вредностите за *AIC* и *SBIC*

	<i>AIC</i>	<i>SBIC</i>
<i>MA</i> 11	2.638575	2.682471
<i>AR</i> 4	2.700232	2.745022
<i>MA</i> 4	2.699125	2.743022

Извор: Пресметка на авторите.

Моделот *MA* (11) има најмали вредности по двата критериуми и поради тоа се избира како најдобар можен модел за *VFI*.

За да бидеме сигурни дали го имаме оптималниот модел за предвидување, го користиме корелограмот на резидуалите на моделот. Ако помеѓу коефициентите на автокорелација и парцијална корелација на резидуалите имаме значајни отстапувања, тоа ни укажува дека сè уште не го поседуваме оптималниот модел за предвидување. На корелограмот забележуваме значајно отстапување во четвртата опсервација (0.216) и за да го отстраниме тоа отстапување, го додаваме параметарот *AR*(4). По направената промена, корелограмот го добива обликот на Слика 4.

Врз основа на добиените резултати, може да заклучиме дека нема значајни варијации помеѓу коефициентите на резидуалите на автокорелација и парцијална корелација што укажува на добар модел за предвидување. Според тоа, крајниот модел за предвидување е *AR*(4) *I*(1) *MA*(11).

Тест 5: Корелограм DY AR(4) MA(11)

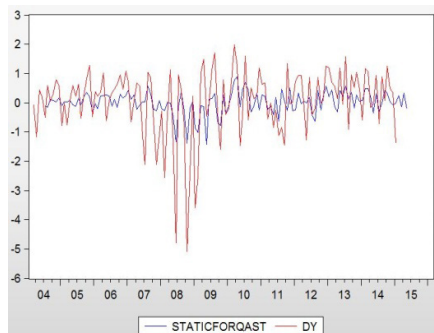
Date: 02/24/15 Time: 12:38
 Sample: 2004M07 2015M01
 Included observations: 127
 Q-statistic probabilities adjusted for 2 ARMA term(s)

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob
		1 0.121	0.121	1.9083	
		2 0.000	-0.014	1.9083	
		3 0.120	0.124	3.8163	0.051
		4 -0.013	-0.045	3.8402	0.147
		5 0.059	0.073	4.3150	0.229
		6 -0.115	-0.154	6.1208	0.190
		7 -0.043	0.005	6.3681	0.272
		8 0.077	0.060	7.1908	0.304
		9 -0.040	-0.021	7.4090	0.388
		10 -0.029	-0.026	7.5248	0.481
		11 -0.065	-0.065	8.1152	0.523
		12 0.047	0.069	8.4358	0.586
		13 -0.004	-0.039	8.4384	0.674
		14 -0.083	-0.038	9.4444	0.665
		15 0.103	0.106	10.998	0.611
		16 0.061	0.036	11.546	0.643
		17 -0.084	-0.107	12.591	0.634
		18 -0.042	-0.034	12.855	0.683
		19 0.072	0.103	13.634	0.693
		20 -0.065	-0.120	14.276	0.711

Извор: Пресметка на авторите.

По изборот на добар модел за предвидување, може да се изврши предвидување на временската серија. Предвидувањето го правиме со методот на статичко предвидување. Статичкиот метод претставува низа од предвидувања со еден чекор напред. Ова предвидување ги користи вистинските вредности на зависните променливи, доколку се достапни. Резултатот е прикажан на Слика 5.

Слика 5: Статичко предвидување



Извор: Пресметка на авторите.

Графиконот на Сликата 5 јасно укажува на флукутации во движењето на VFI во текот на 2015 година.

Пред да донесеме конечна одлука дали да се инвестира во дадениот фонд, потребно е да провериме колку се веродостојни информациите кои ги добивме со предвидувањето. Во таа насока, ги разгледуваме следниве грешки:

- **пропорција на пристрасност (*bias proportion*)**, која покажува колку се разликува просечната вредност на предвидувањето од просечната вредност на вистинските (остварените) вредности на серијата;
- **варијансна пропорција (*variance proportion*)**, која покажува за колку се разликува варијансата на предвидувањето од варијансата на вистинските (остварените) вредности на серијата и
- **коваријансна пропорција (*covariance proportion*)**, која ги опфаќа другите несистемски грешки на предвидувањето.

Доколку предвидувањето е добро, пропорцијата на пристрасност и варијансната пропорција ќе бидат мали, односно најголем дел од грешката на предвидувањето ќе биде концентрирана во коваријансната пропорција.

Добиените резултати за VFI моделот се прикажани во Табелата 3.

Табела 3. Грешка на статичкото предвидување

Пропорција на пристрасност	Варијансна пропорција	Коваријансна пропорција
0.000284	0.41088	0.588828

Извор: Пресметка на авторите.

Овие вредности укажуваат дека најголем дел од грешката на предвидувањето е концентрирана во коваријансната пропорција. Согласно со тоа, може да се заклучи дека моделот и предвидувањето се добри.

4. Заклучок

Врз основа на добиените резултати од предвидувањето, конечната препорака е да не се инвестира во дадениот фонд поради неизвесниот исход, поврзан со очекуваното високо флукутирање.

Како генерален заклучок може да се констатира дека техничката анализа, независно од негативната препорака во конкретниот пример, претставува компаративно побрз метод за анализа на потенцијални инвестиции во ETF индустријата. Имено, фундаменталната анализа може со сигурност да кажеме дека би одзела драстично повеќе време поради потребата да се анализираат поединечно инструментите кои го сочинуваат ETF. Дополнително, сметаме дека брзината во техничката анализа не е придобивка за сметка на прецизноста, бидејќи таа пружа бројни алатки со кои може да се пресмета веројатноста на исходот од предвидувањето.

Користена литература:

1. Agung, I., (2009), *Time Series Analysis Using EViews*, Wiley.
2. Blackrock (2011), *ETF Landscape Industry Review End H1 2011*, pp. 1-164.
3. EY (2015), "EY Global ETF Survey: 2015 and beyond", <http://www.ey.com/GL/en/Industries/Financial-Services/Asset-Management/EY-global-etf-survey-2015-and-beyond>.
4. Franzoni, F., Moussawi, R. and Itzkah, B. (2012), *ETF's, Arbitrage and Contagion*, LSE.
5. Kaminska, I. (2009), *Statistical Arbitrage and the Big Retail ETF Confusion*, Financial Times, London.
6. The Vanguard Group, Inc. (2015), <https://investor.vanguard.com/corporate-portal>
7. Vogelpang, B., (2005), *Econometrics – Theory and Applications with EViews*, Financial Times.
8. Wagner, D., (2012), *Trading ETF's – Gaining and edge with technical analysis*, Wiley (2 edition).
9. Zivot, E., (2015), *An Introduction to Computational Finance and Financial Econometrics (lecture notes), Lecture Note 3*, University of Washington.

INVESTING IN EXCHANGE TRADED FUNDS (ETF) - TECHNICAL ANALYSIS

Vesna Bucevska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
vesna.bucevska@eccf.ukim.edu.mk

Stefan Jovanovski

info.jovanovski@gmail.com

Abstract

In this paper, we analyze long-run investments in Exchange Traded Funds (ETF). Namely, the paper discusses the utilization of technical analysis, i.e. the application of the ARIMA model and static forecasts, with the purpose of deciding on a potential investment opportunity in an ETF that tracks the financial industry. The results obtained advise against investing in that specific ETF due to the uncertain yield related to the high fluctuations expected. The analysis process and the forecasting precision, on the other hand, are deemed most applicable for repetitive instruments.

Key words: *Exchange Traded Funds, ETF, technical analysis, ARIMA model, stationarity, static forecast.*

УДК: 631.147: 658.89 (487.7)

ФАКТОРИ КОИ ВЛИЈААТ ВРЗ ОДЛУКАТА НА ПОТРОШУВАЧИТЕ ЗА КУПУВАЊЕ НА ОРГАНСКИ ПРОИЗВОДИ

проф. д-р Елена Дорева

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје

Економски факултет – Скопје, Р.Македонија

doreva.elena@gmail.com

Апстракт

Современото земјоделство користејќи вештачки хемиски соединенија, најразлични средства за ѓубрење и заштита на растенијата и сл., го нарушува хармоничниот живот на земјата. За разлика од современото, органското производство обезбедувајќи хармонично управување со хранливите материји, има за резултат вкусен, здрав органски производ со висока хранлива вредност, богат со макро и микроелементи и витамини. Органскиот производ е резултат на органско производство кое се одвива со примена на агротехнички мерки кои ја исклучуваат употребата на синтетичко - хемиски средства. Редовното консумирање на органски производи од страна на потрошувачите придонесува за зачувување и подобрување на здравјето на луѓето и спречување на појавата на бројни болести. Притоа, не смеат да се забораат бројни фактори кои влијаат врз донесувањето на одлука за купување на органски производи. За таа цел, во рамките на овој труд е спроведено истражување, со цел да се потенцира нивното значење како би можеле компаниите да ги структурираат своите активности во насока на задоволување на потребите на потрошувачите.

Клучни зборови: *органско производство, фактори на потрошувачка, органски производ, однесување на потрошувачите.*

Вовед

Предмет на истражување на овој труд се факторите кои влијаат врз одлуката на потрошувачите за купување на органска храна. Органското земјоделство е систем на производство кој го одржува здравјето на почвата, екосистемите и на луѓето. Тоа се потпира на еколошки процеси, биолошка разновидност и циклуси, прилагодени на локалните услови, наместо употребата на хемиски препарати со негативни последици. За да се одржи продуктивноста на почвата, органското земјоделство комбинира традиција, иновација и наука и се потпира на земјоделски техники, како што се плодоред (ротација на културите), зелено ѓубрење, компостирање и биолошка контрола на штетниците (Organismacedonia, 2015).

Органското земјоделство ефикасно ги решава овие проблеми, затоа што нуди похуман начин на производство на храна, во прв план го става здравјето на човекот и ја почитува природната еколошка рамнотежа, избегнувајќи загадување на околината.

Органското земјоделство е насочено кон иднината и на понатамошен развој не само од аспект на заштита на животната средина и унапредување на здравјето на луѓето, туку и од аспект на економски просперитет (Maof.org.mk, 2015).

Органското производство ја исклучува или строго ја ограничува употребата на синтетичките ѓубрива, пестицидите (кои вклучуваат хербициди, инсектициди и фунгициди), регулаторите на раст како хормони, антибиотици, адитиви во храната и генетски модифицирани организми. Едноставно речено, органското производство е земјоделски систем кој има за цел на потрошувачот да му овозможи здрава, вкусна и природна храна (Organismacedonia, 2015).

Органското производство на храната се темели на биолошката контрола и исфрлање од употреба на тешките хемиски средства. Тоа значи здрава земја, семе кое не е третирано хемиски, наводнување со чиста вода и забрана за употреба на какви било хемиски средства за прскање (Maof.org.mk, 2015).

Методологија на истражувањето

Цели на истражувањето во рамките на овој труд се разбирање на значењето на поимот органска храна; откривање на факторите на потрошувачка кои стојат зад купувањето на органска храна и имплементација на сознанијата во рамките на практичните маркетиншки цели.

При изработката на трудот се користени секундарни податоци. За прибирање на примарни податоци, користен е методот на испитување. Истражувањето е структурирано со користење на прашалник во кој се опфатени 7 прашања (од кои 6 се затворени прашања и 1 прашање кое нуди можност за рангирање). Во истражувањето се опфатени 200 испитаници од помладата популација на возраст од 18 до 26 години, што значи дека е користен мал намерен примерок. Заклучоците од истражувањето се донесени по пат на дедукција како еден од најприфатливите начини на аргументирање.

Органски производи – потрошувачка и карактеристики

Органските производи се квалитетни и безбедни намирница од одржливо производство. Обработливата земја е најголемо природно богатство на секоја нација. Земјата обезбедува хранливи материи за растенијата. Органските материи во вид на хумус и на милијарди микроорганизми ја прават земјата жива и способна природно да се регенерира преку долг временски период и да ги обезбеди сите хранливи материи, макро и микроелементи за потребите на растенијата. Современото земјоделство кое користи синтетички хемиски соединенија за ѓубрење и заштита на растенијата, го нарушува хармоничниот живот на земјата, а со начинот на обработка се расипува структурата која е подложна на разни видови ерозија (ветар, вода, сонце). Називите „органски“, „биолошки“ и „еколошки“ се синоними за означување на производи, добиени по методи на органско производство. Секоја земја се определува за еден од називите или кратенка која се користи во праксата. Во Унгарија, Хрватска, Шпанија, Данска и Шведска се користи изразот еколошки производ. Велика Британија, САД, Австралија, Босна и Херцеговина, Албанија и Србија во законската регулатива и пракса го користат називот органски производ,

исто како во Македонија. Терминот биолошки производ се употребува во Германија, Холандија, Франција, Италија, Португалија и Грција. Со ознаката „Деметер“ се обележува биодинамички производ, при чие производство, освен методите за органско производство, се користат и биодинамички препарати и се земаат предвид вселенските влијанија (Maof.org.mk, 2015). Правилата за органско производство одредуваат преоден период од најмалку една година, но понекогаш неколку години, пред производството да добие статус на “органско производство”. Причина е тоа, што можат да бидат потребни и неколку години за резидуите од употребуваните хемикалии целосно да исчезнат од почвата. За време на периодот на преод, производителите се наоѓаат во неповолна позиција. Не им е дозволено да користат пестициди или хемиски ѓубрива, а истовремено, тие сè уште немаат предност на продажба на нивните производи како органски. Голем дел од земјите, а до скоро време и Европската унија, за да им помогнат на производителите да остварат доволни приходи за време на тешкиот преоден период, овозможуваат производителите да ги обележат и продаваат своите производи, како “органски во преод”. Потрошувачите, притоа, имаат можност да купат “органски производи во преод” и да платат малку повисока цена за производи кои не се произведени со употреба на пестициди и вештачки ѓубрива. Со оглед дека Македонија е во рана фаза на развојот на органското производство и домашниот пазар за органски производи, “органските производи во преод” може да се продаваат и како такви да бидат означени. За да се обезбеди почитување на правилата, утврдени во Законот за органското производство, процесот на контрола го вршат овластени контролни и сертификациски тела, под надзор на Министерството за земјоделство, шумарство и водостопанство на Р.Македонија, како институција одговорна за воспоставување на систем за инспекција. Овластените контролни и сертификациски тела мора да имаат соодветен компетентен персонал и да бидат акредитирани во рамките на Општите барања на ЕУ за тела кои работат според системите за сертификација на производи (Organicmacedonia, 2015). Органските производи се здрави за консумирање пред сè заради тоа што (Maof.org.mk, 2015):

1. Содржат корисни и хранливи материи- богати се со витамини, минерали, антиоксиданти и други биолошки активни материи.
2. Затоа што се безбедни - не содржат материи штетни за здравјето (остатоци од пестициди, тешки метали, хормони, ветеринарски препарати,

микотоксин); не содржат синтетички адитиви и препарати и сл.

3. Затоа што се пријатели на животната околина - потекнуват од одржливо производство; не содржат синтетичко-хемиски заштитни средства и вештачки ѓубрива кои ја загадуваат животната средина, земјата, воздухот, површинските и подземните води; го чуваат биодиверзитетот; приоритет имаат обновливите извори на енергија; потекнуваат од затворен циклус на производство кој е во хармонија со природата.

4. Затоа што се пријатели на животните- животните се одгледуваат во природни услови; придонесуваат за доброто на животните.

5. Затоа што имаат подобар технолошки квалитет - поголемата содржина на сува материја овозможува подобро одржување на производите во текот на транспорт; при преработката се троши помалку енергија.

6. Затоа што имаат поголема биолошка вредност- производството во хармонија со законите на природата на производот му дава повеќе животна сила која директно е одговорна за имунитетот и виталноста на човечкиот организам.

7. Затоа што имаат одличен вкус, боја и арома.

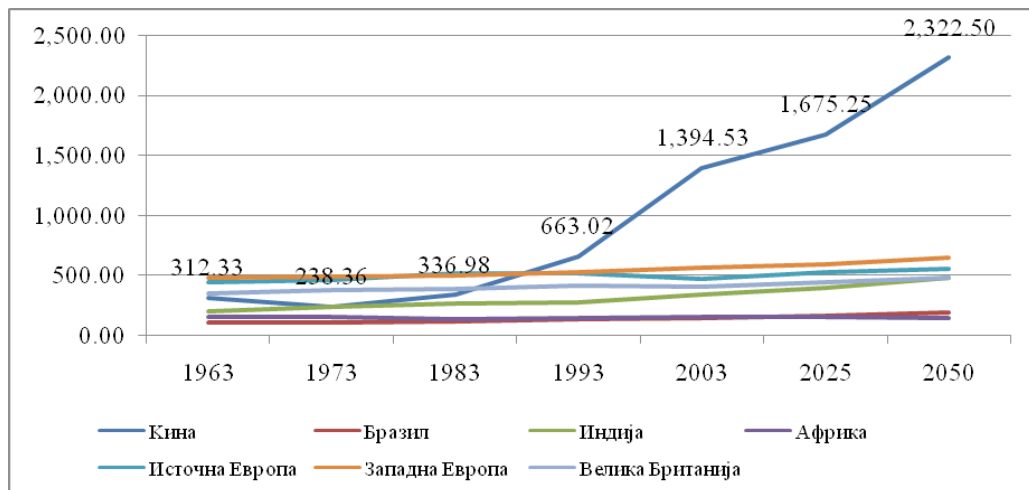
Глобално и за различни региони на светот движењата и проекциите за производство на храна до 2050 година, во голема мера се должат на новите потрошувачки трендови кои значат зголемување на бројот на населението кое практикува здрав начин на исхрана, здравствените последици со кои се соочува населението во речиси сите земји и сл.

Во пошироката домашна јавност општоприфатено е мислењето дека во РМ се произведува органска храна, дека населението се храни здраво и сл. Но, дали е тоа така и какви промени во исхраната внесе брзото темпо на работа и колку македонските потрошувачи се запознати со тоа што значи органска храна?

Овошјето и зеленчукот се богати со витамини и минерали, кои се природни одбранбени состојки против многу болести. Научниците сè уште не ги откриле сите хранливи состојки, кои делуваат како заштита на организмот против болестите.

Затоа се препорачува потребните витамини и минерали да се внесуваат преку свежото овошје и зеленчук, а не преку синтетските препарати, разни додатоци или екстракти од храна, кои може да се купат во аптеките (Канцер, 2012). Дневната потрошувачка на зеленчук и овошје во грамови по глава на жител се разликува од регион до регион.

Графикон 1. Потрошувачка на зеленчук по региони (дневно/грамови/глава на жител)

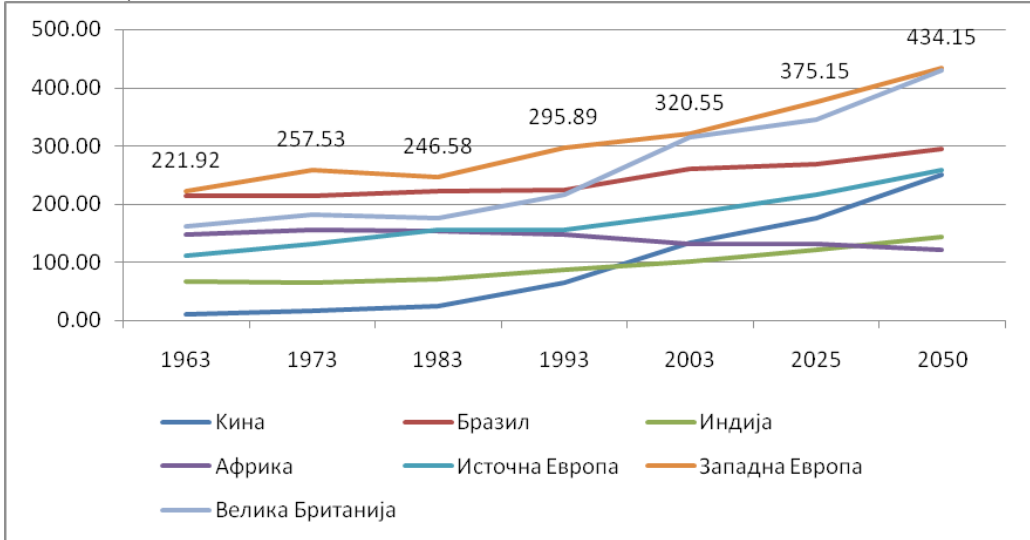


Извор: <http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/365/1554/2793/T1.expansion.html>[посетено на 17.07.2013]

Во поголемиот дел од регионите поголема е потрошувачката на зеленчукот отколку на овошјето, со исклучок на Бразил. Според проекциите од 1963 до 2050 година со мали падови забележани се стапки на пораст во дневната потрошувачка по глава на жител и кај зеленчукот и кај овошјето.

Овој пораст ќе биде особено изразен во периодот до 2025-2050 година во речиси сите земји, со исклучок на Африка, каде проценките упатуваат на определен пад во потрошувачката по глава на жител.

Кај нас тоа е само во почетен стадиум, иако здравата храна во светот чини многу поскапо од конвенционалната, а кај нас таа е за околу една третина поскапа.

Графикон 2. Потрошувачка на зеленчук по региони (дневно/грамови/глава на жител)

Извор <http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/365/1554/2793/T1.expansion.html>
[посетено на 17.07.2013]

Во светски рамки, внесувањето на бројот на калории по глава на жител бележи стапки на постојан пораст, почнувајќи од 1979/1981 кога дневното внесување изнесувало 2549kcal па сè до 2015 година кога дневното внесување изнесувало 2950 kcal (зголемување од околу 400 kcal по глава на жител).

Табела 1. Килокалории по жител врз база на дневната потрошувачка на храна по глава на жител (kcal по жител дневно)

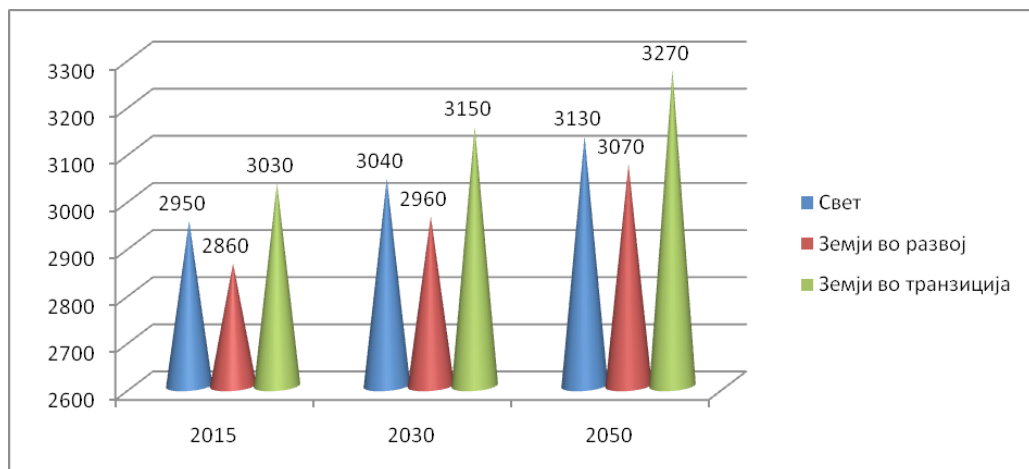
	1969/71	1979/81	1989/91	1999/01	2015	2030	2050
Свет	2411	2549	2704	2789	2950	3040	3130
Земји во развој	2111	2308	2520	2654	2860	2960	3070
Земји во транзиција	3323	3389	3280	2900	3030	3150	3270

Извор:<http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/365/1554/2793/T1.expansion.html>, пристапено на 01.04.2015

Проценките покажуваат дека ваквата тенденција ќе продолжи и во периодот од 2015-2030 година за да го достигне својот врв во 2050 година

кога бројот на внесени калории по глава на жител се планира да достигне ниво од 3130 kcal или зголемување од околу 700 kcal во однос на 1969/1971 (кога нивото изнесува 2411 kcal) или за околу 200 kcal во однос на периодот 2015 до 2050. Вакви тенденции се забележани и во земјите во развој, па така дневното внесување на kcal во периодот од 1979/1981 кога изнесувало 2308 kcal се зголемило за околу 560 kcal по глава на жител до 2015 година кога дневното внесување изнесувало 2860 kcal.

Табела 2. Предвидување на бројот на внесени килокалории по глава на жител (kcal по жител дневно) врз база на проценките за дневна потрошувачката на храна во светот, во земјите во развој и земјите во транзиција во периодот 2015-2050



Извор: <http://rstb.royalsocietypublishing.org/content/365/1554/2793/T1.expansion.html>, пристапено на 01.04.2015

Според предвидувањата, ваквата тенденција во земјите во развој ќе продолжи и во периодот од 2015-2030 година за да го достигне својот врв во 2050 година кога бројот на внесени калории по глава на жител во земјите во развој се планира да достигне ниво од 3070 kcal или зголемување од околу 900 kcal во однос на 1969/1971 (кога нивото изнесувало 2111 kcal) или за околу 110 kcal во однос на периодот 2015 до 2050. Малку поинакви се тенденциите на пазарите на земјите во транзиција. Имено, на овие пазари се забележани највисоки стапки на внесување на калории по жител во периодот 1979/1981 кога нивото изнесувало 3389 kcal. Од тој период, па сè

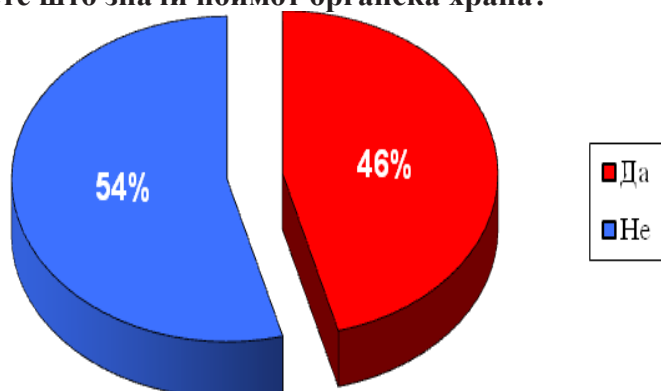
до 1999/2001, овие стапки покажуваат тенденција на намалување. Па така, намалување за околу 100 kcal е забележано во периодот 1979/1981 (3389 kcal) во однос на периодот 1989/1991 кога тоа ниво достигнува висина од 3280 kcal. Намалувањето е зголемено за околу 280 kcal во 1999/2001 во однос на 1989/1991 или за околу 480 kcal во однос на 1979/1981. Според предвидувањата, почнувајќи од 2015, па сè до 2050 ќе бележат стапка на пораст за околу 100 kcal (2030 во однос на 2015, па 2050 во однос на 2030). За жал, бројот на консументи на органска храна во Р. Македонија е минимален. Надворешните пазари се рестриктивни и тешко достапни. Малкумина знаат дека Алкалоид, иако е примарно фармацевтска компанија, е првата на Балканот со органски сертификат за дел од чаевите, добиен уште во 1997 година. Меѓу првите компании кои прават органски производи е и Виталиа. Виталиа произведува органски џемови и чаеви, пред сè, поради својата определеност за поддршка на овој перспективен сегмент, но засега без комерцијални ефекти. Последните години, како последица на економската криза, продажбата на органски производи во развиените земји опаѓа, а тоа се должи на стандардно повисоките цени на овој тип производи, предизвикани од спецификите на производството. Единствено решение за поттикнување на потрошувачката на органска храна е ценовното изедначување со конвенционалната храна, а тоа е можно преку субвенционирање на производството и преку промоцијата на овие производи (Капитал, 2012).

Како фактори кои се истражуваат од страна на компаниите, освен економските и социолошките фактори, се јавуваат и психолошките фактори (мотивацијата и перцепцијата, учењето на потрошувачот, знаењето).

Истражување на факторите на потрошувачка и нивното влијание при купувањето на органска храна во Р. Македонија

Истражувањето е структурирано со користење на прашалник во кој се опфатени 7 прашања (од кои 6 се затворени прашања и 1 прашање кое нуди можност за рангирање). Во истражувањето се опфатени 200 испитаници од помладата популација на возраст од 18 до 26 години, што значи дека е користен мал намерен примерок. Резултатите на ова истражување ќе бидат прикажани во понатамошното излагање, а на крајот ќе биде даден заклучок, како и некои предлози за подобрување на тековната состојба на овој пазар.

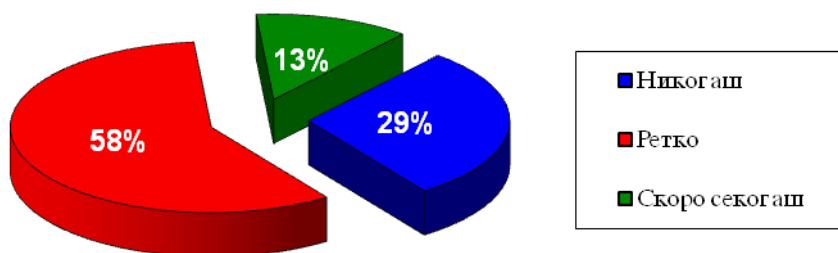
1. Дали знаете што значи поимот органска храна?



Се утврди дека 54% од испитаните не знаат што се подразбира под поимот органска храна, а 46% се добро запознаени. Заклучок е дека популацијата во Македонија е релативно слабо запознаена со тоа што значи органска храна и компаниите кои се јавуваат како нејзини производители, неопходно е да посветат поголемо внимание на процесот на информирање на потрошувачите за прашањата поврзани со органската храна (состав, бенефиции од нејзиното користење и сл.).

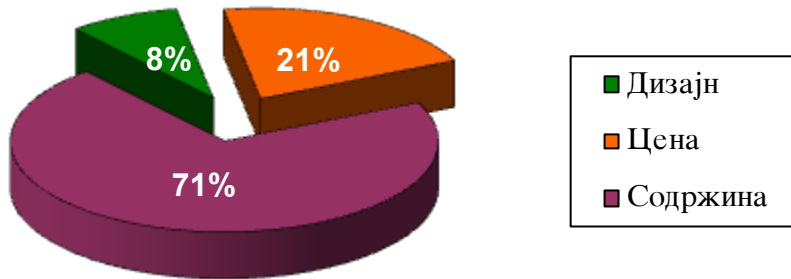
2. Колку често купувате органска храна?

- а. Никогаш.
- б. Ретко.
- в. Скоро секогаш.
- г. Секогаш.



Популација во Македонија, младите, а и постарите, многу ретко купуваат органска храна, тоа го потврдува и самиот график кој покажува дека 59% од младата популација ретко купува органски производи, потоа 29% коишто не се за потценување никогаш не го прават тоа, а само 12% се изјасниле дека тоа го прават скоро секогаш. Ниту еден од испитаниците не се изјаснил дека секогаш купува органска храна.

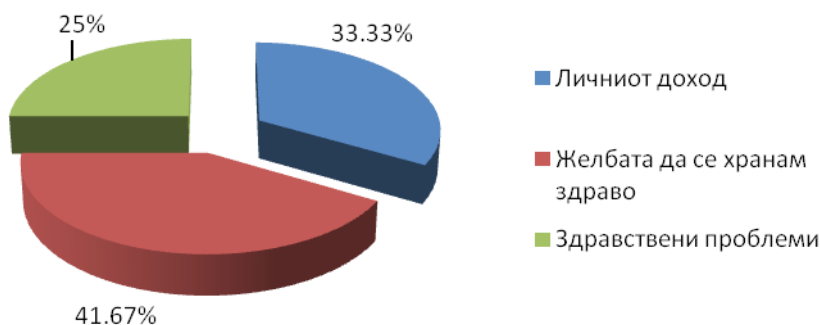
3. Што најпрво забележувате кога купувате органска храна?



Резултатите покажуваат дека потрошувачите на прво ја забележуваат содржината на производот и тоа високи 71%. За цената се изјасниле 21%, што е низок процент. Меѓутоа, со оглед на тоа што испитаниците се од помладата популација, не е изненадувачки. На крајот, само 8% се изјасниле за дизајнот на амбалажата што и не е така зачудувачки. Ниту еден од испитаните не се определил за амбалажата. Од резултатите може да се заклучи дека на потрошувачите сè повеќе им е важна содржината на производот отколку цената или дизајнот на амбалажата што испраќа јасен сигнал до компаниите дека е неопходно да знаат какви вредности им нудат на потрошувачите за да се позиционираат на вистинскиот пазар.

4. Кој фактор најмногу влијае на вашата одлука за купување на органска храна?

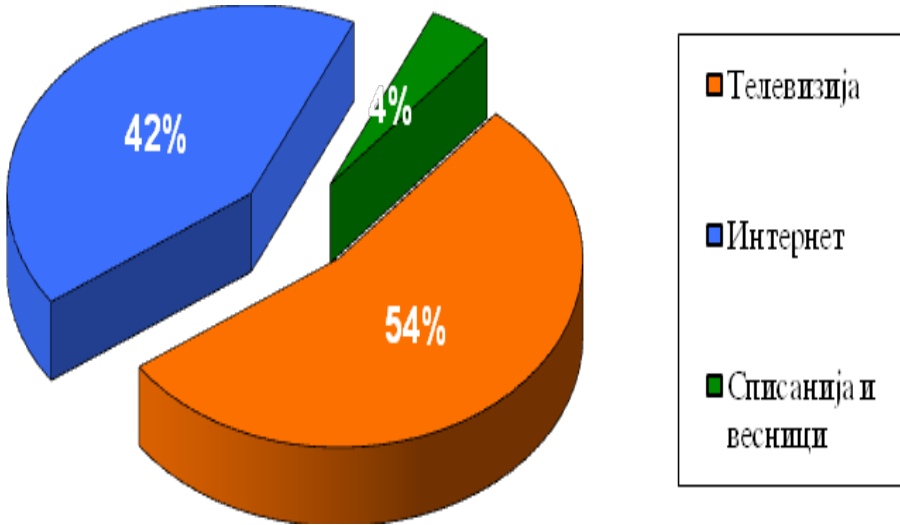
- а. Личниот доход (економските фактори).
- б. Желбата да се хранам здраво (психолошки фактор).
- в. Здравствените проблеми (лични фактори).
- г. Културата и супкултурата (социолошки фактор).



Кај ова прашање резултатите се прилично изедначени. Сепак, желбата да се хранам здраво е застапена со 42% и е во благо водство пред другите фактори. Личниот доход како важен економски фактор е на второ место со 33%, а добар дел од испитаниците се изјаснија за здравствените проблеми како значаен фактор за купување на органска храна и тоа 25%. Тука културата и супкултурата како социолошки фактори не добија ниту еден процент. Иако резултатите се прилично изедначени, сепак, генерално, може да се заклучи дека: при донесување на одлука за купување на органска храна како најзначајни се јавуваат психолошките фактори (42%), на второ место доаѓаат економските фактори (33%) и на трето место со (25%) се личните фактори.

5. Преку кој медиум за масовна комуникација најчесто сакате да добивате информации за значењето од внесување на органска храна во вашата исхрана?

- а. Телевизија.
- б. Списанија и весници.
- в. Радио.
- г. Интернет.

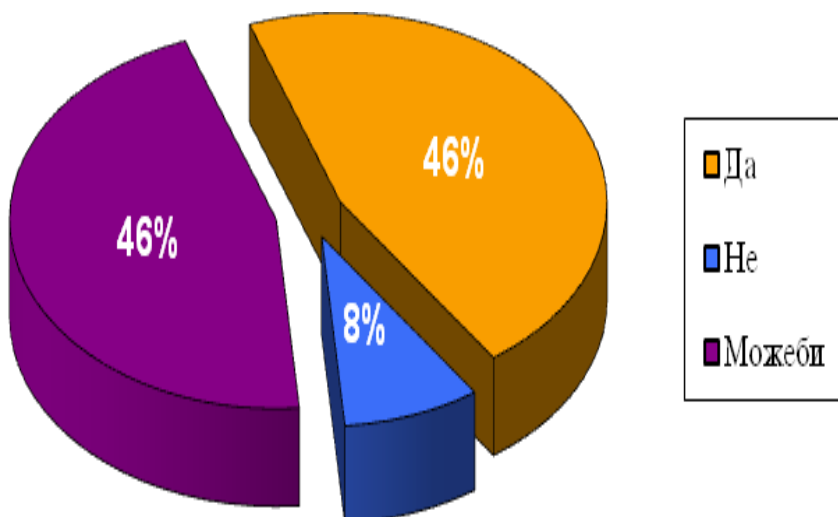


Резултатите покажуваат дека телевизијата и интернетот заземаат најголем процент, односно телевизијата 54%, а интернетот 42%. Списанијата и весниците како медиум се застапени многу малку, односно со 4%. Како заклучок од ова прашање би можело да се каже дека бројот на интернет корисници во Македонија е во пораст (26%), особено меѓу помладата популација што укажува на тоа дека Македонија ги следи новите трендови и не заостанува зад другите европски земји. Сепак, телевизијата е сè уште примарен медиум преку којшто потрошувачите најлесно можат да ги добијат информациите за значењето од внесување на органска храна во исхраната. Ниту еден од испитаните не се определи за радиото како медиум, што значи дека тоа е многу малку застапено помеѓу младите.

6. Дали би купиле органски производ по повисока цена од другите, но со подобар квалитет?

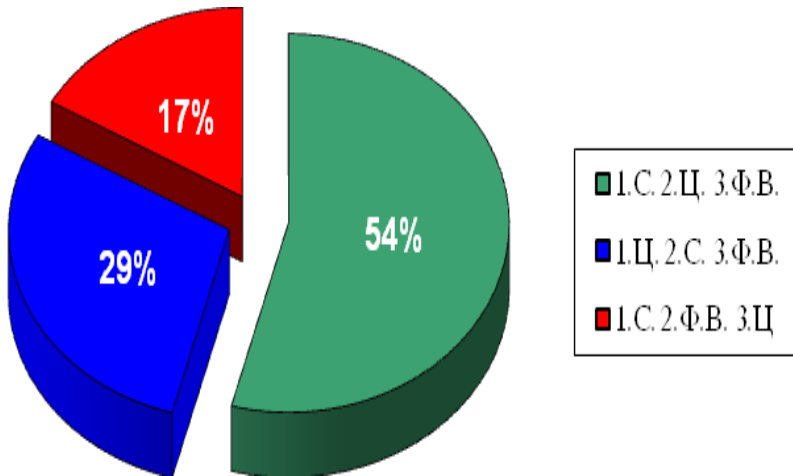
- а. Да.
- б. Не.
- в. Можеби.
- г. Не знам.

Кај ова прашање испитаните што одговориле со “да” се изедначени со оние што одговориле со “можеби”, односно и двата одговори се застапени подеднакво со 46%. Процентот на оние што одговориле со “не” е многу мал и незначителен. Иако е висок процентот на оние коишто одговориле со “можеби”, може да се заклучи дека потрошувачите се спремни да платат повисока цена за органските производи кои најчесто се и со подобар квалитет.



Ова укажува дека потрошувачите се отворени кон нови производи и се спремни да платат повеќе, доколку тој производ ги задоволи нивните постоечки потреби или, уште подобро, доколку задоволи некои нови, претходно непознати потреби.

7. Подредете ги по важност од 1 до 3 следниве психолошки фактори кои имаат најголемо влијание при вашиот избор на определен органски производ: перцепцијата (С), мотивацијата (Ф.В.) и уверувањето (Ц).



Ова прашање беше формулирано со цел да се дознаат факторите кои имаат најголемо влијание при изборот на определен луксузен производ. Резултатите покажаа дека најмногу од испитаните, односно 54%, ги рангирале факторите на следниов начин: 1.Перцепцијата, 2.Уверувањето, 3.Мотивацијата, потоа 29% на следниов начин: 1.Уверувањето, 2.Перцепцијата, 3.Мотивацијата и 17% на следниов начин: 1.Перцепцијата, 2.Мотивацијата, 3. Уверувањето. Според добиените резултати, може да се генерализира дека перцепцијата како фактор има огромно влијание врз потрошувачите при изборот на определен органски производ, потоа е уверувањето и на крајот мотивацијата.

Заклучок

Од спроведеното истражување произлегуваат следниве воопштени резултати:

- ✓ 12% од младата популацијата скоро секогаш купува органски производи, а 59% ретко го прави тоа;
- ✓ 71% на прво ја забележува содржината на органскиот производ, а 21%

цената;

- ✓ 54% од младата популација се снабдува со информации за органските производи преку интернет;
- ✓ При донесување на одлука за купување на органска храна за потрошувачите, иако имаат подеднакво влијание, сепак се издвојуваат како најзначајни психолошките фактори (42%), па економските (33%) и личните фактори (25%).

Од овие резултати произлегуваат јасни заклучоци, а со тоа и слаби и силни страни на пазарот за органски производи, како и некои конкретни предлози за компании кои нудат органски производи со кои би се подобрила тековната состојба на овој пазар во Р.Македонија.

Користена литература

1. Ahlstrom D. and Bruton G.D. (2010) International Management- Strategy and Culture in the Emergiin World Cengege Learning Mason .
2. Dnevnik, (2012), <http://www.dnevnik.com.mk/default.asp?ItemID=1A8B1955B72DDA458F4B838E321ED747>, посетено на 12.05.2013 година.
3. Douglas A. Bernstein (2011) Essentials of Psychology, Wadsworth Cengage Learning Belmont.
4. E how, (2012) http://www.ehow.com/list_7599973_psychological-influence-consumer-buyingbehavior.html#ixzz, посетено на 2 ноември 2011 година.
5. Educational Psychology, (2011), <http://www.edpsycinteractive.org/topics/motivation/motiva2.gif1sJaig9Px>, посетено на 2 ноември 2011 година.
6. Escoffier, (2012) <http://escoffier.com/index.php/content-categories/articles/food-business-articles/99-current-trends-in-foodservice>, посетено во мај 2013 година.
7. Imedia, (2012) <http://blogs.imediainconnection.com>, посетено на 02.06.2012.
8. Michael A.S. &Saks J.A (2011). Perception, Attribution, and Judgment of Others. Organizational Behaviour: Understanding and Managing Life at Work New York.
9. Watson R.R. Preedy V.R. (2010) Bioactive foods in promoting health fruits and vegetables Elsevier San Diego.
10. Блеквел Р.Д.;Минијард П.В. (2010) Однесување на потрошувачите Меѓународен универзитет Флорида, Истерн колеџ.
11. Канцер, (2012), http://rak.mk/index.php?option=com_content&view=article&id=784:zdrava-hrana&catid=105:ishrana&Itemid=218, посетено на 10 април 2012 година.
12. Maof.org.mk (2015) <http://www.maof.org.mk/mk/organsko-proizvodstvo/sto-e-organska-hrana>, пристапено на 26.03.2015
13. Маја Бајалска-Георгиевска, „Криза или не инвестирајте во органска храна“,

Капитал 15 февруари 2012 година).

14. Organicmacedonia (2015) <http://organicmacedonia.org.mk/?str=1&jazik=mk>
Prevention-institute, (2012), <http://preventioninstitute.org/component/jlibrary/article/id-58/127.html>, посетена 10. 01.2012.

FACTORS INFLUENCING CONSUMERS' DECISIONS TO BUY ORGANIC PRODUCE

Doreva Elena, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
doreva.elena@gmail.com

Abstract

Using synthetic chemical compounds, various means of fertilization and plant protection, etc., modern agriculture disrupts the harmonious life of the country. Unlike modern production, the organic one ensures harmonious nutrient management and yields delicious, healthy organic products with high nutritional value, rich in macro- and microelements and vitamins. The organic product is the result of organic production that is done with the application of agro-technical measures excluding the use of synthetic chemicals. Regular consumption of organic products by consumers contributes to the preservation and improvement of human health and prevention of many diseases. One ought, however, not forget that numerous factors affect the adoption of a decision to buy organic products. To that goal, this paper includes a research conducted to highlight their importance, so that companies could structure their activities in order to meet the needs of consumers.

Keywords: *organic production, consumption factors, organic product, consumer behavior.*

ПРЕКУМЕРНАТА САМОДОВЕРБА ВО ОДЛУЧУВАЊЕТО КАЈ ПРЕТПРИЕМАЧИТЕ

проф. д-р Љубомир Дракулевски
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје,
Економски факултет- Скопје, Р. Македонија
drakul@eccf.ukim.edu.mk

м-р Викторија Илиева
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје,
Економски факултет- Скопје, Р. Македонија
victorija.ilieva@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Високата стапка на бизниси кои не успеваат да опстанат на пазарот по само неколку години од нивното основање, според бројни истражувања е последица на прекумерната самодоверба која претприемачите ја покажале во моментот кога донеле одлука за влез на пазарот. Во истражувањата за прекумерна самодоверба во одлучувањето кај луѓето, претприемачите постојано се издвојуваат како посебен дел од популацијата, имајќи ги предвид условите на несигурност во кои тие одлучуваат. Овој труд се фокусира токму на карактерот на претприемачкото опкружување кој природно наметнува примена на хеуристика и пристрасност во одлучувањето. Притоа, прашањето дали прекумерната самодоверба, како еден од многуте видови на пристрасност кон кои се склони претприемачите, води до адекватни одлуки, може да се смести во рамките на актуелната дебата за примената на хеуристиката и пристрасноста во одлучувањето. Иако првобитно потекнува од психологијата, оваа дебата станува сè поактуелна и за економистите, особено за претставниците на бихејвиористичката економија.

Клучни зборови: претприемачи, одлучување, хеуристика и пристрасност, прекумерна самодоверба

Вовед

Според тврдењата на психолозите, луѓето генерално се прекумерно самоуверени во врска со нивните способности и прецизноста на нивното знаење (Salamouris 2013). На прекумерната самодоверба кај претприемачите се гледа како на објаснување за константно високите стапки на влез на пазарот и покрај големиот број на бизниси кои пропаѓаат. Според Moore и Healy (2008) ниту еден проблем во одлучувањето не е позначаен и поопасен од прекумерната самодоверба. Koellinger et al. (2005) мислат дека во голем дел од случаите прекумерната самодоверба ги предводи индивидуите да започнат бизнис, а не точната проценка на сопствените способности. Според зборовите на Drucker (1985), претприемништвото е претежно ризично, бидејќи многу мал дел од таканаречените претприемачи знаат што прават.

Бидејќи индивидуите кои покажуваат прекумерна самодоверба ги третираат нивните претпоставки како факти, постои можност да не ја согледаат несигурноста, поврзана со заклучоците кои произлегуваат од овие претпоставки. Затоа, тие можат погрешно да заклучат дека одредена активност не е ризична. Ова Simon et al. (1999) го поврзуваат со сознанијата од неколку теоретски трудови, според кои прекумерната самодоверба ја намалува перцепцијата кај индивидуата за ризикот во дадена стратегија.

Добрата теорија за претприемништвото треба да го објасни постоењето на нови фирми, како резултат на разликата помеѓу новоформирани и пропаднати бизниси, каде и неуспехот е една од причините за напуштање на пазарот. Изненадува фактот што толку многу бизниси се формираат во присуство на алармантно високи стапки на неуспех. Hayward et al. (2006) одговорот на ова прашање го гледаат во теоријата за претприемништвото, базирана на екстремна самодоверба, според која индивидуите кои покажуваат поголем степен на (прекумерна) самодоверба, од една страна покажуваат поголема тенденција да започнат бизнис, но, од друга страна, поголема е веројатноста дека нивните бизниси ќе пропаднат. Спротивно на ова, Forster и Sarasvathy (2008) ја истакнуваат позитивната страна на ваквата тенденција. Поголемиот дел од иницијативите за економски развој, кои се залагаат за зголемување на бројот на нови бизниси во една економија, тргнуваат од идејата дека успехот на новите бизниси е во суштина стохастичен процес и колку поголем е бројот на новоформирани бизниси, толку поголем ќе биде и

бројот на успешни фирми кои ќе опстанат на пазарот и ќе го поддржат економскиот развој.

Grieco и Hogarth (2004) предлагаат економско и психолошко објаснување на прекумерниот влез на пазарот. Според стандардното економско објаснување, високите профити во одредена индустрија привлекуваат влез на нови бизниси, што води кон намалување на профитот и враќање на индустријата во еквилибриум на долг рок, со даден број на фирми. Обратно, кога профитот во дадената индустрија ќе падне под „нормално ниво“, се зачестува напуштањето на пазарот и ова значи зголемување на профитабилноста во соодветната индустрија и повторно придвижување кон еквилибриум. Од оваа перспектива, неуспешните бизниси се фирми кои даваат предност на брзината на влез, наместо на одржливост и имаат само мали шанси за успех, во одреден период кога дадената индустријата нуди натпросечни профити. Објаснувањата од економска гледна точка тргнуваат од претпоставката за целосна рационалност од страна на агентите. Второто објаснување на прекумерниот влез на пазарот вклучува два вида на „грешки“. Првата е феноменот на конкурентски слепи точки, кога агентите не успеваат да проценат со колкава конкуренција ќе се соочат. Втората е прекумерната самодоверба, кога агентите можат точно да ја предвидат конкуренцијата, но не и да ги проценат сопствените шанси за успех. Овде е специфично тоа што се носи одлука за влез на пазарот дури и во случај кога се очекуваат негативни профити во индустријата, поради верувањето во сопствениот успех за сметка на неуспехот на другите.

Ivanova и Gibcus (2003) сметаат дека често поставуваното прашање во изучувањето на претприемништвото за причините за непостоење на економска теорија на претприемништво, се објаснува со екстремните претпоставки за пристапот до информации. Основните неокласични економски модели претпоставуваат дека секој има слободен пристап до сите информации, потребни при одлучувањето. Оваа претпоставка го сведува одлучувањето на механичка примена на математички правила за оптимизација и го спречува истражувањето на улогата на претприемачите во носењето одлуки од посебен тип. Реално, околностите под кои претприемачите носат одлуки за влез на пазарот се многу далеку од претпоставката според која тие би имале целосен пристап до потребните информации.

1. Несигурноста во претприемачкото опкружување

Претприемачите често мораат да носат одлуки без можност да се потпрат на историски трендови, претходни резултати и доволно специфични информации за пазарот. Самата одлука за започнување на бизнис, заснован на нов производ или услуга, подразбира неколку одлуки за кои има малку, доколку воопшто има информации (Busenitz и Varney 1997). Склоноста на претприемачите кон различни видови на пристрасност во одлучувањето, како резултат на околностите под кои тие носат одлуки, ја потврдуваат и Brundin и Gustafsson (2013), според кои претприемачкото опкружување се карактеризира со преоптовареност со информации [што ја усложнува постапката за брзо идентификување на потребните и отфрлање на небитните информации], високо ниво на несигурност или новитети, силни емоции, временски притисок и преголем замор. Ivanova и Gibcus (2003) кон типичниот опис на околностите во кои дејствуваат претприемачите ги додаваат и посветеноста и одговорноста. Несигурноста подразбира ситуации кога веројатноста за појава на различни исходи не може да се изрази математички. Zichella (2014) прави разлика помеѓу два вида на несигурност: алеаторна и епистемичка. Алеаторната несигурност се дефинира како објективна и непроменлива несигурност за различни исходи, додека епистемичката се дефинира како субјективна и променлива несигурност која е резултат на недостиг од знаење, поврзано со настаните.

2. Примената на хеуристика и пристрасност во одлучувањето кај претприемачите

При одлучување во услови на несигурност, истражувањата покажуваат дека луѓето се склони кон оптимизам и покажуваат прекумерна самодоверба во расудувањето (Salamouris 2013). Примената на хеуристика и пристрасност во одлучувањето кај претприемачите се изучува како дел од когнитивниот пристап кон претприемништвото. Овој пристап ги користи когнитивните аспекти на претприемачите во изучувањето и во објаснувањето на нивното однесување, при идентификација на можности за формирање на бизнис и негов развој (Sánchez et al. 2011). Накратко, полето на претприемачка когнитивност ги вклучува сите ментални процеси што се во позадина на

претприемачкото однесување и кои потенцијално имаат важна улога во одделни аспекти од претприемачкиот процес.

Оригинално, поимот хеуристика води потекло од грчкиот јазик, со значење „што помага да се дознае или открие“. Подоцна, истражувачите почнале да го користат овој поим за да означат специфични стратегии на пребарување информации и модификација на проблемите, со цел да се пронајде решение. Но, со појавата на статистичките модели, на хеуристиката почнало да се гледа само како на слаба замена на софистицираните (и рационални) нормативни стратегии на одлучување, која дури била поврзувана со когнитивни илузии и нерационалност (Gustafsson 2009).

Во литературата се сретнуваат примери каде поимите хеуристика и пристрасност се користат како синоними, кои означуваат скратени патеки на одлучување. Меѓутоа, доколку се навлезе подлабоко во литературата од оваа област, може да се забележи дека со поимот пристрасност се означуваат потенцијалните грешки кои можат да произлезат како резултат на скратената патека на донесување одлука (хеуристика). Така, според (Simon и Houghton 2002, когнитивната пристрасност е субјективно или предодредено мислење кое потекнува од одредена хеуристика. Во иста насока е и тврдењето на Petkova (2009), според која под хеуристика се подразбираат когнитивните поедноставувања, кои понекогаш можат да бидат корисни за претприемачите, помагајќи им да ги рационализираат когнитивните напори. Но, кога тие се користат несоодветно, можат да преминат во пристрасност која води до непрецизно обработување на информациите и субоптимално одлучување. Освен прекумерната самодоверба, меѓу многуте различни видови пристрасност кон кои се склони претприемачите се вбројуваат: спротивно размислување, прекумерна самодоверба, потврдна пристрасност, гледање наназад и преголем оптимизам.

2.1. Прекумерната самодоверба во одлучувањето кај претприемачите

Ivanova и Gibcus (2003) прекумерната самодоверба ја дефинираат како тенденција да се прецени веројатноста за појава на серија настани, а на прекумерно самоуверените луѓе им припишуваат проценка на веројатноста која е поекстремна соодветната, при дадени факти и знаење. Мооге и Nealy (2008) ги набројуваат и ги објаснуваат трите начини на дефинирање на

прекумерната самодоверба во литературата. Најпрвин, кога индивидуата ја преценува својата реална способност, нивото на контрола која ја поседува или шансите за успех се работи за преценување. Како пример за овој вид на самодоверба може да се посочи кога студентите го преценуваат успехот што ќе го постигнат на испит или кога докторите ја преценуваат прецизноста на нивните дијагнози. Прекумерната самодоверба исто така се јавува во вид на нереално рангирање, кога луѓето веруваат дека се подобри од другите. Така, постојат истражувања според кои 93% од примерок анкетирани возачи од САД и 69% од примерокот анкетирани возачи од Шведска тврдат дека се повешти од просечниот возач во нивната земја. Третиот облик на прекумерна самодоверба е прекумерната сигурност во прецизноста на сопствените верувања. Во истражувањата кои се однесуваат на овој вид на самодоверба, респондентите имаат задача да одговорат на прашања од типот „Колку е долга реката Нил?“, при што интервалите на сигурност што ги даваат се многу мали. Ова води до заклучокот дека луѓето се премногу сигурни дека го знаат точниот одговор. Реално, добиените интервали со сигурност од 90% го содржат точниот одговор само во помалку од половина одговори.

При дефинирањето на прекумерната самодоверба, многу е важно да се направи разлика помеѓу неколку термини кои често се среќаваат во истражувањата од когнитивниот пристап кон претприемништвото, а кои навидум асоцираат на прекумерната самодоверба: егоцентризам, преголем оптимизам, верба во сопствениот успех и нарцисоидност. Луѓето имаат тенденција да предвидат дека ќе бидат подобри од другите кога станува збор за лесни задачи каде апсолутниот успех е висок, а полоши од другите за тешки задачи каде апсолутните резултати се слаби. Појавата кога луѓето се фокусираат на сопствените резултати без да ги земаат предвид постигнувањата на другите, истражувачите од областа ја означуваат како егоцентризам (Moore и Cain 2007). Преголем оптимизам подразбира преценување на веројатноста за позитивни резултати и потценување на веројатноста за негативни (Verheul и Carree 2008). Salamouris (2013) ја истакнува разликата помеѓу прекумерната самодоверба и верување во сопствениот успех. Прекумерната самодоверба е мерка за точната проценка на нечии способности, додека верувањето во сопствениот успех ја покажува перцепцијата на индивидуата за сопствените способности. Разликата подразбира дека прекумерната самодоверба станува потсвесна појава, додека верувањето во сопствениот успех прераснува во свесно верување.

Ова верување може да варира на неколку нивоа на преценето мислење за своите способности и колку е попреценето толку е поголема веројатноста за индивидуата да покаже прекумерна самодоверба во своите способности. Нарцисоидноста се објаснува како лична карактеристика, која вклучува нереална претстава за себеси и се одразува во чувство на надмоќност, арогантно однесување и потреба за постојано внимание и восхит (Navis и Ozbek 2013).

Според истражувањата, спроведени со студенти, во случаите кога студентите назначиле апсолутна сигурност (100%) во нивните одговори, тие одговориле погрешно на едно од пет прашања (Dunning et al. 2004). Истражувањата кои вклучиле претприемачи покажале дека тие се карактеризираат со повисоко ниво на самодоверба во споредба со остатокот од популацијата (Ivanova и Gibcus 2003). Според резултатите кои ги добиле Busenitz и Barney (1997), претприемачите се посклони кон прекумерна самодоверба во одлучувањето во споредба со менаџерите, а според резултатите на Baron (2000) ова важи и во споредба со потенцијалните претприемачи и луѓето кои не се претприемачи. Во контекст на овие истражувања, 81% во примерок од 2.994 претприемачи веруваат дека веројатноста да успеат е најмалку 70%, а 33% веруваат дека ќе успеат со сигурност. Кога биле запрашани за успехот на другите, само 39% од нив одговориле дека веројатноста друг бизнис како нивниот да успее е 70% или повеќе (Grieco и Hogarth 2004). Но, реално само 25% од новите бизниси опстануваат на пазарот повеќе од пет години (Sánchez et al. 2011).

Тргувајќи од разликите во економската несигурност и видовите на авторитет со кој се соочуваат претприемачите (самовработени), во споредба со оние кои не се претприемачи (вработени), Rietveld et al. (2013) наведуваат два различни механизми кои можат да доведат до повисоко ниво на прекумерна самодоверба кај претприемачите. Првиот претпоставува дека прекумерно самоуверените луѓе кои се генерално посклони кон употреба на хеуристика и пристрасност во одлучувањето самите избираат да бидат претприемачи. Според овој механизам, прекумерната самодоверба до одреден степен е лична карактеристика, која не е ограничена на специфична ситуација или на даден момент. Вториот механизам тргнува од претпоставката дека претприемачкото опкружување неизбежно поттикнува на формирање прекумерна самодоверба. Претприемачите постојано се соочуваат со ситуации кои ги преоптоваруваат нивните капацитети за

обработка на информациите и прекумерната самодоверба до одреден степен е функција на контекстуалните фактори на кои се изложени претприемачите.

3. Дали примената на прекумерната самодоверба води до адекватни одлуки?

За да се започне со новиот бизнис, мора претходно да биде донесена одлуката, а тоа е потребно иако да се направи брз чекор во насока на негов развој, откако бизнисот е веќе формиран. Употребата на хеуристика и пристрасност ја олеснува замислата за сеопфатно разбирање и создава чувство дека се сфатени правилата на играта. Оттука, Busenitz и Varney (1997) ги карактеризираат хеуристиката и пристрасноста како ефективен и ефикасен водич во одлучувањето. Слично е гледањето на Salamouris (2013), според кој, иако прекумерната самодоверба води кон теоретски нерационално однесување, таа истовремено е практично применлива кога треба да се донесе одлука, но не се располага со доволно информации. Според Nauward et al. (2006) неразумно прекумерната самодоверба ја поттикнува решителноста и убедливоста кај претприемачите да ги остварат своите планови. Како пример го посочуваат Michael Dell, кој кога бил тинејџер имал желба да биде конкурент на ИБМ. И покрај несомнената поддршка која ја добива примената на хеуристиката и пристрасноста во одлучувањето, според Busenitz и Varney (1997) напорите кај претприемачите да ја намалат несигурноста при носењето одлуки може да ги чини скапо. Ова особено може да биде случај во подоцнежните фази од водењето на бизнисот.

При заземањето позиција за адекватноста на примената на хеуристика и пристрасност во одлучувањето, неопходно е да се земе предвид обемната литература што опфаќа стотици емпириски студии, спроведени во текот на неколку децении, според која одговорите на испитаниците често не се во согласност со нормативните очекувања. Интерпретирањето на јазот помеѓу дескриптивните и нормативните модели на одлучување е главната тема на таканаречената литература за хеуристика и пристрасност од 1970-те и раните 1980-ти години и предмет на сериозна дебата. На една страна во дебатата се истражувачите кои овој јаз го сметаат за показател за човечката систематска нерационалност. На спротивната страна во дебатата

се јавуваат истражувачите кои сметаат дека постојат други причини (момнтално невнимание, деактивирање на меморијата, ограничувања на когнитивните способности, примена на погрешен нормативен модел, погрешно претставување на проблемот) кои објаснуваат зошто човечкото расудување не е во согласност со нормативните модели, што не го оправдува користењето на нерационалноста како објаснување за овој јаз (Stanovich и West 2000). Иако луѓето не се придржуваат секогаш кон нормативните модели на одлучување (на пр., максимизирање на субјективната очекувана корист), не значи дека тие се нерационални. На ваквите објаснувања се надоврзува и „ограничената рационалност“ на Simon (1956), како и концептот на еколошка рационалност.

Определбата дали употребата на хеуристика води кон адекватни одлуки или не, според Gustafsson (2009) зависи од тоа на кое теоретско стојалиште припаѓа истражувачот, како и искуството во полето на оној кој носи одлука. Пропонентите на теориите на избор во психологијата, економијата или во стратегијата, базирани на статистика, секое однесување кое не е во согласност со нормативното (рационалното) го сметаат за неадекватно. Понатаму, доколку оној кој одлучува поседува искуство во соодветната област, поврзана со одлуката, иако не се придржува строго до рационалните норми на одлучување, може да донесе адекватна одлука. Според Gustafsson (2009) при одговорот на горенаведеното прашање од голема важност е концептот на еколошка рационалност кој подразбира дека одлуките кои луѓето ги носат, вообичаено се во согласност со когнитивните барања кои ги поставува дадената ситуација. Најсеопфатно разгледување на потенцијалната усогласеност помеѓу карактеристиките на одлуката и когнитивните барања е дадено во теоријата на когнитивна скала. Според оваа теорија ситуациите на одлучување варираат во однос на нивото на несигурност (од многу високо до многу ниско) и на когнитивната скала (каде когнитивните барања варираат од интуиција преку приближна рационалност/хеуристика до анализа). Така, одлуките кои се карактеризираат со голема несигурност бараат интуитивно спознание, умерено неизвесните одлуки бараат примена на хеуристика, а одлуките со низок степен на несигурност бараат аналитичен пристап. Од принципот кој произлегува од оваа теорија, ниту една одлука сама по себе не е добра или лоша. Таа може само да се смета за адекватна или неадекватна, во зависност од тоа дали когнитивните процеси кои се применети се во согласност со природата на одлуката која

треба да се донесе.

Сличен е ставот на Simon и Houghton (2002), според кои перцепциите и пристрасноста варираат според природата на бизнисот и нивната појава, застапеност и последици зависат од одлуката која треба да се донесе. Така, тие предлагаат во идните истражувања да се направи разлика помеѓу различните видови на одлуки кои ги носат претприемачите, бидејќи ризикот кој тие го преземаат е во зависност од дадената ситуација.

Заклучок

Прашањето дали високата стапка на неуспешни бизниси е резултат на прекумерна самодоверба кај оние кои ги основаат, кои притоа не пристапуваат аналитично при донесувањето на одлуката за влез на пазарот, е особено актуелно во литературата. Меѓутоа, на прекумерната самодоверба како фактор за започнување бизнис може да се гледа и од друг агол - како виновник за создавање бизниси кои имаат потенцијал да го придвижат економскиот раст.

Во услови на несигурност, прекумерната самодоверба може да биде пресуден фактор да се ризикува. Притоа, несомнено е дека претприемачите со носењето одлука за влез на пазарот, во повеќето случаи, ризикуваат сигурно работно место и плата, време за фамилијарен и социјален живот, изложеност на стрес, итн. Во однос на дебатата за адекватноста на одлуките, донесени со примена на хеуристика и пристрасност, како отстапување од нормативниот начин на одлучување, сè уште постои голем простор за истражување. Конкретно, од досегашните согледувања во оваа област, може да се заклучи дека верувањето во адекватноста на одлуките, донесени со примена на прекумерна самодоверба, ќе зависи од тоа на која страна во претходно споменатата општа дебата за хеуристика и пристрасност и припаѓа истражувачот. Понатаму, позитивниот или негативниот одговор ќе зависи и од искуството на оној кој носи одлука. Имено, луѓето кои имаат искуство во дадена област (експертите), не мораат строго да се придржуваат до нормативите на одлучување за да донесат адекватна одлука, што е докажано во претходно спроведени истражувања. Адекватноста на прекумерната самодоверба во одлучувањето ќе зависи и од тоа, дали овој

начин на одлучување одговара според позицијата на дадената одлука на скалата на несигурност. Општо земено, колку е поголема несигурноста поврзана со одлуката, толку е пооправдано повикувањето на скратените патеки при одлучувањето. Спротивно, настојувањето да се соберат сите потребни информации и аналитично да се пристапи кон носењето одлука, би можело да значи пропуштање на идентификувана можност на пазарот, за нов бизнис или добра зделка, со оглед на динамиката во опкружувањето во кое претприемачите се принудени да носат одлуки.

Користена литература:

1. Brundin, E. and Gustafsson, V., (2013), Entrepreneurs' decision making under different levels of uncertainty: the role of emotions, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 19(6), pp.568–591
2. Busenitz, L.W. and Barney, J.B., (1997), Differences Between Entrepreneurs And Managers In Large Organizations: Biases And Heuristics Decision-Making, *Journal of Business Venturing*, 9(26/96), pp.9–30
3. Drucker, P.F., (1985), *Innovation and entrepreneurship: Practices and principles*, New York: Harper & Row
4. Dunning, D., Heath, C. and Suls, J.M., (2004), Flawed Self-Assessment Implications for Health, Education, and the Workplace, *Psychological Science in the Public Interest*, 5(3), pp. 69-106
5. Forster, W. and Sarasvathy, S.D., (2008), When Hubris is Good: An Error Based Theory of Entrepreneurial Overconfidence, Working Paper, Darden Graduate School of Business, University of Virginia, Virginia
6. Grieco, D. and Hogarth, R., (2004), Excess entry, ambiguity seeking, and competence: An experimental investigation, WP, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
7. Gustafsson, V., (2009), Entrepreneurial Decision Making: Thinking Under Uncertainty. In A. Carsrud and M. Brännback, eds, *Understanding the Entrepreneurial Mind*, Springer Science+Business Media, pp. 285–304
8. Hayward, M.L.A., Shepherd, D. A. and Griffin, D., (2006), A Hubris Theory of Entrepreneurship. *Management Science*, 52(2), pp.160–172
9. Ivanova, E. and Gibcus, P., (2003), The decision-making entrepreneur Literature review, SCALES-paper N200219, EIM Business & Policy Research
10. Koellinger, P., Minniti, M. and Schade, C., (2005), "I think I can, I think I can": Overconfidence and Entrepreneurial Behavior, *Journal of Economic Psychology*, 28(4), pp.502–527

11. Moore, D. and Cain, D.M., (2007), Overconfidence and Underconfidence, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 103(2), pp.197–213
12. Moore, D. and Healy, P., (2008), The trouble with overconfidence, *Psychological review*, 11, pp. 502–517
13. Navis, C. and Ozbek, V.O., (in press), The right people in the wrong places: the paradox of entrepreneurial entry and successful opportunity realization, *Academy of Management Review*
14. Petkova, A.P., (2009), A theory of entrepreneurial learning from performance errors. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), pp.345–367
15. Rietveld, C. A., Groenen, P. J. F., Koellinger, P. D., van der Loos, M. J. H. M. and Thurik, A. R., (2013), Living forever: Entrepreneurial overconfidence at older ages, ERIM Report Series Research in Management, Rotterdam
16. Salamouris, I.S., (2013), How overconfidence influences entrepreneurship, *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(1), p.8
17. Sánchez, J.C., Carballo, T. and Gutiérrez, A., (2011), The entrepreneur from a cognitive approach, *Psicothema*, 23(3), pp.433–438
18. Simon, H. A., (1956), Rational choice and the structure of the environment, *Psychological Review*, 63(2), pp. 129-138
19. Simon, M., Houghton, S. and Aquino, K., (1999), Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies, *Journal of Business Venturing*, 15, pp.113–134
20. Simon, M. and Houghton, S.M., (2002), The Relationship Among Biases, Misperceptions, and the Introduction of Pioneering Products: Examining Differences in Venture Decision Contexts, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(2), pp.105–124
21. Stanovich, K.E. and West, R.F., (2000), Individual differences in reasoning : Implications for the rationality debate?, *Behavioral and Brain Sciences*, 23, pp.645–726
22. Verheul, I. and Carree, M. A., (2008), Overoptimism Among Founders: The Role of Information and Motivation, *Social Science Research Network Working Paper Series*
23. Zichella, G., (2014), Entrepreneurial Cognition when faced with Risk and Uncertainty : Methodological Reflections, *Paper presented at The DRUID Academy Conference 2014*, Aalborg, Denmark

THE OVERCONFIDENCE BIAS IN ENTREPRENEURIAL DECISION MAKING

Ljubomir Drakulevski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje,
Faculty of Economics-Skopje, R.Macedonia
drakul@eccf.ukim.edu.mk

Viktorija Ilieva, MSc

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje,
Faculty of Economics-Skopje, R.Macedonia
viktorija.ilieva@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The great rate of businesses that fail after only a few years on the market, research has often ascribed to the overconfidence bias in entrepreneurial decision making, precisely when it comes to the market-entry decision. Research on overconfidence bias in human decision making has constantly separated entrepreneurs as distinct part of the population, given the uncertainty typical of the environment in which they make decisions. This article focuses on the character of this environment, which naturally requires use of heuristics and biases in decision making. The question whether overconfidence, as one of the many biases entrepreneurs are prone to, leads to adequate decisions, can be seen as a part of the currently popular and lasting debate on heuristics and biases in decision making. This debate, although originally based on psychological research, is getting ever more important for economists, especially those working in the field of behavioral economics.

Key words: *entrepreneurs, decision making, heuristics and biases, overconfidence*

КАРАКТЕРИСТИКИ НА ПЛАНИРАЊЕТО КАЈ МАЛИТЕ БИЗНИСИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

доц. д-р **Александра Јанеска-Илиев**
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
aleksandra@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Со зголемувањето на сознанието и свеста кај истражувачите сè повеќе се согледува огромното влијание, кое малите бизниси го имаат во делот на претприемачките активности, иновациите, креирање на нови работни места, профитабилноста и економијата во целост. Притоа, преку согледувањето на структурното значење на малото претпријатие, посебно за големите бизниси, за високата технологија, за високорастечките бизниси и за општеството во целина, малото претпријатие се наметнува во фокусот на истражувачките интереси. Сè почесто се случува во светот најдобрата експертиза да се обезбеди преку малите бизниси, пред сè поради нивната специјализација и фокус. Голем дел од успехот на малото претпријатие произлегува од нивната различност и посебност. Па така, долгорочната ориентација и планирање кое треба да ја обезбеди иднината на малото претпријатие, станува значаен дел од секојдневието на малите претпријатија.

Во рамките на оваа анализа се опфатени различните аспекти, поврзани со малите претпријатија во Република Македонија, како што се општите карактеристики, финансирањето, растот, планирањето, употребата на техниките за планирање, стратегиите и сл. Спроведеното истражување на повеќе од 305 деловни субјекти креира една слика за ситуацијата во однос на менаџментот на малите претпријатија во Република Македонија, истовремено обезбедувајќи преглед на нивните специфичности и карактеристики. Интересно е тоа што респондентите/ испитаниците ги одговориле прашањата, поврзани со планирањето

и стратегиското планирање, со што иницијално може да се утврди постоењето на одредена свест кај мали претпријатија од потребата за планирање на долгорочниот развој.

Употребата на постојното знаење и генерирање на соодветна рамка за малиот бизнис во Република Македонија обезбедува можност за согледување на придобивките од употребата на различни менаџерски алатки и техники во насока на остварување долгорочен развој и просперитет на малите претпријатија, што треба да биде еден дополнителен поттик за малите претпријатија да ги насочат своите напори кон имплементација на соодветни стратегиски елементи во секојдневното работење.

Клучни зборови: мал бизнис, планирање, стратегија, менаџмент, стратегиско планирање, стратегиски менаџмент

Вовед

Малиот бизнис има движечка улога во најголемиот дел на високо развиените економии. Според анализите, спроведени од страна на Европската комисија, во однос на бројот на новите работни места во Европската унија во периодот од 2002 до 2010 година, дури 85% од нето-износот, се креирани од страна на мали и средни бизниси, а тоа значи дека растот на бројот на работни места во најголема мера се должи токму на малите и на средните бизниси (de Kok et al., 2011). Притоа, микро, малите и средните претпријатија вработуваат огромен број на луѓе и претставуваат модерни генератори на работни места и токму затоа политиките на Европската унија се насочуваат кон сè поголема поддршка и поттик на ваквите бизниси. Во рамките на истражувањето, спроведено од страна на Европската комисија (de Kok et al., 2011), се истакнува дека: „новите претпријатија (помлади од пет години) се одговорни за огромниот мнозински дел на новите работни места“. Тие се генератори на растот и развојот за секоја економија, креираат конкуренција, претставуваат извор на иновации, откриваат можности од деловните потфати и слично.

Македонската економија во својот развој, борејќи се со долготрајната транзиција, политичките превирања и проблемите во делот на меѓународната интеграција, секогаш наоѓа изговор зошто малите претпријатија не

го добиваат заслуженото внимание. Сепак, бројките покажуваат дека суштината на економските активности во Република Македонија се базира на малите претпријатија. Имено, земајќи ги во предвид последно објавените податоци од страна на Државниот завод за статистика на Република Македонија, микро и малите претпријатија зафаќаат традиционално над 98% од вкупниот број претпријатија во Република Македонија. Огромното влијание на малите претпријатија во рамките на македонската економија е неспорно, пред сè поради бројноста, а истовремено атрактивноста која, и покрај драматичните кризи, сè уште е на високо ниво. Во табела 1 е прикажан бројот на различните видови претпријатија низ годините наназад, па сè до последно објавените податоци. Статистиката укажува дека во претходните неколку години процентуалното учество на микро и малите претпријатија во Република Македонија традиционално се движи над 90%. Интересно е тоа што микропретпријатијата заземаат значајно место во таа слика, надминувајќи 50% од вкупниот број претпријатија.

Табела 1. Бројот на претпријатија според големината во Република Македонија 2009-2013 год.

	Република Македонија				
	2009	2010	2011	2012	2013
Вкупно	70710	75497	73118	74424	71 290
Микро	38107	39999	46322	53117	49 935
Мали	31873	34702	25984	20341	20 241
Средни	533	584	607	631	683
Големи	197	212	205	335	431
во % ,					
Микро	53,89	52,98	63,35	71,37	70
Мали	45,08	45,96	35,54	27,33	28,39
Средни	0,75	0,77	0,83	0,85	0,95
Големи	0,28	0,28	0,28	0,45	0,60

Извор: Соопштение: Деловни субјекти, (2013), Државен завод за статистика, бр. 6.1.14.13, Скопје.

Во тој контекст не треба да се занемари улогата на малите бизниси за македонската економија и потребата за дополнителна анализа на малите претпријатија. Тоа на ниво на претпријатие подразбира потреба за

обезбедување поголемо разбирање за тоа како работат малите претпријатија и на кои аспекти од нивното функционирање треба да се обрне поголемо внимание, како би се обезбедило подобар развој и просперитет за ваквите бизниси.

Во светот за аналитичарите малото претпријатие претставува домен на постојано истражување, анализирање и, пред сè, дискусија. Несомнено е дека интересот за овој домен е во континуиран пораст, поради големите флукуации во светската економија. Посебно моменталната светска економска криза, од која произлегоа низа неочекувани настани, уште повеќе ја покажа ранливоста на големите гиганти и последиците од тоа, а уште повеќе се потенцира кај малите претпријатија. Соодветно на тоа, светот уште еднаш бара нови алтернативи за подобро организирање на бизнисот, а тоа, секако, придонесува да се појават многубројни нови мали бизниси со нови свежи идеи. Малите бизниси се посебно ранливи и проследени со огромни стапки на морталитет. Па така, евидентно е дека соодветното управување на ресурсите, планирањето, фокусирањето кон клиентите, прибирање на совети, вмрежувањето и многу други аспекти на користењето на модерните алатки на менаџирањето, даваат одредени позитивни импликации и треба да понудат одредени решенија. Анализата и истражувачките напори овозможуваат да се подобри размислувањето и знаењето воопшто за малите бизниси. Се зголемува бројот на малите бизниси, кои во рамките на своето постоење поинтензивно се насочуваат кон остварување долгорочен успех и просперитет благодарение на соодветна примена на одредени практики, поврзани со менаџирањето, стратегијата и планирањето.

Во македонската економија секојдневно се укажува дека интересот за малото претпријатие е присутен, а потребата за дополнителни истражувања и укажувања е неизбежна. Неуспехот на голем дел од малите бизниси да остварат опстанок и развој е дел од нивниот пат. Ова е во голем дел последица најпрво на актуелните проблеми со кои се соочува македонската економија, проследено од долготрајните проблематични транзициони активности, а исто така, на второ место, недостатокот на искуства, информации, насоки во поглед на општите карактеристики, финансирањето, растот, планирањето и стратегијата на малите бизниси.

Во таа насока, ова истражување има намера да го претстави малото претпријатие, земајќи ги во предвид основните карактеристики кои ги поседуваат малите бизниси во Република Македонија. Истовремено

преставувајќи ја актуелната состојба во делот на тоа како се менаџира малиот бизнис, во која мера се интегрираат одредени стратешки размислувања, колку е присутно планирањето и слично. Емпириското истражување вклучува повеќе од 300 испитаници, односно мали претпријатија на целата територија на Република Македонија. Притоа, во рамките на примерокот постои диверзитет во однос на староста, индустријата и сопственичката структура.

Преглед на литературата

1. Дефинирање на малото претпријатија во Република Македонија

Анализата, поврзана со малото претпријатие, најчесто почнува со дефинирање на што претставува тоа. Литературата не е целосно согласна во делот на диференцирањето на малото претпријатие и многу често е детерминирано од националната легислатива во различните држави. Одредени автори укажуваат на тоа дека малото претпријатие претставува претпријатие кое има индивидуален сопственик кој го управува бизнисот, а воедно истиот е премногу мал за да доминира во своето подрачје на работа (Cormanetal., 2005). Постојат разлики во различните економии, сепак, основните критериуми кои се применуваат при дефинирањето на малиот бизнис се: бројот на вработени, приходите, профитот и сопственоста. Па тука може да се истакне дека споредливоста на статистичките податоци помеѓу државите би можела да биде спорна и поради тоа треба речиси секогаш да се прифаќа со одредена резерва.

Основен документ кој ги поставува критериумите на тоа што е мало претпријатие во Република Македонија е Законот за трговски друштва, кој прв пат бил донесен во 1996 година, а во 2004 година („Службен весник на РМ“ 28/2004) е заменет со понов. Во таа смисла, во рамките на овој закон се определени поимите микро, мали и средни трговски друштва во Република Македонија. Според член 470 од Законот за трговски друштва, стр.205:
„(1) Трговците се класифицираат во големи, средни, мали и микротрговци, во зависност од бројот на вработените, годишниот приход и просечната вредност на вкупните средства по годишните сметки во последните две години (пресметковни години).“

Во табела 2 се прикажани основните критериуми, според кои се класифицираат трговските друштва во Република Македонија на микро, мали и средни.

Табела 2. Дефинирање на малото претпријатие во Р. Македонија

Категорија на претпријатие	Вработени	Промет	Краен резултат во биланс на успех
Микро	<10	≤ € 50 000	Не повеќе од 80% од бруто-приходот да доаѓа од еден клиент
Мали	<50	≤ € 2m	≤ € 2m
Средни	<250	≤ € 10m	≤ € 11m

Извор: Закон за трговски друштва на РМ, „Службен весник на РМ“, бр. 28, Скопје, (2004).

Споредувајќи ги аспектите, поврзани со определување на малото претпријатие во рамките на Европската унија, наспроти оние во Република Македонија, може да се утврди дека постојат концепциски сличности, сепак условите на пазарот наметнуваат различни износи во однос на главните критериуми, посебно во делот на приходите и остварените резултати. Во табела 3 е прикажана директната споредба помеѓу Европската унија и Република Македонија, со што едноставно се посочуваат сличностите и разликите истовремено.

Табела 3. Споредба помеѓу дефинирањето на малото претпријатие во ЕУ и во Република Македонија

Категорија на претпријатие	Европска унија	Република Македонија
Средни	Број на вработени ≤ 250	Број на вработени ≤ 250
	Биланс на состојба ≤ €43 m	Биланс на состојба ≤ €11m
	Годишен промет ≤ €50 m	Годишен промет ≤ €10 m
Мали	Број на вработени ≤ 50	Број на вработени ≤ 50
	Годишен промет ≤ €10 m	Годишен промет ≤ €2 m
	Биланс на состојба ≤ €10 m	Биланс на состојба ≤ €2 m

Микро	Број на вработени ≤ 10	Број на вработени ≤ 10
	Годишен промет $\leq \text{€}2 \text{ m}$	Годишен промет $\leq \text{€} 50\,000$
	Биланс на состојба $\leq \text{€}2 \text{ m}$	Не повеќе од 80% од бруто-приходот треба да доаѓаат од еден клиент

Извор: Приспособено, European Commission (2003), *Commission Recommendation 2003/361/EC of 6 May 2003. Concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises* [Official Journal L 124 of 20.05.2003]. Закон за трговски друштва на РМ, бр.28, Скопје, (2004), „Службен весник на РМ“.

2. Карактеристиките на малото претпријатие во контекст на планирањето

Евидентно е огромното значење на малиот бизнис, а истовремено и потребата да се согледаат специфичностите на неговото функционирање. Голем дел од долгорочниот успех на одредени компании е фундиран на соодветно имплементирање и примена на одредени менаџмент алатки. Формирањето и работењето на еден мал бизнис ја вклучува можноста да се успее, но, истовремено и ризикот да се пропадне. Со одлуката да се започне свој бизнис, потребно е да се земат во предвид факторите што влијаат врз успехот или неуспехот на малото претпријатие. Многу експерти од полето на малото претпријатие ги наведуваат како најчести следниве причини за неуспех: недостатокот на планирање, несоодветното финансирање и лошото менаџирање. Основањето на малиот бизнис најчесто подразбира првично креирање на иницијален бизнис план, на чија основа се креира новиот бизнис потфат. Не постои единствен начин за започнување на одреден бизнис, сепак бизнис планот е документ кој дава преглед на базичниот концепт на кои се темели бизнисот (Longenecker, 2013). Основачот кој ја има централната улога во претпријатието, уште при неговото иницијално формирање размислува за својата иднина и извесно време изработува планови да биде основано. Размислувањата за иднината на претпријатието, планирањето и целите се во тесна врска со поставувањето на стратегија. Голем дел од сопствениците на малите претпријатија имаат погрешни верувања во однос на стратегијата (Thompson, 2004), како на пример:

- Стратегиското планирање е премногу скапо и може да се користи само во големите претпријатија,
- Потребни се формализирани процеси, кои наметнуваат експертски планери и тие се од суштинско значење,
- Придобивките се премногу долгорочни и не постојат непосредни повратни бенефиции.

Стратегискиот менаџмент е специфичен вид на планирање во профитни бизнис-организации и вообичаено се однесува на конкурентските акции на пазарот (Daft, Marcic, 2009). Од друга страна, самото формулирање на стратегијата е процесот на изработка на стратегијата (Schermerhorn, 2012). Сепак, поради ограниченоста на ресурсите, ограничениот менаџерски капацитет и помалата можност да се влијае врз екстерните фактори на опкружувањето, кај малите претпријатија многу често процесот на стратегискиот менаџмент е симплифициран и одредени фази се спојуваат. Па така, во контекст на малото претпријатие, овој процес се поедноставува и се приспособува во согласност со потребите на претпријатието. Како последица на тоа, често се поставува прашањето дали формалните долгорочни менаџерски методи за планирање се компатибилни со предизвиците на кои наидуваат менаџерите на малите бизниси, како и со навиките во однос на неформалните аспекти на менаџментот на малите бизниси, односно дали ваквите модели на менаџмент се соодветни за соочување со отворените промени (Stacey, 1990).

Притоа, речиси сите претпријатија, без разлика колку се посветени кон планирањето, имаат одредени цели, кои одредуваат во која насока ќе се движи претпријатието. Планирањето им овозможува на претпријатијата да обезбедат слика за посакуваната иднина. Флексибилноста и неформалноста можат да бидат од корист при основањето на претпријатието, а потребите за растот на претпријатието наметнуваат поголема формалност при планирањето и контролата. Планирањето, како една од петте основни менаџерски функции, секако, не треба да изостане кога се дискутира развојот на малото претпријатие. Во основа, планирањето претставува процес на поставување на одредени цели во однос на извршувањето и детерминирање како тие ќе бидат остварени (Schermerhorn, 2012). Секое претпријатие, без разлика на големината, има одредена форма на стратегиско планирање (Kraus, Kauranen 2009). Впрочем, планирањето како активност претставува дел од

стратегискиот процес, така што соодветната поставеност и долгорочната насоченост на претпријатието секако дава можност за соодветен развој и просперитет на претпријатието во иднина.

Методологија

При изработката на трудот се употребени повеќе научни методи, притоа методот на теренско истражување емпириски е употребен врз примерок од 305 мали бизниси, кои тестираат различни параметри, поврзани со општите карактеристики, финансирањето, растот и планирањето кај малите бизнис ентитети во Република Македонија. Спроведената анкета подразбира прибирање податоци врз основа на претходно изработен прашалник, каде што податоците се предмет на обработка во делот на преостанатите квантитативни и квалитативни методи, употребени при истражувањето.

По изработувањето на Прашалникот, тој е тестиран на десетина претпријатија, кои по пополнувањето повратно обезбедија одредени сугестии во насока на подобрување и разјаснување на прашањата за потенцијалните испитаници за да се избегнат недоразбирања. По фазата на тестирање, беа имплементирани добиените сугестии. Новата верзија на Прашалникот беше дистрибуирана во периодот од 13.05.2014 до 19.05.2014 година низ целата територија на Република Македонија. Пристапот на дистрибуирање на Прашалникот подразбираше неколку начини: лично доставување на Прашалникот во печатена форма преку случаен избор на трговски друштва; електронски, преку доставување на Прашалникот во електронска форма, како и поставување на Прашалникот во електронски on-line формат, кој преку линк беше доставен до испитаниците. Прашалникот содржи 26 прашања, од кои 9 се поставени на Ликертова скала каде што се користат 5 позиции - 1 го означува најниското ниво, а 5 - највисокото ниво на појавата. Преостанатите прашања нудеа можност за избор помеѓу повеќе алтернативи, притоа испитаниците требаше да изберат опција која најмногу одговара на случувањата во претпријатието.

Примерок. За потребите на ова истражување беа собрани 326 прашалници, што претставува 20% од вкупно испратените прашалници до трговски друштва. Во рамките на анализата се отстранети одреден број компании поради несоодветно пополнети прашалници, технички

грешки или несоодветност на испитаникот, со што анализата вклучува 305 претпријатија.

Резултати

Дескриптивната статистика обезбедува квантитативен преглед на различните параметри кои се испитуваат. Во рамките на табелите и сликите во продолжение, прикажани се резултатите, проследени со соодветна дискусија. Анализата вклучува мали претпријатија од 17 различни општини низ Република Македонија, при што 55% од испитаниците се од главниот град. Скопје претставува центар на економските и на бизнис случувањата, што дополнително е поткрепено со огромната концентрација на населението. За жал, евидентно е опаѓањето на бизнис-активностите низ целата држава и сè поголема е концентрацијата на сите активности во главниот град. Просечната старост на малото претпријатие изнесува речиси 12 години, а просечниот број на вработени во малото претпријатие изнесува 11, што е очекувано поради големата присутност на микро претпријатијата, а истовремено микро претпријатијата се најлесниот начин на започнување на бизнис. Очигледно изразено е интензивното формирање на нови претпријатија на почетокот од новиот милениум и тие се релативно млади, немаат многу искуство и најчесто сè уште се во рацете на основачот. Високата стандардна девијација во однос на староста е резултат на тоа што е вклучено едно претпријатие со 90-годишно постоење и едно претпријатие со 60-годишно постоење.

Иницијално, земајќи ги во предвид слика 1. и слика 2., малите и средните претпријатија се најзастапени во делот на услугите. Па така, дури 50,2% од испитаниците потврдиле дека се активни во доменот на услужниот сектор, а потоа дури следи трговијата и производството со 24,9% и 20%, соодветно. Имено, голем дел од успехот на малите претпријатија во светот се темели на услужниот сектор, па така големата процентуална застапеност во делот на услугите е присутна кај малите бизниси ширум светот. Што се однесува до сопствеништвото, најголем дел од малите и микро претпријатијата се резултат на домашен капитал. Притоа, дури 92,5% од претпријатијата имаат доминантно домашен капитал, што, во основа, се очекува, бидејќинајголемделодмалите претпријатија се основани локално. Поврзано со финансирањето, дури 50,2% од испитаниците успешно обезбедиле дополнителен капитал во рамките на своето постоење, кој им

бил потребен за нивното работење. Како финансиски извори кои најчесто се користат со 49,3 % најистакнати се кредитните линии на комерцијалните банки, а не застојуваат и задршката на добивката, па дури 38,6% од малите бизниси се решаваат да ја задржат добивката, користејќи ја за финансирање на активностите.

Слика 1. Застапеност малите и средните претпријатија по индустрии



Слика 2. Сопственички капитал



Извор: Сопствено истражување.

Екстерните и интерните ограничувања со просечни вредности 2,4 и 2,7 одразуваат просечно и натпросечно влијание врз растот на микро и малите претпријатија, прикажани соодветно во Табела 4. Опкружувањето може да креира голем број ограничувања за претпријатието, поради големината, обемот на работа и пазарите кои ги опслужуваат, малите претпријатија имаат ограничени можности да влијаат врз околината и со тоа се соочуваат со релативно поголема неизвесност и зависност (Fadahunsi, 2012). Во основа, екстерните ограничувања можат во голема мера да влијаат врз развојот и просперитетот на претпријатијата. Неретко сопствениците на микро и малите претпријатија ги истакнуваат влијанијата, поврзани со опкружувањето како пречка за нивниот развој, па дури и опстанок. Во Република Македонија се силно изразени влијанијата на економските, политичките и законските придвижувања кои вршат силно влијание врз сите бизнис субјекти, а секако и на микро и малите претпријатија. Знаењето во претпријатието има просечна вредност од 3,3, што значи дека вкупното знаење во последните 3 до 5 години умерено во насока на натпросечно се зголемило. Тоа е добар показател дека сè повеќе се вреднува знаењето во микро и малите претпријатија.

Табела 4. Основни дескриптивни показатели, поврзани со истражувањето

Променливи	Просечна вредност	Стандардна девијација
Раст	2,9817	,97212
Екстерни ограничувања	2,4043	,78399
Интерни ограничувања	2,7114	,89665
Знаење во претпријатието	3,3179	1,07788
Планската активност во претпријатието	2,8522	1,03686
Планот за развој	3,3179	1,07788
Техники за планирање	2,8522	1,03686

Извор: Сопствено истражување.

Резултатите, добиени во истражувањето, ја прикажуваат просечната вредност на остварениот раст која изнесува 2,98 на скалата од 1 до 5, што значи дека претпријатијата бележат умерен раст во насока тој да стане натпросечен, како што може да се види во табела 4. Тоа, во основа, подразбира дека малите претпријатијата просечно бележат умерен раст, во рамките на испитуваниот примерок. Притоа, може да се истакне дека не претставува изненадување ваквиот резултат, имајќи ја во предвид староста на претпријатијата. Очигледно краткиот период на постоење укажува на два аспекти, а тоа дека во голем дел малите претпријатија неискусиле никакви сериозни промени во делот на сопствеништвото, менаџментот или генерацискиот трансфер, а истовремено се наоѓаат во почетните фази на развој, во најголемиот дел во фаза на преживување или успех, што, секако, се потврдува со добиените резултати во рамките на истражувањето. Дури 23,3% од испитаните претпријатија се наоѓаат во фазата на преживување, а 44,9% од претпријатијата се наоѓаат во фазата на успех. Фазата на успех подразбира дека сопственикот е преокупиран со подобрување на профитабилноста, намалување на оперативните трошоци и отпадот и за првпат е во позиција да донесе одлуки кои клиенти да ги задржи, а од кои да се ослободи (Butler, 2006). Планирањето е сè поприсутно во оваа фаза и се јавува во форма на оперативен буџет кој го поддржува функционалното делегирање. Сопственикот и менаџерот на претпријатието треба да ја надгледуваат стратегијата. Голем дел од претпријатијата остануваат долго време во фазата на успех. Од друга страна, фазата на опстанок подразбира

иницијално формирање на одредени политики и процедури, а управувањето со бизнисот зазема сè повеќе од времето и посветеноста на основачот. Па така, резултатите несомнено укажуваат на потребата од повеќе напор во насока на планирањето и имплементирањето на стратемиски инструменти за остварување на долгорочен успех на претпријатието.

Согласно со добиените резултати, планирањето е изразено со просечна вредност од 2,8, што одразува едно солидно натпросечно ниво на планирање во рамките на малите и средните претпријатија. Секое претпријатие, без оглед на големината, има одредена форма на планирање (Kraus, Kauranen 2009). Притоа, присутноста во однос на планирањето е евидентна во најголем дел кај секојдневните оперативни активности. Оперативното планирање е најчесто присутно кај малите претпријатија, во голема мера се однесува на буџетите, додека стратемиското планирање е подетално и го вклучува сопственикот. Од друга страна, интересно е што во најголем дел малите и микро претпријатијата, вклучени во истражувањето, искажуваат релативно висока просечна вредност од 3,3 во делот на планот за развој. Може да се истакне интересот кон планот за развој со повисоки вредности, каде најголемо значење им се препишува на мисијата и визијата со просечна вредност 3,35, понатаму целите поврзани со развојот на претпријатието со просечна вредност 3,65 и анализата на пазарните можности со просечна вредност 3,57. Резултатите, добиени во истражувањето недвосмислено укажуваат дека има одредени аспекти на планирањето, кои се присутни во работењето на микро и малите претпријатија во Република Македонија. Најголем дел од овие претпријатија се запознаени со одредени инструменти, како што се мисијата и визијата, со што се верува дека имаат поставено одредени рамки за нив. Во таа смисла, сопствениците на микро и малите претпријатија, согласно со ресурсите и можностите со кои располагаат го интегрираат планирањето и сметаат дека е фундаментално за опстанокот на малото претпријатие. Ова дополнително се потврдува со согледувањето на фреквенцијата на ревидирање на плановите за развој кои, во најголема мера, кумулативно кај повеќе 50% од испитаниците е често, месечно или барем квартално. Согледувајќи ги ресурсите со кои располагаат малите претпријатија, тие немаат премногу време да прават премногу често ревизија на своите активности. Истовремено, ревизијата многу често се доживува како пречка во спроведување на оперативните активности во претпријатието.

5. Фреквенција на ревизијата на планот за развој

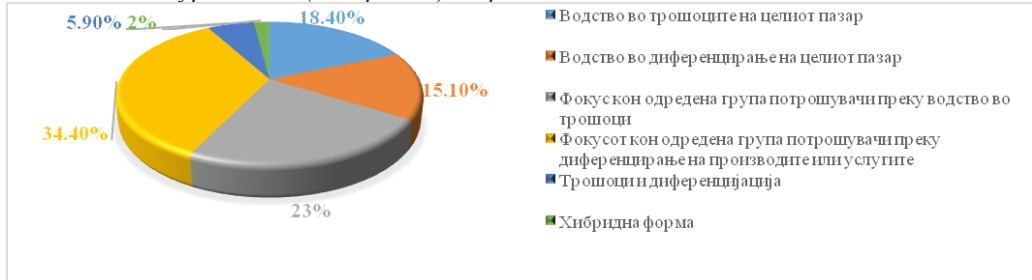
Фреквенција	Број на мали претпријатија	Процент на мали претпријатија од вкупниот број
Често	45	14,8
Месечно	39	12,8
Квартално	82	26,9
Еднаш годишно	53	17,4
По големи настани во претпријатието	28	9,2
Ретко	47	15,4
Никогаш	11	3,6

Извор: Сопствено истражување.

Стратегијата и стратегискиот менаџмент има свои специфичности во насока на микро и малите претпријатија. Па така, во однос на стратегиите кои се имплементираат во малите претпријатија, дури 34,4% од вклучените испитаници ја применуваат генеричката стратегија со фокус кон одредена група потрошувачи преку диференцирање на производите или услугите, што е прикажано на слика 3. Истовремено може да се истакне дека стратегијата на фокус се смета за најсоодветната стратегија за малите претпријатија во насока на просперитет, бидејќи борбата со ниски трошоци, наспроти големите гиганти, е најчесто погубна. Основната идеја на оваа стратегија е да се избере еден или повеќе сегменти, да се идентификуваат посебните потреби, желби и интереси. Стратегиите на фокус се градат врз база на разликите во однос на пазарните сегменти. Стратегијата на фокус определува пристап каде што претприемачите се обидуваат да се одбранат себеси од пазарните сили, како што е конкуренцијата, преку таргетирање на специфичен пазарен сегмент (Moore et al., 2006). Со фокусирање на специјализиран пазар, одредени мали бизниси развиваат уникатна експертиза која води кон повисоки нивоа на вредност и услуги за клиентите, што во основа е одлично за бизнисот (Longenecker, 2008). Наместо да настојува да се опслужи целиот пазар, претпријатието едноставно се фокусира на одреден специфичен сегмент или дел, кој многу често од големите претпријатија може да биде занемарен или потценет.

|

Слика 3. Конкурентски (генерички) стратегии



Извор : Сопствено истражување.

Во однос на стратегиите за раст - 30,8% од претпријатијата ја имплементираат стратегијата на раст, поврзана со проширување на постојниот пазар, што ја одразува природата на малите претпријатија дека најсигурно се чувствуваат на познат терен. Пенетрацијата на пазарот инволвира зголемување на продажбата на постојните корисници или наоѓање на нови потрошувачи на истиот пазар (Nappagan, 2002). За малото претпријатие, стратегиите за раст претставуваат патоказ за тоа како ќе се донесат одлуките во однос на алокацијата на ресурсите заради остварување на целите за раст на претпријатието (Thakor, 2011). Притоа е најбрзо се носи одлуката да се настапи на поле каде малото претпријатие има одредени информации и сознанија. Во тој правец, претпријатијата во почетокот треба да размислуваат за помалку ризични стратегии и да работат во насока на искачување по нагорните скалила со поголеми настојувања за остварување раст (McFarland, 2009). Доколку бизнисот доволно добро го познава својот пазар, обезбедувањето на дополнителни потрошувачи нема да биде премногу скапо, ниту, пак, ќе се наметнат големи трошоци за развојот на производствената линија (Wilson, Bates, 2003).

Слика 4. Стратегии за раст



Извор : Сопствено истражување.

Заклучок

Значајното место кое го заземаат малите претпријатија во сите сегменти на економското живеење им дава централна улога како двигатели на економијата, извор на иновации и извор на работни места. Атрактивноста на малите претпријатија, како начин за преземање на нов бизнис потфат, наметнува потреба од согледување на начините за остварување долгорочен просперитет и успех, при што значајно се разликува од големите претпријатија. Силната присутност на малите претпријатија е изразена во рамките на различните економии, при што Република Македонија не е исклучок. Малите претпријатија имаат свои специфичности во однос на извршувањето на активностите.

Спроведеното истражување на повеќе од 305 деловни субјекти, односно мали и микро претпријатија во Република Македонија, обезбеди одредени импликации во делот на карактеристиките на малите претпријатија во Република Македонија и како тие се поставени во однос на планирањето, стратегиското планирање, растот и финансирањето на потфатот. Пред сè, треба да се истакне дека во сите прашалници респондентите/испитаниците ги одговориле прашањата, поврзани со планирањето и стратегиското планирање, со што на некој начин може да се утврди дека сите мали претпријатија имаат потреба од планирање на долгорочниот развој. Притоа, очигледно, просечниот раст на анкетираниите претпријатија е 2,98 %, што укажува дека испитуваните претпријатија во просек имаат умерен раст.

Во однос на стратегиите кои ги применуваат малите претпријатија, истите тие се доминантно насочени кон стратегијата на фокус кон одредена група потрошувачи преку диференцирање на производите или на услугите со 34,4 %. Тоа, во основа, е многу логично и очекувано, бидејќи малите претпријатија можат многу полесно да остварат компаративна предност преку стратегиите на диференцијација и фокус кон одредена група потрошувачи, отколку во делот на трошоците што повеќе е карактеристично за големите претпријатија. Поврзано со финансирањето, дури 50,2% од испитаниците успешно обезбедиле дополнителен капитал кој им бил потребен за нивното работење. Во однос на финансиските извори кои најчесто се користат, со 49,3% најистакнати се кредитните линии на комерцијалните банки, а не заостанува и задршката на добивката, па дури 38,6% од малите бизниси се решаваат да ја задржат добивката, користејќи ја за финансирање на активностите. Во однос на стратегиите на раст, доминантно во испитуваните претпријатија со 30,8% преовладува стратегијата на проширување на

постојните пазари. Повторно може да се истакне дека овој резултат е во рамките на очекувањата, притоа малите претпријатија многу често немаат доволно ресурси за да размислуваат за преземање стратегии кои бараат поголеми инвестиции и преземање на поголем ризик. Праксата само потврдува дека малите претпријатија не посветуваат доволно внимание на стратегиите и стратегискиот менаџмент. Трговските друштва во Република Македонија се доминантно насочени кон секојдневните активности, немаат формален систем на планирање и во најголем дел растот го остваруваат без конкретен план. Големата оптовареност од секојдневните обврски ретко остава простор сопствениците на малите бизниси да размислуваат за стратегијата и истовремено немаат можност да ги согледаат придобивките за долгорочниот раст и развој на претпријатието. Сеуште доминира мислењето дека за поставување на соодветна стратегија се потребни огромни ресурси, кои им се ретко достапни на малите претпријатија.

Користена литература:

1. Audretsch, D.B. (2002), "Entrepreneurship: a survey of the literature", Prepared for the European Commission, Enterprise Directorate General, Research (CEPR), Brussels.
2. Azhdar, K. (2007), *Strategy Formulation in Entrepreneurial Firms*, Ashgate, Aldershot.
3. Barringer, B.R., Ireland, R.D. (2012), *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures Global Edition*, Pearson Education Limited, New York.
4. Bartlett, W.J., Bukvic, V. (2001), "Barriers to SME growth in Slovenia", *МОСТ-MOST, Economic Policy in Transitional Economies*, vol 11, pp. 177 - 195.
5. Butler, D. (2006), *Enterprise planning and development: small business start-up, survival and development*, Elsevier/Butterworth-Heinemann, London.
6. Corman, J., Lussier R.N., Pennel, L. (2005), *Small business management: a planning approach*, 2nd ed. Atomic Dog Pub., Cincinnati.
7. Daft, R.L., Marcic, D. (2009), *Understanding management*, South-Western Cengage Learning, Mason.
8. De Kok, J., Vroonhof P., Verhoeven W., Timmermans N., Kwaak T., Snijders J., Westhof F. (2011), *Do SMEs create more and better jobs?*, report prepared by EIM Business & Policy Research, financial supported by European Communities, under the Competitiveness and Innovation Programme 2007- 2013, Brussels.
9. Fadahunsi, A. (2012), "The Growth of Small Businesses: Towards A Research Agenda" *American Journal of Economics and Business Administration* Vol.4, No.1, pp.105-115.

10. European Commission (2003), "The new SME definition", *Official Journal of the European Union*, Brussels.
11. Gray, C. (2000), "Formality, intentionality and planning: features of successful entrepreneurial SMEs in the future?" Presented at the ICSB World Conference, Brisbane.
12. Hannagan, T. (2002), *Mastering strategic management*, Palgrave, New York
13. Kraus, S., Kauranen I. (2009) "Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes?" *International Journal of Business Science and Applied Management*, Vol.4, No.1, pp.37-50.
14. Longenecker, J., Petty, J., Palich, L., Hoy, F. (2013), *Small business management*, Cengage Learning, Mason.
15. McFarland, K.R. (2009), *The breakthrough company: how everyday companies become extraordinary performers*, Three Rivers Press, New York.
16. Moore, C.W., Palich L.E., Petty J.W. (2006), *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*, Cengage Learning, Mason.
17. Moore, C.W., Palich L.E., Petty J.W. (2006), *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*, Cengage Learning, Mason.
18. Peng, M.W. (1997), "Firm Growth in Transition Economies: Three Longitudinal Cases from China", *Strategic Management Journal*, Vol.18, No.3, pp.247-254.
19. Peng, M.W., Tan J., Tong T.W. (2005), "Ownership Types and Strategic Groups in an Emerging Economy", *Journal of Management Studies*, Vol.41, No.7, pp.1106—1129.
20. Scarborough, N.M., Zimmerer T.W. (2006), *Effective Small Business Management an Entrepreneurial Approach* 8th Edition, Pearson Education, New York.
21. Schermerhorn, J. (2012), *Exploring management*, 3rd Edition, John Wiley & Sons, New Jersey.
22. Stacey, R.D. (1990), *Dynamic strategic management for the 1990s: balancing opportunism and business planning*, Kogan Page, London.
23. Thompson, J.L. (1999), "A strategic perspective of entrepreneurship", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Vol.5, No.6, pp. 279-296.
24. Thompson, J.M. (2004), *Strategic management: Awareness and Change*, 5th Edition, Cengage Learning, Mason.
25. Thakor, A.V. (2011), *The four colors of business growth*. Academic Press, San Diego.
26. Wilson, P., Bates S. (2003), *The essential guide to managing small business growth*. Wiley & Sons, New Jersey.

SPECIFICS OF PLANNING BY SMALL BUSINESSES IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Aleksandra Janeska-Iliev, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
aleksandra@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

With the growth of knowledge and awareness among researchers, a huge influence of small businesses is increasingly becoming evident with regard to entrepreneurial activity, innovation, jobs creation, company profitability, and the economy as a whole. Thus, by recognizing the structural importance of small enterprises, in particular for large businesses, high technology, fast growing businesses, and in general, the small business imposes itself in the focus of research interests. Worldwide, the best expertise is increasingly provided by small businesses, primarily due to their specialization and focus. Much of the success of the small businesses arises out of their diversity and uniqueness. Thus, long-term orientation and planning aimed at securing the future of the small enterprise becomes a significant part of the everyday life of small enterprises. This analysis covers various aspects related to small businesses in Macedonia, such as general characteristics, growth, financing, planning, use of planning techniques, strategies, etc. The survey conducted with more than 305 business entities creates a picture of the situation regarding the management of small businesses in Republic of Macedonia. Interestingly enough, the respondents answered all questions related to planning and strategic planning, which initially may indicate the existence of certain awareness of small businesses of the necessity to plan for long-term development.

Use of the existing knowledge and generation of an appropriate framework for small business in the country provide an opportunity to realize the benefits of the application of various management tools and techniques aimed at achieving long-term development and prosperity of small businesses, which should be an additional incentive for small companies to direct their efforts towards the implementation of appropriate strategic elements in their daily operations.

Keywords: *small business, planning, strategy, management, strategic planning, strategic management*

ДЕТЕРМИНАНТИ НА КРЕДИТНАТА ЕВРОИЗАЦИЈА ВО ЗЕМЈИТЕ ОД ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА

доц. д-р Кирил Јовановски

Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје

Економски факултет – Скопје, Р.Македонија

kirilj@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Финансиската евроизација е предмет на истражување на економистите во последните 40 години, од падот на Бретонвудскиот договор. Прашањето за валутната структура на средствата и обврските во една економија особено добива на значење со либерализацијата на финансиските текови и развојот на финансиските системи во земјите. Бројните ризици од евроизацијата со кои се соочуваат поединците и економијата во целост ги натера економистите борбата да ја водат со причините за нејзиното настанување.

Трудот се занимава со откривање на причините за кредитната евроизација во земјите од Југоисточна Европа. Преку панел дата анализа, на сите земји, но и посебно на земјите со фиксен, т.е. флексибилен режим на девизен курс, резултатите покажуваат дека промената на цените на мало и девизниот (реален и номинален) курс се најзначајни во објаснувањето на кредитната евроизација. Ваквите резултати упатуваат на зголемување на вниманието на макроекономските политики при креирање на своите одлуки, особено врз довербата која ја уживаат кај економските агенти. Впрочем, сите напори за намалување на степенот на финансиската евроизација на една земја треба да се насочени кон зголемувањето на довербата на институциите кои се занимаваат со економските политики во земјата. Притоа, акцентот треба да се стави на остварување на плановите, зацртани во долгорочните стратегии на фискалната и монетарната политика.

Клучни зборови: кредитна евроизација, инфлација, девизен курс, доверба.

Вовед

Периодот од 2007 година до денес го одбележа финансиска и економска криза која со себе донесе бројни прашања. Најголемиот дел од нив се однесуваа на барањето на причините заради кои актуелната криза ја достигнува својата длабочина, интензитет и долготрајност. Во економските кругови скоро и да е постигнат консензус за тоа дека одредени слабости во финансиската регулација го носат најголемиот товар како виновник, но брзото ширење, огромниот опфат и должината на траење на оваа криза, води до интерес да се анализира и еден поинаков сегмент.

Желбата за висок економски раст, постигнување на економски стандард, сличен или еднаков на оној на развиените земји, ја тера секоја држава да се обидува да обезбеди дополнителен капитал и со него да финансира проекти кои ќе помогнат во развојот на земјата. Така, голем е бројот на земјите во развој кои дополнителните средства ги обезбедуваат преку задолжување на меѓународните финансиски пазари, во најразлични форми. Тие средства, пак, без исклучок се позајмуваат во валута, која е различна од националната валута на кредито-барателот, на пример, во долари, евра, швајцарски франци или во некоја друга од меѓународните резервни валути.

Глобализацијата на меѓународните финансиски пазари, водени пред сè од големата финансиска либерализација, создаде услови голем број на финансиски институции (пред сè банките) да имаат можност да отворат филијали надвор од своите матични земји. Така, во земјите во развој, кај кои финансиските сектори започнуваа да се развиваат, странските финансиски институции имаат доминантно учеството на домашниот финансиски сектор. Тие, пак, во голема мера, со себе носат дополнителни средства, капитал, од своите матични земји, со кои одобруваат кредити за финансирање проекти кои ќе овозможат забрзување на растот на економијата. Повторно, како и кај задолжувањето на самата држава, така и кај кредитите кои ги одобруваат филијалите на странските банки, валутата во која тие кредитираат не е домашната. Заради тоа што националните валути на земјите во развој имаат многу низок кредибилитет, со ваквите кредити странските инвеститори во овие земји сиот валутен ризик го префрлаат на крајните корисници на кредитите. Кај нив, странските валути се употребуваат паралелно со своите, домашни валути и тоа во сите три функции на парите.

Во овој труд ќе биде истражен токму овој дел, кој економската јавност го препозна како еден од виновниците за финансиска дестабилизација. Кредитирањето во странски валути со себе носи ризици кои се различни од оние кои кредитирањето во домашна валута ги познава. Заради потребата на земјата во еден момент да обезбеди странски валути, сè со цел исплаќање на долгот, отвора дополнителни аспекти при анализирањето на овој тип на кредитирање. Дополнително на тоа, самата зависност од странските кредити и обврската тие да се вратат во странските валути ги зголемува можностите одреден ризик, кој не е поврзан директно со националната економија, да предизвика негативни последици во неа.

Степенот на финансиска евроизација во Македонија и во земјите од Централна и Југоисточна Европа

Финансиската доларизација најмногу го привлекува вниманието врз себе, затоа што претставува и носител на скриен кредитен ризик, како за финансискиот сектор, така и за економијата во целост. Овој ризик потекнува од обврските на економските агенти, а како резултат на намалување на вредноста на домашната валута. Со тоа, без оглед на потеклото на обврската, домашна или надворешна, острата депрецијација на валутите за агентите значи „безусловно“ зголемување на обврските во домашни цени/ девизен курс. Токму заради тоа, можеме да заклучиме дека преземањето на девизниот ризик со себе носи бројни дополнителни директни и индиректни ризици за доверителот, должникот и финансиската стабилност на земјата: девизен ризик, каматен ризик, ризик за перформансите во економијата (Bokor и Pellényi, 2005).

Доколку на ова додадеме дека финансиската доларизација е специфична замалите, отворени, земјоворазвој и подем, тогаш треба да знаеме дека промената на девизниот курс нема да влијае само на зголемувањето на обврските.¹ Таа, истовремено ќе влијае и врз намалувањето на приходите на економските агенти, затоа што реакциите на макроекономските политики ќе влијаат врз зголемувањето на стапката на инфлацијата.

Европските земји во подем, како што се поранешните земји во транзиција од планска кон пазарна економија во Централна, Источна

1 Преку зголемување на деноминираниот странски долг.

и Југоисточна Европа,² се еден од регионите со најдинамичен раст на економијата во текот на 2000–те години. Континуируаниот економски раст и очекувањата за интеграција во ЕУ го забрза финансискиот развој кај овие земји (Brownetal., 2009; Elleretal., 2010; Finketal., 2009). Растот на доходот, банкарските активности и финансиската интеграција со развиените земји предизвикаа дотогаш незабележан раст на кредитите (Aydin, 2008; EBRD, 2010). Истовремено, доминацијата на растот на уделот на кредитите во странски валути стана карактеристика на процесот на приближување кон развиените земји од регионот (Rosenberg и Tripak, 2008).

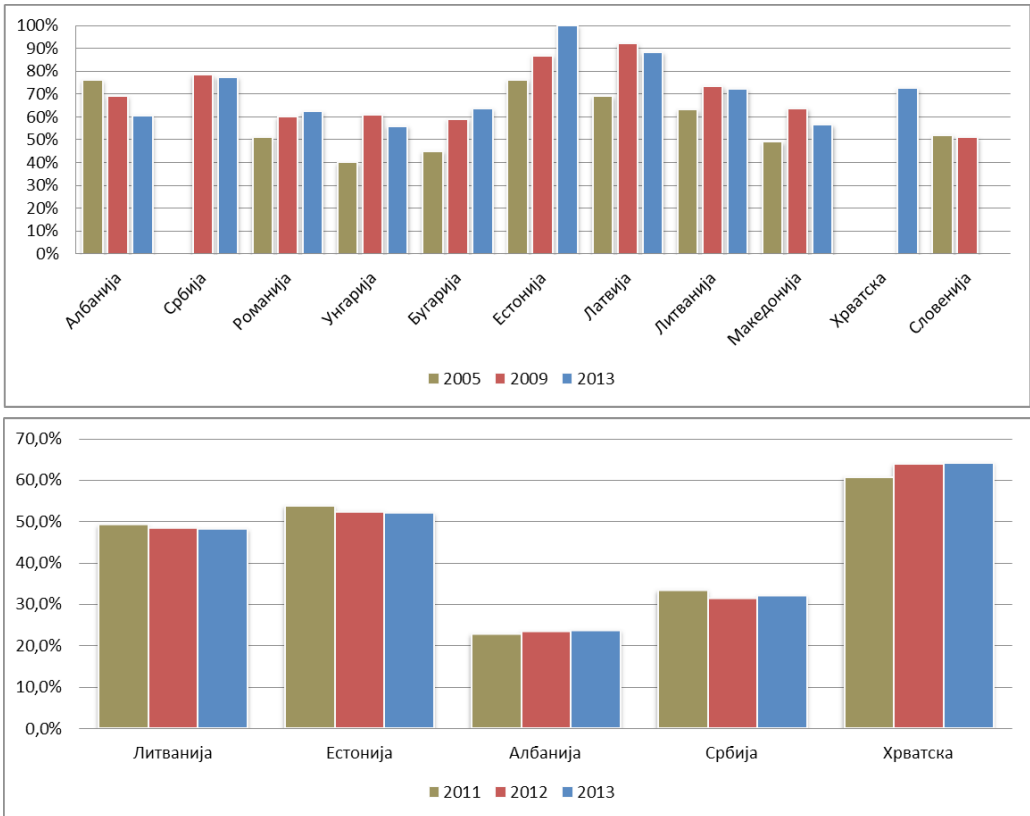
Ваквиот процес можеме да го забележиме во речиси сите земји од регионот на Централна и Југоисточна Европа. Имено, во 11 земји,³ на почетокот од 1999 година, просечното учество на кредитите во БДП изнесувало 20,63%, додека на крајот на 2012 година, овој показател изнесувал околу 58%. Ваквиот раст во најголема мера се должи на порастот на кредитите во странски валути. Токму заради тоа, овие финансиски инструменти како предмет на истражување се во бројни анализи, па и на овој труд.

Оваа ситуација дополнително се усложнува со порастот на учеството на кредитите во странски валути, дадени на домаќинствата. Домаќинствата, разбирливо, немаат доход кој е деноминиран во странски валути, па оттука, тие директно се изложени на валутните флукуации. Во секторот на претпријатијата, овие ризици се помалку изразени, особено ако компаниите имаат приходи од извоз на своите производи, кои би служеле како природна заштита од ризиците (ЕСВ, 2008).

2 Во литературата познати под кратенката (CESEE).

3 Албанија, Бугарија, Естонија, Хрватска, Унгарија, Литванија, Латвија, Македонија, Романија, Србија и Словенија.

Графикон број 1.1. Учество на кредитите во странски валути во вкупните кредити на нефинансискиот сектор (нефинансиски компании и домаќинства) – горе; и учество на кредитите во странски валути на секторот домаќинства во однос на вкупните кредити во странски валути – долу



Извор: Пресметки на авторот, податоци од централните банки на одделните земји.

Кредитната евроизација, сепак, не е идентична помеѓу земјите од овој регион (графикон 1.1). Прво, постојат земји во Европа во кои девизните и кредитите со девизна клаузула,⁴ учествуваат во повеќе од две третини од вкупното кредитно портфолио на приватниот сектор. Ова особено се однесува на балтичките земји, Србија, Албанија и Хрватска. Второ, постојат голем број земји каде што кредитите во странски валути учествуваат помеѓу

⁴ На пример, во Хрватска, каде што кредитите индексирани на швајцарскиот франк имаат особена важност (CNB, 2011).

една третина и две третини од вкупните кредити, одобрени на приватниот сектор. Тука можеме да ги вброиме преостанатите пет земји (Романија, Унгарија, Бугарија, Македонија и Словенија). На крајот ќе споменеме дека, иако тие не се презентирани на графиконот бр. 1.1, постојат три земји⁵ каде што кредитите во странски валути имаат релативно мало учество во вкупните банкарски кредити.

Како што веќе видовме, кредитната евроизација во последната деценија бележи постојан динамичен раст. Од друга страна, растот на депозитите во странски валути е уште подинамичен од растот на кредитната евроизација. Тука ќе споменеме дека за периодот од 2007 до 2010 година, просечниот раст на депозитите во странски валути кај овие шест земји изнесувал близу 25%, додека во истиот период, кредитната евроизација просечно растела за 20%. Во истиот период, најголем раст на депозитите во странски валути бележи банкарскиот сектор во Србија (просечен раст од 45%), додека најнизок раст бележат депозитите во странски валути во банкарскиот сектор во Албанија (просечен раст од 9%). Динамиката на растот на кредитите во странски валути е најголема кај Литванија (просечен раст од 30%), додека кредитната евроизација е најниска во Хрватска (просечен раст од 6%).

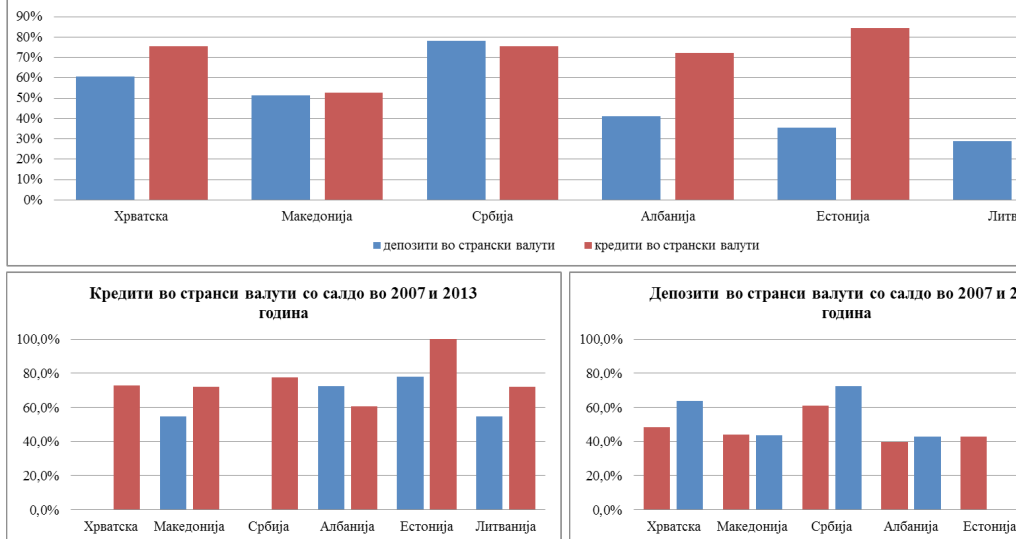
Кризата во периодот од 2008-2009 година, покрај преостанатите проблеми, го истакна и оној што е поврзан со валутната неусогласеност на билансите на должниците од овие земји. Валутните нерамнотежи предизвикаа зголемување на ефектите од финансиската криза кај земјите чии валути остро депрецираа, како, на пример, во Унгарија, а кај оние кои се обидуваа да го одбранат фиксниот девизен курс, како Латвија, донесоа многу проблеми за носителите на макроекономските политики. Заради тоа, како и досега, уште еднаш се зголеми интересот за одговорот на прашањето, дали да се донесат мерки за подобро управување на девизниот ризик или, пак, да се преземаат мерки за „справување“ со носителите на овој ризик.

Барањата за „справување“ со кредитирањето во странски валути, во најголем дел, се основаат на имплицитни претпоставки за тоа дека овој процес во земјите од регионот е предизвикан од сили слични на оние што се поврзуваат со причините за порастот на капиталните приливи и кредитните експанзии. Имено, во литературата, практиката за позајмување во една земја во која каматите се ниски, за да се вложи во друга каде што приносите

5 Станува збор за Русија, Словачка и за Чешка.

се високи, е позната како финансиски трансакции од страна на повеќе финансиски институции (анг. „carrytrade“) (Karmin и Perry, 2007). Ваквите претпоставки се надополнуваат со стравот од девалвација на валутите и алчноста на позајмувачите за пристап до поевтини извори за финансирање на своите проекти. Оттаму, големината на ризиците кои се поврзуваат со задолжувањето во странски валути ќе зависат од должникот,⁶ типот на валутата⁷ и режимот на девизен курс (Got и Ross, 2006).

Графикон број 1.2. Учество на кредитите и депозитите во странски валути во земјите од Централна и Југоисточна Европа



Извор: Пресметки на авторот, податоци од централните банки на одделните земји..

Меѓутоа, тоа генерализирање ретко целосно задоволува еден економист кој се занимава со овој феномен. Имено, токму заради сериозноста на ова прашање, но и долгогодишното егзистирање на финансиската евроизација во рамките на ЦЈЕ, како и неможноста за дефинирање на соодветен модел кој би ја дефинирал оваа појава во сите земји,⁸ овој труд ќе направи обид да даде некои одговори. Во него, ќе се бараат одговори

6 Со или без „природна“ заштита од ризикот.

7 При позната релативна стабилност на девизниот курс на домашна валута/странска валута.

8 На пример, во ист период, финансиската доларизација доживува остар пораст во Унгарија, а во Русија и во Казахстан се намалува.

за факторите кои го предизвикуваат зголемувањето или намалувањето на степенот на евроизација во земјите од ЦЈЕ.

Причини за доларизацијата - основни концепти

Најголемиот дел од литературата која се занимава со причините и искуствата на доларизацијата се однесуваат на примерите на земји од Латинска Америка. Тоа е така, затоа што земјите како Боливија, Аргентина, Мексико или Перу, во последните триесет години, имаат искуство со валутната супституција. Сепак, појавата на еврото, големата економска поврзаност и евроаспирациите на земјите од европскиот континент, во последните десет години влијаеја и овие земји да го зголемат уделот на евроизација на своите економии, а со тоа и економистите кои се занимаат со нив, да се зголеми.

Литературата која се занимава со ова прашање дефинира многу причини кои влијаат суфицитните економски единици во овие земји да ги чуваат своите заштеди во странски валути. Во овој дел ќе се обидеме да ги сублимираме економските феномени кои ги мотивираат агентите да ги евроизираат своите средства и обврски. Ако движењето на макроекономските варијабли во различните економии покажува дека „де факто“ евроизацијата е рационален одговор од економските агенти на загубата на довербата кон домашната валута, тогаш би требало да се прифати дека „број еден“ причина зошто доларизацијата се појавува е инфлацијата. Тоа е така, затоа што економските агенти во економиите, кои имаат хронично високи стапки на инфлација, користат странска валута за да ги намалат негативните последици од неа.

Поради тоа, американскиот долар и еврото ги заменуваат локалните валути во земјите со високи стапки на инфлација.⁹ Уште во првите истражувања, поврзани со доларизацијата, хронично високото ниво на инфлацијата се идентификува како главна причина на нејзината појава.¹⁰ Имено, трајните сеќавања за инфлацијата во една економија, проследени со податоците за монетарно „погрешно управување“, го зголемува учеството на финансиската доларизација (Sevastano, 1996). Дополнително на тоа,

⁹ Аргентина, Боливија, Мексико, Белорусија, Турција, итн.

¹⁰ За преглед на целосната листа на референции, види повеќе во анализите на Levy-Yeyati и Arias (2003), Calvo и Vegh (1997), Savastano (1996) и Giovannini и Turtelboom (1994).

високите номинални нерамнотежи можат да влијаат врз засилување на улогата на странските валути во процесот на пресметките во една инфлациска економија (Guidotti и Rodriguez, 1992). Инфлацијата, како генерален показател за тоа ја губи својата доминација секогаш кога во моделите ќе се вклучи некоја варијабла за одредување на квалитетот на политичките институции и управувањето во земјата (DeNicoloeetal., 2003). Дополнително, евроизацијата е позитивно поврзана и со реакциите на инфлацискиот данок на шоките на растот (Rajan и Tokatlidis, 2005; Guscini, 2008; Brownetal., 2009).

Покрај инфлацијата, важни детерминанти на доларизацијата се и очекувањата за депрецијација на домашната валута, каматните распони и националната аверзија кон ризикот. Кога зборуваме за диференцијалот на каматните стапки, истражувањата најмногу внимание посветуваат на разликата помеѓу каматните стапки во домашната и оние во странската валута (Rosenberg и Tripák, 2008; Zettelmeyeretal., 2010). Тука би можело да се додадат и временската неконзистентност и недостатокот на довербата кон монетарната политика, пазарните аномалии и моралниот ризик кој произлегува од осигурувањето на депозитите (Ize и Powell, 2004); управувањето на средствата и обврските, профитабилноста, концентрацијата и управувањето на ризикот кај банките и кај компаниите. Исто така, од институционална перспектива, доларизацијата зависи и од отвореноста на економијата, длабочината и големината на финансискиот систем и правните пречки и трансакциските трошоци кои се поврзани со обезбедувањето на странска валута.

Во литературата можеме да најдеме многу автори кои се занимаваат со проблематиката на доларизацијата, кои заради подобро разбирање на факторите кои ја детерминираат, во основата на своите истражувања даваат и показатели за мерење на степенот на доларизација во земјите. Обемната литература, поврзана со ова прашање, можеме да ја поделиме во три главни групи. Овие три гледишта не се целосно независни едно од друго, ниту, пак, се контрадикторни во нивните основи, но сепак, нивните заклучоци се различни.

Првото, кое ја употребува теоријата на валутната супституција, претставува една од најстарите теории за појавата и динамиката на промени на доларизацијата кај земјите во развој. Оваа теорија ја смета инфлацијата како најзначаен фактор за појавата на доларизацијата. *Следното* објаснување

е теоријата на минимална варијанса на портфолиото, која е развиена од Levy-Yeyati (2006) и Ize и Levy-Yeyati (2003). Според оваа теорија, за појавата на доларизацијата многу повеќе придонесуваат промените во стапката на инфлацијата и депрецијацијата на реалниот девизен курс, отколку очекуваната инфлација и депрецијацијата на номиналниот девизен курс. *Третата* теорија, која е развиена од Rajan и Tokatlidis (2005), се однесува на влијанието на квалитетот на институциите врз нивото на доларизација.

Сите три теории имаат различен пристап, но на крајот се сведуваат на влијанието на нивото на инфлацијата. Имено, степенот на доларизација е ендегено детерминиран од оптимизирањето на агентите помеѓу ограничувањата на политиките и технологијата. Изучувањето на теоријата, поврзана со однесувањето на различните класи на агенти кои избираат помеѓу домашните и инструментите деноминирани во странски валути, може да помогне во објаснувањето на врските помеѓу степенот на депозитна и кредитната доларизација и другите макроваријабли или варијаблите на финансискиот сектор.

Економетриски модел, емпириска анализа и интерпретација на резултатите

Моделот што го користиме за анализа на факторите на финансиската евроизација во овој труд започнува со претпоставките кои ги даваат Lusa и Petrova (2008). Имено, тие развиваат модел кој ги следи заклучоците на портфолио-пристапот за анализа на кредитната доларизација.¹¹ Во него, во една земја постојат два субјекта кои влијаат врз степенот на доларизацијата. Од едната страна се претставени компаниите кои ја одредуваат висината на побарувачката за кредити деноминирани во странски валути, а од другата се наоѓаат банките кои влијаат врз понудата на овие средства.¹² Од тие причини, моделот кој тие го анализираат во себе вклучува фактори коишто влијаат врз кредитната доларизација на страната на компаниите, на страната на банките, како и одреден сет на контролни варијабли.¹³ Оттаму, основниот

11 Ize и Levy-Yeyati (2003).

12 Во овој модел, големината на побарувачката за кредити, деноминирани во долари, на компаниите е детерминирана од висината на нивните доларски приходи, висината на коваријансата помеѓу девизниот курс и домашните цени, каматните стапки на доларските кредити, несигурноста во отплатата на обврските по доларските кредити и нивото на аврзијата на ризикот од страна на компаниите.

13 Променливоста на девизниот курс, странската каматна стапка (тримесечна каматна стапка на депозитите,

модел е земен во следната форма:

финансиска_евроизација_{it} = α

$$\begin{aligned}
 &+ \beta' \text{ фактори_на_побарувачката}_{it} \\
 &+ \gamma' \text{ фактори_на_понудата}_{it} \\
 &+ \delta' \text{ финансиска_развиеност}_{it} \\
 &+ \theta' \text{ контролни_варијабли}_{it} + u_{it}
 \end{aligned}$$

каде: индексите i и t ги означуваат различните земји и временски периоди за дадената серија на податоци, така што $i = 1, 2, \dots (N = 10)$, а $t = 1999, 1995, \dots 2013 (T = 15)$. Во моделот, α претставува композитен член кој може да ги опфати сите ненабљудувани индивидуални ефекти - специфични за земјата и ненабљудуваните фиксни временски ефекти – специфични за земјата; β' , γ' , δ' , θ' , се парцијалните коефициенти на корелација; додека u_{it} ги претставува неопфатните причини за појавата на финансиската евроизација за кои се претпоставува дека се независно и идентично распоредени помеѓу земјите и периодот на анализа.¹⁴

Во продолжение на овој дел од трудот ќе бидат коментирани резултатите од основниот модел, кој всушност ја претставува последната (анг. „parsimonious“), „прочистена“ спецификација. Притоа, робусноста на спецификацијата на моделите беше тестирана преку отстранување на поединечните индивидуални варијабли од моделот, како и преку селектирање на посебни земји од примерокот.

Процената на спецификацијата на моделите беше извршена со методот на фиксни и на случајни ефекти. Тука ќе споменеме дека во анализата на резидуалите се покажа постоење на потенцијален проблем, поврзан со хетероскедастичноста, заради што моделите беа тестирани и со методот на робусни стандардни грешки.¹⁵ Исто така, треба да се спомене дека тестот за постоење на единични корени (анг. „unitroot“) не ја отфрли нултата хипотеза.

Оценката на фиксните ефекти на земјите покажа постоење на процес на автокорелација помеѓу резидуалите. При оценката со методот со случајни ефекти, се појави проблем во процедурата на „between-estimatorweights“, со што целосно беа занемарени информациите кои може да ги пружи структурата на панелот (анг. „panelstructure“), т.е. информациите кои се различни низ времето. Всушност, оценката со методот со случајни ефекти

деноминирани во американски долари) и стапката на депрецијација на девизниот курс.

14 Reminderstochasticdisturbanceterm.

15 Whitecrosssection.

дава исти информации како обичната регресија на најмали квадрати. На крајот и покрај тоа што „Hausmann-test“ тестот упатува на тоа дека методот со фиксни ефекти на земјите е подобар за оценка на моделот, всушност, заради автокорелацијата на резидуалите и двата метода не се применливи. Од тие причини, за оценка на моделот беа потребни приспособувања за надминување на овој проблем.¹⁶

Почетниот модел беше претставен во следнава форма:

$$\begin{aligned}
 fcc_tc_{it} = & \alpha_i + \underbrace{\beta_1 cpi_annual(-1)_{it} + \beta_2 export_gdp_{it} + \beta_3 fx_lending_i_rate_{it}}_{\text{фактори на побарувачка}} + \underbrace{\beta_4 i_rate_spread_{it} + \beta_5 foreign_bank_ebrd_{it} + \beta_6 ext_loans_deposit_{it} + \beta_7 for_bank_assets_{it}}_{\text{фактори на понуда}} \\
 & + \beta_8 stocks_turnover_ratio_{it} + \underbrace{\beta_9 reer_{it} + \beta_{10} eur_lcu_{it} + \beta_{11} discount_rate_{it} + \beta_{12} m2_gdp_{it}}_{\text{финансиска развиеност}} + \underbrace{\beta_{13} intervention_{it} + \beta_{14} res_imp_{it}}_{\text{контролни варијабли}} \\
 & + u_{it}
 \end{aligned}$$

каде: *факторите на побарувачка* се претставени преку промената на инфлацијата со задоцнување од една година ($lag_cpi_annual(-1)_{it}$), отвореноста на земјата ($export_gdp_{it}$) и каматната стапка на кредитите во странски валути ($fx_lending_i_rate_{it}$); *факторите на понудата* преку распонот на каматната стапка на кредитите и депозитите во сите валути ($i_rate_spread_{it}$), учеството на странските банки во домашниот банкарски систем ($foreign_bank_ebrd_{it}$), износот на кредити и депозити надвор од банкарскиот систем на земјата ($ext_loans_deposit_{it}$) и износот на странските средства на банките ($for_bank_assets_{it}$); *финансиската развиеност* е опфатена со коефициентот на промет на пазарите на капитал ($stocks_turnover_ratio_{it}$), а како контролни варијабли беа земени реалниот девизен курс, мерен преку месечни просеци во текот на целата година ($reer_{it}$)¹⁷, номиналниот девизен курс, изразен по британскиот начин на котирање¹⁸ (eur_lcu_{it}), референтната каматна стапка ($discount_rate_{it}$), валутната супституција ($m2_gdp_{it}$), коефициентот на интервенции ($intervention_{it}$) и коефициентот на покриеност на увозот со девизни резерви (res_imp_{it}). На крајот u_{it} ги претставува статохастичките грешки во моделот.

На крајот, како во табелата број 1.1, се добиени резултатите од оценка на финалниот емпириски модел, пресметан врз основа на целиот примерок (модел 1). Штом ги откривме варијаблите кои се статистички значајни во одредувањето на големината на кредитната евроизација во сите земји, за следните сетови на податоци во следните модели го оценивме влијаењето

16 Оценка на ефектот на варијаблите со прв диференцијал „firstdifferenceestimations“.

17 Промената, порастот на реалниот девизен курс во оваа анализа ќе се смета за реална депрецијација на домашната валута.

18 Определен број единици на странска валута по единица домашна валута.

само на тие варијабли. Притоа, баравме дали ќе се задржи значајноста на варијаблите доколку ја имаме во предвид политиката на режим на девизен курс. Така, оценетите параметри за примерокот, составен само од земјите со фиксен девизен курс е прикажан во моделот број 2 и во примерокот кој ги вклучува само земјите со флексибилен девизен курс во моделот број 3 од табелата број 1.1

Табела број 1.1. Резултати од спецификацијата на финалните модели

Независна променлива	Модел 1	Модел 2	Модел 3
	Сите земји	Фиксен девизен курс	Флексибилен девизен курс
Годишна инфлација (CPI) (-1)	0.006585*** (0.002038)	0.004297** (0.002094)	0.006998*** (0.002080)
Реален девизен курс (REER)	0.005050*** (0.000858)	0.005160*** (0.001218)	0.004771** (0.001155)
Отвореност на економијата (EXPORT_GDP)	0.004988*** (0.001576)	0.005003** (0.001656)	0.004700* (0.001563)
Номинален девизен курс (EUR_LCU)	-0.653195*** (0.082667)	-0.593197*** (0.179156)	-0.545058*** (0.164999)
Финансиска развиеност (STOCKS_TURNOVER_RATIO)	-0.000200* (2.24E-05)	-0.000248* (6.69E-05)	-0.000145** (2.19E-05)
C	1.239671*** (0.206098)	-0.266800*** (0.136216)	1.377091*** (0.277723)
Опсервации	117	78	52
R-squared	0.765574	0.722509	0.785731
AdjustedR-squared	0.721223	0.679047	0.738425
Prob(F-statistic)	0.000000	0.000000	0.000000

Забелешка: Зависната варијабла се кредитите во странска валута, мерени како процент на учество на кредитите во евра во однос на сите кредити одобрени на нефинансискиот стопански сектор и секторот на домаќинствата. Оцената на коефициентите е извршена со помош на диференцијалите од прв ред, а користени се стандардни грешки со методот на White (1980) кои се дадени во заградите.т на Њ со помош на диференцијалите од прв ред, а користени се едитите во евра во однос на сите креди.

*** значајна на 1%, ** значајна на 5% и * значајна на 10%.

Модел 1- Македонија, Бугарија, Хрватска, Естонија, Латвија, Литванија, Албанија, Унгарија, Романија, Србија.

Модел 2- Македонија, Бугарија, Хрватска, Естонија, Латвија, Литванија.

Модел 3- Албанија, Унгарија, Романија, Србија.

Врската помеѓу промената на ценовното ниво во земјата и нивото на кредити во странски валути која е потврдена во сите претходни истражувања, се покажува како статистички сигнификантна и позитивна и во нашата анализа. Таквата врска воопшто не нè изненадува ако имаме во предвид дека кога во една економија агентите очекуваат цените да се движат непредвидливо да се заштитат од зголемување на обврските од таа појава. Така, доколку еден агент сака да се задолжи кај банките, а притоа има можност да избере во која валута тоа ќе го стори, заради неизвесноста поврзана со нивото на цени во земјата, тој ќе подигне кредит во странска валута.

Силната врска помеѓу инфлацијата и кредитната евроизација е аргумент и за намалената доверба кон одлуките на носителите на економските политики. Имено, можеме да забележиме дека во анализираниот период во кој кредитната евроизација расте, економиите на земјите кои ги анализираме немаат големи флукуации на цените. Сепак, дури и во услови на долгогодишни ниски стапки на инфлација агентите бараат да се задолжат во странска валута.

Следната варијабла која покажува силна и позитивна врска со кредитната евроизација е отвореноста на земјата. Впрочем, како и во концепциската разработка на истражувањето, сосема очекувано е позитивното влијание на оваа варијабла врз зависната променлива. Дополнително на тоа, можеме да забележиме дека во сите модели, од почетниот до финалниот, оваа варијабла покажува постојано позитивно и сигнификантно значење. Сепак, ќе напомниме дека сигнификантноста никогаш не го надмина нивото од 95%.

Економското објаснување на позитивното значајно влијание на оваа варијабла е поврзано со големата трговска размена со остатокот од светот на земјите од примерокот, кои може да се карактеризираат како мали отворени економии. Таа размена придонесува во економиите на овие земји да се појават компании кои се т.н. „заштитени по природа“ (анг. *natural hedgers*), кои заради намалување на неизвесноста, поврзана со цените на нивните производи и валутната структура на вкупните приходи, настојуваат поголем дел од обврските да бидат деноминирани во евра.

На крајот, сигнификантноста на инфлацијата во одредувањето на нивото на кредитната евроизација и ниската недоверба кон економските политики, покрај преку валутата на депозитите врз евроизацијата влијае

и преку влијанието врз одлуките на управните одбори на банките. Имено, доколку во земјата има очекување за идно зголемување на цените, за да ги заштитат своите средства банкарите ќе инсистираат на валута на земја која нема да биде погодена од инфлацијата.

Варијаблите за одредување на довербата кон монетарните власти покажуваат дека агентите во економијата најмногу реагираат на промените на девизниот курс. Табелата 1.1 покажува дека во сите три регресии коефициентот пред номиналниот девизен курс е со висока вредност и го има „правилниот“ знак,¹⁹ што е во согласност со теоретските предвидувања. Сепак, овој регресор е статистички сигнификантен (на нивото од 10%) само во регресијата заснована врз целиот примерок. Она што може да се оцени како изненадување е големата сензитивност на евроизацијата во однос на промените на номиналниот девизен курс (коефициент од – 0,59) дури и кај земјите со де факто режим на фиксен девизен курс. Имено, кај нив, во анализираниот период, можеме да забележиме многу мали депрецијации на курсот, но, веројатно, токму тие промени влијаат врз агентите постојано да стравуваат од идно остро депрецирање/девалвација на номиналниот девизен курс. Сепак, не треба да заборавиме дека станува збор за земји кои долго време имаат режим на фиксен девизен курс, период по кој многумина очекуваат промени. На ваквиот показател на недоверба кон остварувањето на целите на монетарните политики можеме да го додадеме и статистички значајното влијание на промената на реалниот девизен курс.

Заклучок

Желбата за висок економски раст, постигнување на економски стандард сличен или еднаков на оној на развиените земји, ја тера секоја држава да се обидува да обезбеди дополнителен капитал и со него да финансира проекти кои ќе помогнат во развојот на земјата. Така, голем е бројот на земјите во развој кои дополнителните средства ги обезбедуваат преку задолжување на меѓународните финансиски пазари, во најразлични форми.

Процесот на евроизација можеме да го забележиме во речиси сите земји од регионот на Централна и Југоисточна Европа. Имено, во 11

19 Негативната врска произлегува од британскиот начин на изразување на девизниот курс.

земји, на почетокот на 1999 година, просечното учество на кредитите во БДП изнесувало 20,63%, додека на крајот од 2012 година, овој показател изнесувал околу 58%. Од друга страна, растот на депозитите во странски валути е уште подинамичен од растот на кредитната евроизација. Така, за периодот од 2007 до 2010 година, просечниот раст на депозитите во странски валути кај овие шест земји изнесувал близу 25%, додека во истиот период, кредитната евроизација просечно растела за 20%. Во истиот период, најголем раст на депозитите во странски валути бележи банкарскиот сектор во Србија (просечен раст од 45%), додека најнизок раст бележат депозитите во странски валути во банкарскиот сектор во Албанија (просечен раст од 9%). Динамиката на растот на кредитите во странски валути е најголема кај Литванија (просечен раст од 30%), додека кредитната евроизација е најниска во Хрватска (просечен раст од 6%).

Ако движењето на макроекономските варијабли во различните економии покажува дека „де факто“ евроизацијата е рационален одговор од економските агенти на загубата на довербата кон домашната валута, тогаш би требало да се прифати дека „број еден“ причина зошто доларизацијата се појавува е инфлацијата. Тоа е така, затоа што економските агенти во економиите, кои имаат хронично високи стапки на инфлација, користат странска валута за да ги намалат негативните последици од неа. Уште во првите истражувања, поврзани со доларизацијата, хронично високото ниво на инфлацијата се идентификува како главна причина на нејзината појава. Имено, трајните секавања за инфлацијата во една економија, проследени со податоците за монетарно „погрешно управување“, го зголемува учеството на финансиската доларизација (Sevastano, 1996).

Моделот што го користиме за анализа на факторите на финансиската евроизација во овој труд започнува со претпоставките кои ги даваат Lusa и Petrova (2008). Со панел дата анализата на анализата на 10 земји од Југоисточна Европа, врската помеѓу промената на ценовното ниво во земјата и нивото на кредити во странски валути која е потврдена во сите претходни истражувања и во нашата анализасе покажува како статистички сигнификантна и позитивна. Таквата врска воопшто не нè изненадува ако имаме во предвид дека кога во една економија агентите очекуваат цените да се движат непредвидливо да се заштитат од зголемување на обврските од таа појава. Следната варијабла која покажува силна и позитивна врска со кредитната евроизација е отвореноста на земјата. Сигнификантноста

на инфлацијата во одредувањето на нивото на кредитната евроизација и ниската недоверба кон економските политики се огледува и во статистичката значајност во објаснувањето на појавата на кредитната евроизација на девизниот курс и тоа и номиналниот и реалниот.

Доколку сакаме накратко да дефинираме кои сè чекори треба да бидат преземени од носителите на економските политики, а со цел намалување на финансиската евроизација и ефектите од неа, на прво место е зголемувањето на довербата која тие ја уживаат. Сепак, колку лесно тоа и да звучи, одржувањето на конзистентни макроекономски политики во подолг рок се чини најтешката работа која треба да ја извршат монетарната и фискалната политика. Ваквата ситуација неретко е причинета и од објективни фактори, но агентите ќе веруваат во долгорочните стратегии на макроекономските политики само тогаш кога тие нема да се менуваат заради одредени субјективни причини.

Користена литература:

1. Arteta, C.Ó., (2002), “Dollarization of Banking, Financial Stability and Financial Liberalization”. University of California, Berkeley.
2. Bokor, L., Pellényi, G., (2005), “Foreign currency denominated borrowing in central Europe: trends, factors and consequences”. International Center for Economic Growth–European Center Opinion.
3. Brown, M., Maurer, M.R., Pak, T., Tynaev, N., (2009), “The impact of banking sector reform in a transition economy: Evidence from Kyrgyzstan”. *Journal of Banking & Finance* 33, 1677–1687.
4. De Grauwe, P., (1996), “Monetary union and convergence economics”, *European Economic Review* 40, 1091–1101.
5. Eller, M., Frömmel, M., Srzentic, N., (2010), “Private sector credit in CESEE: Long-Run relationships and short-run dynamics”, Focus on European Economics Integration Q 2.
6. Fink, G., Haiss, P., Vukšić, G., (2009), “Contribution of financial market segments at different stages of development: Transition, cohesion and mature economies compared”, *Journal of Financial Stability* 5, 431–455.
7. Got, X., Ross, A., (2006), “The foreign currency gamble–Rising risks for banks in central and Southeast Europe”, *Standard & Poor’s Ratingsdirect*.

8. Ize, A., Yeyati, E.L., (2003), “Financial dollarization”, *Journal of International Economics* 59, 323–347.
9. Ize, A., Yeyati, E.L., (2005), “Financial de-dollarization: is it for real?” *International Monetary Fund*.
10. Karmin, C., Perry, J., (2007), “Homeowners Abroad Take Currency Gamble in Loans”, *Wall Street Journal* 29.
11. Levy-Yeyati, E., Sturzenegger, F., (2001), “Exchange rate regimes and economic performance”, *IMF Staff papers* 47.
12. Levy-Yeyati, E., Sturzenegger, F., (2003), “To float or to fix: evidence on the impact of exchange rate regimes on growth”, *American Economic Review* 1173–1193.
13. Levy-Yeyati, E., Sturzenegger, F., (2005), “Classifying exchange rate regimes: Deeds vs. Words”, *European economic review* 49, 1603–1635.
14. Luca, A., Petrova, I., (2003), “Credit Dollarization in Transition Economies: Is It Firms’ or Banks’ Fault?”, Mimeo Drexel University.
15. Luca, A., Petrova, I., (2008a), “What drives credit dollarization in transition economies?” *Journal of Banking & Finance* 32, 858–869.
16. Luca, A., Petrova, I., (2008b), “What drives credit dollarization in transition economies?”, *Journal of Banking & Finance* 32, 858–869.
17. Rosenberg, C., Tirpák, M., (2009), “Determinants of foreign currency borrowing in the new member states of the EU”, *Czech Journal of Economics and Finance (Finance a uver)* 59, 216–228.
18. Zettelmeyer, J., Nagy, P., Jeffrey, S., (2010), “Addressing Currency Mismatches in Emerging Europe”, *EBRD Working Paper No. 115*, June 2010.

DETERMINANTS OF CREDIT EUROISATION IN SOUTHEAST EUROPEAN COUNTRIES

Kiril Jovanovski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
kirilj@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The financial euroisation has been the subject of research by economists in the last 40 years, since the collapse of the Bretton Woods Agreement. The question of the currency structure of assets and liabilities in one economy is particularly gaining importance with the liberalization of financial flows and development of financial systems in the countries. The numerous risks that the euroization brings for the individuals and the economy as a whole have made economists shift their struggle against its causes.

The paper deals with this question particularly for the SEE countries. The results of the panel data analysis of not only all these countries, but also separately of countries with fixed and countries with flexible exchange rate regimes show that the change in retail prices and foreign currency (real and nominal) exchange rates are of the highest importance in explaining the credit euroisation. These results indicate the increasing attention of macroeconomic policies when creating their decisions, especially on the confidence they enjoy among economic agents. After all, efforts to reduce the level of financial euroisation of a country should be aimed at increasing the confidence of institutions dealing with the economic policy in the country. The emphasis should be placed on the exercise of the plans outlined in the long-term strategies of the fiscal and monetary policy.

Keywords: *credit euroisation, inflation, exchange rates, confidence.*

АНАЛИЗА НА ОРГАНИЗАЦИСКИТЕ ФАКТОРИ, КЛУЧНИ ЗА УСПЕШНО КОРИСТЕЊЕ ВЕБ-БАЗИРАНО СОЦИЈАЛНО ВМРЕЖУВАЊЕ КАЈ КОМПАНИИТЕ

доц. д-р **Димитар Јовевски**
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
djovevski@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Во литературата помеѓу авторите постои сè поголем консензус дека користењето, негувањето и успешното управување на внатрешните и на надворешните релациски мрежи сè повеќе влијае врз успехот на компаниите (Jones and Holt, 2008; Peltier and Naidu, 2012). Пошироко дефинирани, релациските мрежи претставуваат сет на сите интеракции на компанијата со своите чинители (вработени, добавувачи, дистрибутери, влада, потрошувачи) или секој друг вид на социјален контакт со пријателите, семејството и сл. (Dodd and Patra, 2002). Компаниите што користат различни е-бизнис модели и воспоставуваат интеракција во разни видови на веб-базирани социјални мрежи се наоѓаат во подобра позиција за развивање на поефективни стратегии и тактики, споредено со компаниите што не ги користат тие модели (Peltier and Naidu, 2012). Секој од овие бизнис модели е сочинет од група на различни, но значајни организациски фактори. Познавањето на овие клучни организациски фактори е од пресудна важност за менаџерите и носењето на одлуки, поврзани со успешното работење на компаниите. Предмет на овој труд е анализа на различните организациски фактори кои се клучни за успешно користење на веб-базирани социјални мрежи од страна на компаниите.

Клучни зборови: *органizaциски фактори, веб-базирани социјални мрежи, социјални мрежи*

Вовед

Во денешното дигитално опкружување компаниите имаат можност да користат најразлични канали, мрежи за интерактивна комуникација со своите стеикхолдери. Социјалните медиуми претставуваат значаен сегмент во секојдневното работење на компаниите. Заради својата уникатна можност за споделување на информации помеѓу корисниците, овие веб-базирани мрежи полека, но сигурно, прераснуваат во моќна алатка со која компаниите комуницираат со својата публика. Социјалните мрежи во својата основа се карактеризираат со содржина која во најголема мера е генерирана од корисниците, што се покажа како многу поефективен концепт отколку концептот на традиционалниот маркетинг, каде што се убедуваат корисниците за бенефициите на производот или на услугата (Thackeray et al., 2008). Како последица на ова, компаниите сè повеќе настојуваат да креираат профили и да го одржуваат своето присуство на социјалните мрежи, за да бидат колку што е можно поблиску до своите сегашни и идни потрошувачи (Men and Tsai, 2012).

Во светот во 2015 година има повеќе од 900 милиони активни корисници месечно на Фејсбук (Facebook, n.d.) и над 500 милиони корисници на Твитер, Јутубе, Фортсквеар, овој податок од аспект на компаниите претставува предизвик којшто ќе ги натера кон изнаоѓање начини за интеракција со тие корисници и за развивање на соодветна понуда за нив. Просечно 250 илјади луѓе се регистрираат секојдневно во најразлични веб-базирани социјални мрежи. Имајќи го предвид овој факт, организациите не можат и не смеат да го игнорираат феноменот на веб-базираното социјално вмрежување. Од јануари до декември 2012 година, бројот на бизниси со активна страница на Фејсбук двојно се зголеми и изнесува нешто повеќе од 13 милиони („Business“, 2012). За компаниите кои веќе користат различни е-бизнис модели за веб-базирано социјално вмрежување тие претставуваат уште една алатка за подобрување на своите перформанси во работењето (Peltier and Naidu, 2012). Во практиката малку се знае за тоа како компаниите од различни индустрии ги користат различните модели за веб-базирано социјално вмрежување и како ги употребуваат за остварување на своите цели. Исто така, многу малку се знае за клучните фактори што влијаат едни компании да бидат поуспешни од други, користејќи ги моделите за веб-базирано социјално вмрежување. Колинс и Смит (2006) дојдоа до заклучок дека одредени фактори во работењето на компанијата, како што

е нејзиниот технолошки напредок, користењето на ИКТ, посветеноста на врвниот менаџмент, влијаат врз успешното користење на моделите за веб-базирано социјално вмрежување, а со тоа влијаат и врз факторите за успех - зголемена продажба, зголемени приходи, нови производи. Ли и Чои (2003) велат дека организациската структура, културата на користење на ИКТ и довербата кон ИКТ во организацијата, влијаат врз степенот на користење на веб-базираното социјално вмрежување. Јанс и Прасарфаник (2010) дојдоа до заклучок дека процесно ориентираните организации покажуваат исклучителни резултати во примената на е-бизнис моделите за веб-базирано социјално вмрежување.

1. Преглед на литературата, поврзана со организациските фактори и веб-базираното социјално вмрежување

Организациските фактори кои се значајни за успешно користење на веб-базираните мрежи од страна на компаниите директно се поврзани и произлегуваат од различните модели за веб-базирано социјално вмрежување. Секој од различните модели дефинира одредена група на критични организациски фактори за мерење на организацискиот успех. Моделот на Даниел Крејн Смит (2009) ги дефинира поддршката од страна на врвниот менаџмент, старосната структура во организацијата и социјалниот притисок како независни фактори кои во користењето на веб-базираните социјални мрежи влијаат врз перформансите на компанијата. Слабоста, односно недостатокот во овој модел, е непостоење на јасно и прецизно дефинирање на факторите кои директно влијаат врз перформансите на компанијата. Постои нејаснотија дали овие фактори се однесуваат на финансиските или можеби на нефинансиските перформанси на компанијата. Во моделот на Колин и Смит (2006), за разлика од претходниот модел, јасно се дефинирани клучните фактори преку кои се мери успешната примена на веб-базираните социјални мрежи. Во овој модел организациски се разработени факторите што се поврзуваат со перформансите на компанијата - процесот на продажба и продажбата на нови производи. Од друга страна, групата независни фактори што влијаат врз претходно споменатите се: организациската култура, организациската структура и човечките ресурси. Моделот на Лин (2002), кој подоцна е продлабочен од страна на Реганс и

Меквили (2003) и од Бурт (2005), ја дефинира групата независни фактори кои се клучни во користењето на веб-базираните социјални мрежи. Според оваа група автори, значајни фактори се: типот и видот на мрежата, големината и длабочината на мрежата, како и нејзината демографија. Според нив, овие фактори влијаат врз размената на информации во рамките на една организација, врз креирањето на социјалниот капитал на самата организација и врз перформансите на компанијата. Слабоста, односно недостатокот на овој модел, генерално, се согледува во постоењето на повеќе димензии при дефинирањето на клучните фактори, димензии врз кои понекогаш организацијата нема никакво влијание за нивно менување и приспособување. Таков е примерот за типот и видот на мрежата којашто постои во опкружувањето, каде што една организација нема влијание врз одредувањето на типот и видот на една веб-базирана мрежа. Последниот модел елабориран во овој труд можеби претставува најкомплетен модел во поглед на дефинирање на клучните фактори што влијаат врз успешното користење на веб-базираните социјални мрежи. Моделот на Филип Чен (2010) јасно ја дефинира групата на внатрешни независни фактори кои директно влијаат врз користењето на веб 2.0 технологиите. Авторот ги дели во четири групи со по два фактора. Исто така, во овој модел јасно се покажани и дефинирани врските помеѓу независните фактори и нивното влијание врз перформансите на компанијата.

Според податоците од литературата, може да се заклучи дека одредени фактори се повторуваат, односно се преклопуваат, кај одредени модели јасно е дефинирана поврзаноста на независните фактори и нивното влијание врз перформансите на компанијата. Значи, според консултираната литература, може да се дефинираат три групи внатрешни фактори и една група надворешни клучни фактори кои се значајни за успешното користење на веб-базираните социјални мрежи од страна на компаниите. Тие се: функционалните фактори, стратегиските фактори, техничките фактори и надворешните фактори. Во групата функционални фактори спаѓаат: внатрешната интеграција и отвореност; во групата стратегиски фактори спаѓаат: поврзаноста на бизнис-стратегијата и интернет-маркетинг стратегијата, поврзаноста на CRM (Customer Relationship Management - CRM) и социјалните мрежи; и во последната група внатрешни т.н. технички фактори спаѓаат: ИТ-инфраструктурата и организацијата. Во последната, четврта група надворешни фактори се: социјалниот притисок и достапноста на технологијата.

2. Организационски фактори за успех за веб-базираното социјално вмрежување

Функционалните фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи опфаќаат две насоки при нивното користење. Првата е внатрешната интеграција, а втората е отвореноста во споделувањето на информациите преку веб-базираните социјални мрежи.

1. Внатрешна интеграција

Концептот за интеграција на апликациите (Application Integration - AI), се дефинира како размена на податоци и информации помеѓу две апликации или апликација и луѓе (Skild et al., 2005). Интеграцијата на апликациите во компанијата (Enterprise Integration - EI) претставува систем што ги поврзува луѓето, процесите, системите и новите технологии, со цел да ги осигура вистинските процеси со навремени информации и ресурсите да бидат достапни во вистинското време (Li and Williams, 2005). Целта на интегрирање на одредена апликација во работењето на една компанија е да се унапредат перформансите на компанијата. Подобрување на бизнис-перформансите е возможно преку унапредување на разни активности на пониско ниво. Така, преку интеграција на одредена апликација во работењето на една компанија се подобруваат: процесите, протокот на информации и функционалностите низ целата организација. Интеграцијата на одредена апликација не се спроведува само за да се овозможи интероперабилност помеѓу одредени процеси, туку и заради споделување на податоците и функционалностите низ целата организација. Труман (2000) прави разлика во процесот на интегрирање. Според него, постојат два различни концепти на интеграција на одредена апликација: со системот на размена на податоците (Enterprise Data Interchange - EDI) и со внатрешните системи и процеси на една организација. Според емпириското истражување, Труман заклучи дека интеграцијата на апликацијата со системот на размена на податоците најчесто позитивно влијае врз бизнис-перформансите. Интеграцијата на одредена апликација, исто така, е потврдено дека води кон унапредување на перформансите на една компанија (Giachetti, 2004; Mouzakitis et al., 2009). За да се унапредат бизнис-перформансите на една компанија преку користење на веб-базираните социјални мрежи, нивната интеграција во секојдневното работење на компанијата е несомнено една од значајните работи на кои

организацијата треба да посвети време и ресурси.

2. Политика на отвореност и транспарентност

Политиката на отвореноста и транспарентност во комуникацијата и во соработката се однесува на блиска, независна врска во која организацијата се обидува да креира заеднички бенефит за сите учесници (Јар, 2001). Сè повеќе компании во светот, посебно во Соединетите Американски Држави, интензивно ги користат веб-базираните мрежи и од тоа очекуваат на побрз и полесен начин да ги споделуваат информациите, процесите со потрошувачите, добавувачите, деловните партнери, внатре со вработените (Li et al., 2005). Клучно во развивањето на добра и отворена комуникација помеѓу една компанија и потрошувачите е да се зајакне стратегијата на отворена комуникација и транспарентност во работата, особено кога се лансираат нови производи. За оваа активност од особена важност е поддршката од врвниот менаџмент во компанијата (Lim and Heinrichs, 2012). Многу од компаниите што веќе ги користат веб-базираните мрежи постојано се обидуваат да ги интегрираат во секојдневната комуникација кон своите потрошувачи и деловни партнери. Покрај овие две инволвирани страни, клучно е да се потенцира и инволвирањето на вработените при креирањето на отворената комуникација преку веб-базираните мрежи. Многу компании за да го искористат максимумот од веб-базираните мрежи ги интегрираат во своите деловни процеси, размената на информации и трансакции. Вака интегрираните мрежи го унапредуваат синџирот на вредности на секоја компанија. За да бидат успешни, компаниите треба истовремено да интегрираат податоци, процеси и апликации, што претставува вистински предизвик за секоја организација (Atzori et al., 2012).

Интеграцијата може да се направи преку стратегиска алијанса со друга компанија, а со тоа да ја унапреди својата пазарна позиција. Постоенето на алијансите е за да се понудат комплементарни производи, а притоа да се намалат трошоците (Теесе, 1992). Основната задача на мрежите е да ги направат компаниите/луѓето поблиски едни до други, а притоа да споделуваат заеднички интереси. Во таа насока веб-базираните мрежи им помагаат на компаниите да бидат поблиски со своите вработени, поблиску до своите потрошувачи, да најдат производ или услуга за нив и да креираат пазар на интернет (Heidemann et al., 2012).

Според Хејдман (2012), социјалните мрежи имаат две значајни

улоги. Првата е да понудат начин на комуникација со вработените и со потрошувачите и нивно зближување преку споделување работи од заеднички интерес, а втората - да понудат технологија, функционалност, интероперабилност со која ќе се намалат трошоците. За да се реализираат овие две улоги, потребни се ресурси и капацитети, како од страна на организацијата, така и од страна на вработените и на деловните партнери. Многу организации во светот продолжуваат да користат интернет-базирани решенија за да ги намалат трошоците, да остварат подобра комуникација и да бидат поблиску до своите сегашни и идни потрошувачи. Секоја компанија бара флексибилен, економичен начин да биде поблиску до своите потрошувачи и партнери (Khosrow-Pour, 2005). Веб-базираните социјални мрежи на многу лесен и едноставен начин им овозможуваат на компаниите да бидат многу блиску до своите потрошувачи и до деловните партнери, меѓутоа, нивното користење треба да се одвива на транспарентен и ефективен начин. Покрај потрошувачите, значајно е инволвирањето на вработените во секој дел од нивната имплементација, затоа отвореноста и транспарентноста се едни од значајните фактори во успешното користење на веб-базираните мрежи од страна на компаниите.

Како и функционалните, така и стратегиските фактори опфаќаат две насоки кои се значајни за успешната примена на веб-базираните социјални мрежи. Првата се однесува на поврзаноста помеѓу бизнис-стратегијата и интернет-маркетинг стратегијата, а втората - поврзаноста на грижата за потрошувачите и социјалните мрежи.

3. Поврзаност на бизнис-стратегијата со интернет-маркетинг стратегијата

Еден од клучните проблеми за успешна имплементација на веб-базираните социјални мрежи е непостоење на формална, функционална интернет-маркетинг стратегија (Chaffey, 2008, pp. 34–36). Многу автори потенцираат дека постои нужна потреба од линк помеѓу бизнис-стратегијата и интернет-маркетинг стратегијата заради унапредување на бизнис-перформансите на една компанија (Roberts and Zahay, 2012, pp. 54–58).

За да се постигнат врвни резултати во полето на користење на веб-базираните социјални мрежи, треба да се усогласи тековната бизнис-стратегија со интернет-маркетинг стратегијата (Qualman, 2013, p. 33). Нивното неповрзување може да води кон лоши резултати, односно користењето на веб-базираните мрежи однапред ќе биде осудено на неуспех.

Усогласувањето на двете стратегии е особено значајно во следниве неколку аспекти: ефикасност (оптимизација на процесите), трошоци (намалување на трошоците за рекламирање, привлекување на нови потрошувачи), време (достапност до корисниците, брза реакција). Усогласувањето во овие полиња е особено значајно, имајќи ги предвид предностите со кои се одликуваат веб-базираните социјални мрежи (Qualman, 2013, pp. 55–57).

Врз база на емпириското истражување, спроведено од страна на Робертс и Захеј (2012), тие дојдоа до заклучок дека постои позитивна врска помеѓу генералната стратегија на една компанија и нејзината интернет-маркетинг стратегија и таа позитивна врска се рефлектира на перформансите на компанијата. Затоа, оваа позитивна поврзаност помеѓу бизнис-стратегијата и интернет-маркетинг стратегијата е значајна да се тестира и да се истражи и таа претставува уште еден клучен фактор за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи.

4. Поврзаност на грижата за потрошувачите (Customer Relationship Management - CRM) и социјалните мрежи

Со појавувањето на веб-базираните социјални мрежи во литературата се појавува нов термин, познат како социјално грижење за потрошувачите - социјален CRM (Social Customer Relationship Management). Ова претставува комбинирање на грижата за потрошувачите преку користење на социјалните медиуми. Социјалниот CRM претставува филозофија и деловна стратегија, поддржана од платформа, деловни правила, процеси кои постојат заради насочување на потрошувачите кон меѓусебна размена на информации, но и со компанијата заради заеднички бенефит на двете страни (Greenberg, 2010, p. 17). Оваа размена на информации помеѓу потрошувачите и компанијата се одвива на транспарентен начин за сите учесници и набљудувачи во опкружувањето, кое најчесто е контролирано од страна на компанијата (Lim and Heinrichs, 2012, p. 44).

Традиционалниот CRM во себе ги содржи продажбата, маркетингот и постпродажбата, додека во социјалниот CRM покрај овие три активности, опфатени се и комуникацијата и градењето директен однос со потрошувачите (Morgan, 2013).

Во социјалниот CRM потрошувачот има централно место и сите активности се насочени кон унапредување на односот со него. Имајќи го предвид начинот на кој функционираат веб-базираните социјални мрежи,

двонасочната комуникација, достапност до информациите и производите за корисниците, постои реална потреба за поврзување на стратегијата за грижа на корисниците со социјалните мрежи што ги користи компанијата (Greenberg, 2010, p. 65).

Имено, ова поврзување, односно усогласување на стратегиите, е очекувано со оглед на фактот дека потрошувачите имаат многу поголема моќ на социјалните медиуми отколку пред ТВ-уредите. Конкуренцијата се наоѓа само на еден клик, а постои и можност од негативен публицитет, кој многу лесно може да излезе надвор од контрола. Затоа се јавува потреба сите оние корисници/ потрошувачи што си „играат“ со брендот на социјалните медиуми да бидат дел од пошироката стратегија на компанијата за грижа на потрошувачите. Оваа поврзаност е несомнено еден од значајните фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи од страна на компаниите.

Техничките фактори го идентификуваат нивото на ИТ-инфраструктурата, потребна за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи. ИТ-инфраструктурата претставува еден од основните предуслови за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи. Во организација со високо ниво на ИТ-инфраструктура постојат големи шанси за успешно и лесно користење на веб-базираните социјални мрежи. Критични фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи од аспект на технички фактори се: ИТ-инфраструктурата и организацијата.

5. ИТ-инфраструктура

Постојат повеќе дефиниции за тоа што се подразбира под терминот ИТ-инфраструктура. Според Галорахт, ИТ-инфраструктурата претставува комбинација на опрема, системи и услуги што се користат на дневна основа во целата организација, без разлика на одделот, нивото или проектот. ИТ-инфраструктурата е основата на која потоа се надградуваат сите проекти што имаат потреба од таква инфраструктура (Galorath, 2008, p. 1).

Компаниите што користат Веб 2.0 интернет-технологии мора да бидат поддржани од страна на ИТ-инфраструктурата во самата организација. Во практиката, инфраструктурата се однесува на поврзувањето, мрежите, хардверот, софтверот што е потребен за да се користат кои и да било интернет-технологии, а во случајов станува збор за веб-базираните социјални мрежи. Во минатото се покажало дека ИТ-инфраструктурата е многу значајна

за развивањето и за унапредувањето на новите технологии од аспект на брзината и количеството информации што можат да се пренесуваат во одредена мрежа (Gupta et al., 2009, pp. 18–38).

Успешноста на една ИТ-инфраструктура зависи од брзината и леснотијата со која корисниците ќе дојдат до бараните информации (Wilde, 2000). Веб-базираните социјални мрежи немаат потреба од преголема ИТ-инфраструктура за да функционираат успешно. Ова особено доаѓа до израз кај оние мрежи што не се креирани од самата организација за нејзините потреби (т.н. интранет), туку од трети страни и се наменети за слободно користење; ваков пример претставуваат сите комерцијални социјални мрежи.

Покрај овој факт, сепак, постои потреба од основна ИТ-инфраструктура за да може една организација да користи веб-базираните социјални мрежи. Во оваа група спаѓаат: телекомуникациите, лан-мрежите, минималниот хардвер и софтвер. Телекомуникациската инфраструктура претставува една од базичните, основните работи за нормално функционирање на организацијата (Morris and McManus, 2002).

Лан-мрежата (Local Area Network) се користи за поврзување внатре во организацијата и надвор со деловните партнери и претставува важен дел од ИТ-инфраструктурата (Zhu, 2004). Според истиот автор, ИТ-инфраструктурата претставува еден од најважните предуслови за имплементација и користење на интернет-базираните системи. Според емпириското истражување, направено од негова страна, се потврдило дека за успешно користење на интернет-базираните решенија треба целосна поддршка од страна на ИТ-инфраструктурата (Zhu, 2004, p. 169). Деловниот успех зависи од ефикасноста на деловните процеси, кои би овозможиле додадена вредност за нивните корисници. Под 'ефикасност' погоре се мисли на зголемување на испорачаната вредност до корисниците во единица време; со помош на ИТ-инфраструктурата несомнено ќе се зголеми ефикасноста, а со тоа и бизнис-перформансите на самата организација.

6. Организација

Веб-базираните социјални мрежи се неутрални. Не фаворизираат ниту една компанија или земја, тие во основа го менуваат начинот како една компанија го води својот бизнис. Многу често, кога компаниите се впуштаат во интензивно користење на социјалните мрежи, нивните очекувања

се дека нема многу нешта да се изменат. Напротив, промените се многу брзи и доколку не се подготвени навремено да реагираат, можат да имаат негативни последици по нивниот бренд и задоволството на потрошувачите (DiMauro, 2010). Кога компаниите почнуваат да ги користат социјалните мрежи, важно е да сфатат што ги очекува и во каква интеракција ќе бидат со своите сегашни и идни потенцијални корисници. Компаниите треба да знаат дека корисниците ќе даваат свои предлози и сугестии на кои ќе се очекува реакција од страна на компанијата. Компаниите, исто така, треба да бидат подготвени на постојана проактивност и да воспоставуваат интеракција со потрошувачите во време кое ним им одговара. Потребно е комплетно усогласување на грижата за корисниците (CRM) за да се извлече максимумот од социјалните медиуми (Lim and Heinrichs, 2012, pp. 2–4).

За да се постигне сево ова, најпрвин, потребна е поддршка од страна на врвниот менаџмент. Брајан Солис (2012), во соработка со Сејлфорс, објави книга наменета за врвните менаџери, односно да им ги доближат социјалните медиуми и да ги запознаат со нивните придобивки. Предизвикот според Солис (2012) е во способноста на компанијата да ги поврзе целите со стратегијата за социјалните медиуми. Врвните менаџери мора јасно да видат како се вклопуваат веб-базираните мрежи во нивната визија за компанијата во претстојниот период. Покрај врвните менаџери, треба да се ангажираат и ресурси и на пониските нивоа во хиерархијата на организациската структура, односно одговорни лица-специјалисти кои ќе бидат ангажирани да ги извршуваат тие обврски со полно работно време. Обично, кај големите компании тоа опфаќа цел оддел или, пак, се ангажира некоја надворешна компанија (Marshall et al., 2012). Според Солис (2012), за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи компаниите треба да извршат одредени промени внатре во самата организација и да ја постават на следниве пет основни столба:

- Визија и лидерство;
- Поврзување со потрошувачите;
- Вработени со обврски и надлежности;
- Конкретно задолжени вработени;
- Флексибилност во донесувањето одлуки.

Од сето погоре изнесеното, несомнено, за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи организацијата треба да претрпи поголеми или помали внатрешни промени. Сите претходно елаборирани клучни фактори

за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи произлегуваат од работењето на компаниите и се поврзани со внатрешните активности на компанијата. Последната група клучни фактори се однесуваат на опкружувањето во кое дејствуваат компаниите. Во оваа група надворешни фактори спаѓаат: социјалниот притисок и достапноста на самата технологија.

7. Социјален притисок

Овој фактор во последно време се наметна како еден од позначајните надворешни фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи. Голем број компании, веб-базираните социјални мрежи ги сметаат за тренд кој порано или подоцна ќе заврши, како што се случувало во минатото за голем број веб-базирани апликации (пример за ова е Гугл Вејв – Google Wave). Во оној момент кога ќе сфатат дека веб-базираните социјални мрежи се нешто повеќе од тренд и нивната конкуренција веќе подолго време е таму, тие се впуштаат во нивно користење без притоа да имаат јасна визија и насоки како да го направат тоа. Во овој момент настануваат проблемите кои можат да предизвикаат големи последици за брендот и за компанијата. Одредени веб-базирани социјални мрежи стануваат многу брзо популарни во одредени земји, со голем број корисници со различни демографски и социјални карактеристики. Во една ваква ситуација, компаниите не треба да го игнорираат тој тренд, туку едноставно да се подготват и да почнат да ги користат тие социјални медиуми.

Веб-базираните социјални мрежи веќе стануваат стил на живеење за многу генерации, така што компаниите не треба да го игнорираат ниту овој факт. Напротив, треба колку што е можно побрзо да го најдат својот дел на пазарот каде што ќе се позиционираат и ќе се впуштат во користење на овие нови технологии. Бидејќи станува збор за нови технологии кои дотогаш никогаш не биле користени од страна на една компанија, притисокот што постои од страна на корисниците и конкуренцијата доколку не ги користат, претставува уште еден значаен надворешен фактор, кој ќе се анализира во овој труд.

8. Достапност на технологијата

Достапноста на технологијата како еден од надворешените клучни фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи, пред сè, се однесува на пристапот и на цената на чинење на овие технологии. Некои

од интернет-базираните технологии можат да имаат лимитиран пристап во одредени земји. Таков е примерот со Фејсбук во Кина и примерот со Гугл во Русија. Во ваков случај, постојат реални ограничувања врз кои една компанија не може да влијае, односно нема достапност до таа технологија. Најчесто станува збор за лимитирање од страна на државата.

Меѓутоа, достапноста на новите технологии може да се сведе и на микро ниво. Поради високата цена на одредени хардвери, софтвери или технологии, некои од компаниите не можат да си ги дозволат, односно овие технологии им се понедостапни во однос на оние што можат да ги купат. Овие веб-базирани социјални мрежи се отворени и подложни на приспособувања од трети страни за нивните потреби. Поради ова, настануваат постојани менувања во одредени карактеристики на кои компаниите треба да се приспособат, односно тие приспособувања претставуваат реален проблем за оние компании што немаат ресурси за да го реализираат тоа.

Друг вид на ограничување претставува цената на одредени модули на некоја од веб-базираните социјални мрежи. Најголем дел од веб-базираните социјални мрежи се комерцијални и бесплатни за користење, но за некој од понапредните модули треба да се плаќа. Ваков е примерот со Линкдин: доколку сакате да отворите професионална сметка за компанијата, обврзани сте да плаќате месечна претплата. За некои помали компании ова може да претставува ограничување во нивното користење.

Веб-базираните технологии генерално се одликуваат со лесна достапност и без многу ограничувања во нивното користење од страна на компаниите; сепак, достапноста како критичен фактор ќе се земе предвид и ќе се разгледува во овој труд.

3. Утврдување на листа на клучни организациски фактори за користењето на веб-базираното социјално вмрежување

Креирањето листа на клучни организациски фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи и не е толку лесна задача. Од прегледаната литература може да се заклучи дека постојат различни автори кои обработуваат дел од клучните организациски фактори, но не постои еден единствен модел што ги опфаќа сите претходно споменати и елаборирани. Според опкружувањето во кое го тестираме моделот, во трудот е направена

листа на организациски фактори кои подоцна можат да се тестираат и да се истражува нивното влијание врз работењето на компанијата. Листата на клучните организациски фактори е прикажана подолу во табелата.

Табела 1 : Листа на клучните организациски фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи

Фактори	Опис	Литература	
Функционални фактори	<ul style="list-style-type: none"> - Политика на отвореност и транспарентност; - Внатрешна интеграција; 	<ul style="list-style-type: none"> - Двонасочна комуникација внатре во компанијата со потрошувачите и со деловните партнери - Интеграција, поврзаност со деловните процеси 	(Truman, 2000); (Li and Williams, 2005); (Giachetti, 2004); (Mouzakitis et al., 2009) (Atzori et al., 2012); (Heidemann et al., 2012) (Chen, 2010)
Стратегиски фактори	<ul style="list-style-type: none"> - Поврзаност на бизнис-стратегијата и интернет-маркетинг стратегијата; - CRM; 	<ul style="list-style-type: none"> - Усогласеност на различните стратегии внатре во компанијата - Поврзаност на CRM и веб-базираните социјални мрежи 	(Chaffey, 2008) (Roberts and Zahay, 2012) (Qualman, 2013) (Greenberg, 2010) (Chen, 2010)
Технички фактори	<ul style="list-style-type: none"> - ИТ-инфраструктура; - Организација; 	<ul style="list-style-type: none"> - Поддршка од ИТ-професионалците за успешност при користењето - Потреба од менување на тековната организациска структура 	(Galorath, 2008) (Zhu, 2004) (DiMauro, 2010) (Lim and Heinrichs, 2012) (Solis, 2012)
Надворешни фактори	<ul style="list-style-type: none"> - Достапност на технологијата; - Социјален притисок; 	<ul style="list-style-type: none"> - Ниво на достапност на технологијата како ограничувачки фактор - Постојење притисок од потрошувачите и од конкурентите за користење на технологијата 	(Chen, 2010) (Qualman, 2013) (Burt, 2005)

Од табелата погоре може да се забележи дека постојат вкупно осум дефинирани клучни организациски фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи кои се поделени во четири главни групи. Три од овие четири групи се однесуваат на внатрешните текови и активности на компаниите, додека последната група се однесува на факторите од опкружувањето во кои компаниите работат и врз кои клучни фактори не можат многу да влијаат.

Заклучок

Од прегледот на литературата се дојде до заклучок дека не постои единствена листа на организациски фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи. За таа цел, во зависност од опкружувањето предлог дефинирана листа на организациски фактори може да се проширува или да се намалува. Дефинираните осум организациски клучни фактори во овој труд се поделени во четири групи. Тие се: функционалните фактори, стратегиските фактори, техничките фактори и надворешните фактори. Во групата функционални фактори спаѓаат: внатрешната интеграција и отвореност; во групата стратегиски фактори спаѓаат: поврзаноста на бизнис-стратегијата и интернет-маркетинг стратегијата, поврзаноста на CRM (Customer Relationship Management - CRM) и социјалните мрежи; и во последната група внатрешни т.н. технички фактори спаѓаат: ИТ-инфраструктурата и организацијата. Во последната, четврта група надворешни фактори се: социјалниот притисок и достапноста на технологијата. Три од овие четири групи се однесуваат на внатрешните текови и активности на компаниите, додека последната група се однесува на факторите од опкружувањето во кои компаниите работат и врз кои клучни фактори не можат многу да влијаат. Како продолжение на овој труд може да се креира модел кој ќе ги опфати погоре споменатите клучни организациски фактори и во тој модел ќе се тестира влијанието на специфично множество на значајни клучни фактори за успешно користење на веб-базираните социјални мрежи од страна на компаниите. Финалниот модел ќе претставува патоказ за менаџерите во компаниите за успешна комбинација за различните ресурси кои се значајни за успешно користење на веб-базираните мрежи. Доколку веќе се активни во ова поле, овој модел треба да претставува дополние за колку што е можно поуспешно користење на мрежите.

Користена литература:

1. Atzori, L., Iera, A., Morabito, G., Nitti, M., (2012). The Social Internet of Things (SIoT) – When social networks meet the Internet of Things: Concept, architecture and network characterization. *Comput. Netw.* 56, 3594–3608.
2. Burt, R.S., (2005). *Structural holes: the social structure of competition*. Harvard Univ. Press, Cambridge u.a.

3. Business [WWW Document], 2012. URL <http://www.insidefacebook.com/category/business/> (accessed 7.6.13).
4. Chaffey, D., 2008. Internet marketing. Financial Times Prentice Hall, Harlow.
5. Chen, P., 2010. Factors Affecting Business-to-Business Electronic Commerce Success: An Empirical Investigation.
6. Collins, C.J., Smith, K.G., 2006. Knowledge Exchange and Combination: The Role of Human Resource Practices in the Performance of High-Technology Firms. *Acad. Manage. J.*
7. DiMauro, V., 2010. Social Media=Organizational Change! [WWW Document]. Lead. Netw. URL <http://www.leadernetworks.com/2010/02/social-media-organizational-change.html> (accessed 1.7.14).
8. Dodd, S.D., Patra, E., 2002. “National differences in entrepreneurial networking”, *Entrepreneurship & Regional Development* Vol. 14, pp. 117–34.
9. Facebook, F., n.d. Top 15 Most Popular Social Networking Sites [WWW Document]. URL about:reader?url=http%3A%2F%2Fwww.ebizmba.com%2Farticles%2Fsocial-networking-websites (accessed 8.23.15).
10. Galorath, D., 2008. What Is IT Infrastructure: A Definition and a Taxonomy.
11. Giachetti, R.E., 2004. A framework to review the information integration of the enterprise. *Int. J. Prod. Res.* 42, 1147–1166.
12. Greenberg, P., 2010. CRM at the speed of light social CRM strategies, tools, and techniques for engaging your customers. McGraw-Hill, New York.
13. Gupta, P.P., Prakash, M.S., Jayaraman, M.U., 2009. IT Infrastructure and its Management. Tata McGraw Hill Education Private Limited.
14. Heidemann, J., Klier, M., Probst, F., 2012. Online social networks: A survey of a global phenomenon. *Comput. Netw.* 56, 3866–3878. doi:10.1016/j.comnet.2012.08.009
15. Jairak, R., Sahakhunchai, N., Jairak, K., Praneetpolgrang, P., 2010. Factors Affecting Intention to Use in Social Networking Sites: An Empirical Study on Thai Society, in: Papisratorn, B., Lavangnananda, K., Chutimaskul, W., Vanijja, V. (Eds.), *Advances in Information Technology, Communications in Computer and Information Science*. Springer Berlin Heidelberg, pp. 43–52.
16. Jap, S.D., 2001. “Pie Sharing” in Complex Collaboration Contexts. *J. Mark. Res.* JMR 38, 86–99.
17. Jones, O., Holt, R., 2008. The creation and evolution of new business ventures: an activity theory perspective. *J. Small Bus. Enterp. Dev.* 15, 51–73. doi:10.1108/14626000810850847
18. Khosrow-Pour, M. (Ed.), 2005. *Encyclopedia of Information Science and Technology*: IGI Global.
19. Lee, H., Choi, B., 2003. Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination. *J.*

- Manag. Inf. Syst. 20, 179–228 (50 pages).
20. Li, H., Williams, T.J., 2005. A Vision of Enterprise Integration Considerations, in: Bernus, P., Fox, M. (Eds.), *Knowledge Sharing in the Integrated Enterprise*, IFIP — The International Federation for Information Processing. Springer US, pp. 249–267.
 21. Lim, J.-S., Heinrichs, J., 2012. *Handbook of Social Media Marketing: Five Principles of Online and Social Network Interactivity*.
 22. Lin, N., 2002. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press.
 23. Li, null M., Wong, null Y.S., Li, null Y., 2005. Research on a collaborative mould portal, in: *International Conference on Computer Supported Cooperative Work in Design*. IEEE Computer Society, Los Alamitos, CA, USA, pp. 323–328 Vol. 1. doi:10.1109/CSCWD.2005.194191
 24. Marshall, G.W., Moncrief, W.C., Rudd, J.M., Lee, N., 2012. Revolution in Sales: The Impact of Social Media and Related Technology on the Selling Environment. *J. Pers. Sell. Sales Manag.* 32, 349–363.
 25. Men, L.R., Tsai, W.-H.S., 2012. How companies cultivate relationships with publics on social network sites: Evidence from China and the United States. *Public Relat. Rev.* 38, 723–730. doi:10.1016/j.pubrev.2011.10.006
 26. Morgan, J., 2013. What Is Social CRM? [WWW Document]. *Soc. Media Exam.* URL <http://www.socialmediaexaminer.com/what-is-social-crm/> (accessed 1.3.14).
 27. Morris, A., McManus, J., 2002. Information Infrastructure Centrality in the Agile Organization". *Inf. Syst. Manag.* 8–12.
 28. Mouzakitis, S., Sourouni, A.-M., Askounis, D., 2009. Effects of Enterprise Interoperability on Integration Efforts in Supply Chains. *Int J Electron Commer.* 14, 127–155. doi:10.2753/JEC1086-4415140205
 29. Peltier, J.W., Naidu, G.M., 2012. Social networks across the SME organizational lifecycle. *J. Small Bus. Enterp. Dev.* 19, 56–73. doi:10.1108/14626001211196406
 30. Qualman, E., 2013. *Socialnomics: how social media transforms the way we live and do business*.
 31. Reagans, R., McEvily, B., 2003. Network Structure and Knowledge Transfer: The Effects of Cohesion and Range. *Adm. Sci. Q.* 48, 240–267. doi:10.2307/3556658
 32. Roberts, M.L., Zahay, D.L., 2012. *Internet marketing: integrating online and offline strategies*. South-Western Cengage Learning, Mason, OH.
 33. Skild, F., Thai, M., Älverdal, J., 2005. *Inter-organisational Application Integration : Developing Guidelines Using Multi Grounded Theory*.
 34. Smith, D.C., 2009. *Social Media Correlates of Organizational Climate*. ProQuest LLC. 789 East Eisenhower Parkway, P.O. Box 1346, Ann Arbor, MI 48106. Tel: 800-521-0600; Web site: <http://www.proquest.com/en-US/products/dissertations/individuals.shtml>.

35. Solis, B., 2012. How Social Media Can Spur Organizational Transformation. Forbs.com.
36. Teece, D.J., 1992. Competition, cooperation, and innovation: Organizational arrangements for regimes of rapid technological progress. *J. Econ. Behav. Organ.* 18, 1–25. doi:10.1016/0167-2681(92)90050-L
37. Thackeray, R., Neiger, B.L., Hanson, C.L., McKenzie, J.F., 2008. Enhancing promotional strategies within social marketing programs: use of Web 2.0 social media. *Health Promot. Pract.* 9, 338–343. doi:10.1177/1524839908325335
38. Truman, G., 2000. Integration in Electronic Exchange Environments. *J. Manag. Inf. Syst.* 17, 209–244.
39. Wilde, C., 2000. INFRASTRUCTURE TECHNOLOGY -- COMPANIES BRACE FOR HEAVY TRAFFIC -- QoS, load balancing top list of technologies that will help companies build new e-business infrastructures.(. *InternetWeek* 837, 87–92.
40. Zhu, K., 2004. The complementarity of information technology infrastructure and Ecommerce capability: A Resource-Based assessment of their value. *J. Od Manag. Inf. Syst.* 21, 167–202.

ANALYSIS OF ORGANIZATIONAL FACTORS THAT ARE KEY TO SUCCESSFUL USE OF WEB-BASED SOCIAL NETWORKING BY COMPANIES

Dimitar Jovevski, Ph.D.

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
djovevski@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

In the literature, there is a growing consensus among authors that the use, preservation and successful management of internal and external relational networks increasingly affect the success of companies (Jones and Holt, 2008; Peltier and Naidu, 2012). Broadly defined, relational networks are the sum of all interactions of the company with its stakeholders (employees, suppliers, distributors, government, consumers) or any other type of social contact with friends, family, etc. (Dodd and Patra, 2002). Companies that use a variety of e-business models and establish interaction in various kinds of web-based social networks are in a better position to develop effective strategies and tactics compared to companies that do not use these models (Peltier and Naidu, 2012). Each of these business models is composed of a group of diverse but significant organizational factors. Knowing these key organizational factors is crucial for managers and the decision-making process and directly related to the successful operation of the companies. The subject of this paper is to analyze the different organizational factors that are key to the successful use of web-based social networks by companies.

Key words: *key organizational factors, web-based social networks, business models, social media*

УДК: 338.22: 001.994/.995 (497.7)

338.22: 001.994/.995 (4-672 ЕУ)

ВЛИЈАНИЕТО НА НАЦИОНАЛНИТЕ ПОЛИТИКИ НА СИСТЕМОТ НА ИСТРАЖУВАЊЕ, РАЗВОЈ И ИНОВАЦИИ НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА КАКО ДЕЛ НА ЕВРОПСКАТА ИСТРАЖУВАЧКА ОБЛАСТ

проф. д-р Сашо Јосимовски

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје

Економски факултет – Скопје, Р.Македонија

sasojos@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Европската истражувачка област претставува јадро на стратегијата Европа 2020 и политиките содржани во Иновациската унија, чија цел е развој на производи и сервиси кои базираат на знаење и поттикнување на економски развој и креирање на нови работни места. Врз основа на предностите и слабостите на националните европски истражувачки системи, како и врз основа на поставените цели на перформансите на истражувачките активности, дефинирани се пет приоритети на Европската истражувачка област, кои претставуваат и методолошка рамка за оценување на прогресот на секој од националните истражувачки системи (СОМ(2012) 392 од 2012 година). Целта на овој труд е токму со користење на оваа методолошка рамка да се оцени напредокот на истражувачкиот и иновациски систем на Република Македонија и степенот на неговата компатибилност со Европската истражувачка област, гледано од аспект на националните политики во оваа област. Во процесот на оценување е користена и алатката за самооценување на Иновациската унија (СОМ(2010) 546 од 2010 година).

Клучни зборови: *Европска истражувачка област, истражување и развој, истражувачки систем, истражувачки инфраструктури, Република Македонија*

Вовед

Стагнацијата на вложувањата во секторот за истражување и развој (И&Р) во Европската унија (ЕУ) во периодот 2005-2010 год. придонесе одредени параметри кои укажуваат на квалитетот и одличноста на науката да имаат релативно намалување во однос на конкурентските земји, како што се САД и Јапонија (Granieri, M, Renda, A., 2012). Со тоа глобалната позицијата на ЕУ почна да покажува знаци на заслабнување со забележлив одлив на научните таленти во други региони. Имајќи го ова во предвид, Европската комисија предложи зголемен буџет за истражување и развој во висина од 80 милијарди евра во рамките на програмата Хоризонт 2020, а земјите членки на ЕУ преземаа обврска да го достигнат во просек ЕУ таргетот за средствата кои се инвестираат во истражување и развој до 2020 година во висина од 3% од бруто-домашниот производ (European Commission, 2012; Granieri, M. and Renda, A., 2012). Но, за да може да се максимизира повратниот ефект од овие инвестиции, се подразбираше дека треба ЕУ истовремено да ја зголеми својата ефикасност, ефективност и одличност на своите истражувачки системи (Scherngell, T., and Lata, R., 2013; Chessa, A. et al, 2013). Токму поради овие причини, Европската истражувачка област (ЕИО) го претставува јадрото на стратегијата Европа 2020 и политиките, содржани во Иновациската унија, при што Советот на Европа повика на комплетирање на Европската истражувачка област до 2014 година (European Commission, 2012). Целта на овие политики на ЕУ е да поттикнат развој на производи и сервиси кои базираат на знаење, со што значително можат да поттикнат економски развој и креирање на нови работни места. За постигнување на овие цели, се смета дека е потребна наука од светска класа. Една од клучните цели на ЕИО е намалување на одливот на мозоци, пред сè од економски послабите региони, како и регионалните варијации на перформансите на истражувањето и иновациите, сè со цел да се постигне одличност низ целата унија преку паметна специјализација.

Методологија на истражување

Во овој труд се анализираат националните политики и нивното влијание на интегрирањето на Република Македонија во ЕИО, при што

се користат методолошката рамка на Европската комисија за поддршка на Европската истражувачка област (СОМ(2012) 392 од 2012 година) и рамката за самооценување на Иновациската унија (СОМ(2010) 546 од 2010 година). Врз основа на предностите и слабостите на Европските истражувачки системи, како и врз основа на поставените цели за перформансите на истражувачките активности до 2014 година, дефинирани се следниве пет приоритети на Европската истражувачка област ((European Commission, 2012):

- Поефикасни национални истражувачки системи, кои вклучуваат зголемена конкурентност во националните граници и обезбедуваат одржливо и зголемено инвестирање во истражувањата;
- Оптимална транснационална соработка и конкурентност, со што се дефинираат и се имплементираат заеднички истражувачки агенди за големите предизвици; се подобрува квалитетот преку отворена конкурентност на европско ниво; и се поставуваат и ефикасно се искористуваат клучните истражувачки инфраструктури на паневропска основа;
- Отворен пазар на труд за истражувачи, со што треба да се обезбеди отстранување на бариерите за мобилност на истражувачи, тренинг и атрактивни кариери;
- Родова еднаквост во истражувањето, со што се намалува осипувањето на таленти и се диверсифицираат погледите и пристапите во истражувањето;
- Оптимална циркулација, пристап и трансфер на научно знаење преку дигитална Европска истражувачка област, со што се гарантира пристапот кон знаењето од страна на сите заинтересирани истражувачи.

Комплетирањето на ЕИО значи поголема ефикасност, квалитет и нови можности, како за земјите-членки на ЕУ, така и за оние кои имаат кандидатски или асоцијативен статус. Тоа значи можност за помалку развиените земји да преземат одговорност за реформирање на нивните истражувачки системи, да го контролираат процесот за паметна специјализација и да придонесат за намалување на јазот во областа на иновациите (European Commission, 2014). Политиките на Европската унија исто така се обидуваат да ги интегрираат во ЕИО и земјите кои имаат кандидатски или асоцијативен статус со унијата, како што е случајот со Република Македонија. Но според

податоците со кои располага Еуростат и националните заводи за статистика, интегрирањето е отежнато поради поголем број на пречки кои се однесуваат на прилагоднувањата на овие национални истражувачки приоритети кон ЕУ приоритетите, на отворањето на националните истражувачки програми за ЕУ истражувачи и елиминирање на бариерите за транснационална мобилност (European Commission, 2013a).

Национални структурни предизвици и напредокот на Република Македонија кон Европската истражувачка област

Таргетот за трошоците за И&Р за Република Македонија според акциониот план од 2008 година, усвоен од страна на Министерството за образование и наука (МОН), бил зголемување на средствата за истражување за 35% годишно, сè додека не се постигне ЕУ таргетот за трошење 3% од бруто-домашниот производ (БДП) на истражување и развој. (Dall E., 2008). Таргетот не бил постигнат, туку напротив, во 2009 година бруто-трошоците за истражување и развој како процент од БДП бил намален споредено со 2008 година. Во Националната стратегија за научноистражувачки активности 2020 и Националната програма за научноистражувачки активности 2012-2016, поставени се нови таргети за Република Македонија. Според овие таргети, трошоците на земјата како процент од БДП треба да бидат 1% до 2016 година и 1,8% до 2020 година, со учество на приватниот сектор како извршител од 50%. (Влада на РМ, 2012ц).

Во 2012 година, бруто-трошоците за И&Р (БТИР) како процент од БДП бил 0,326%, значително заостанувајќи зад ЕУ просекот кој изнесувал 2,06%. Во секој случај, БТИР значително е зголемен во Република Македонија, споредено со периодот 2009-2011, кога се движел во интервалот од 0.199% до 0.224% (Државен завод за статистика на РМ, 2014; European Commission, 2015).

Најважните индикатори за финансирањето на истражувачкиот систем на Република Македонија во периодот 2009-2012 год., споредени со просечните индикатори на ЕУ-28, се прикажани во Табела 1.

Табела 1. И&Р податоци за Република Македонија, споредени со ЕУ просеци

	2009	2010	2011	2012	ЕУ просек (2012)
БТИР како % од БДП	0,199	0,221	0,224	0,326	2,06
БТИР пер capita	6,45	7,47	8,16	12,04	525,8
ВБТИР (милиони евра)	6.68	9.90	7.43	17,55	86.309,5
ВБТИР како % од БТИР	0,1	0,13	0,1	0,23	0,67
ТИРБ (милиони евра)	2,8	1,72	2,62	2,66	168.041,8
ТИРБ како % од БТИР	0,042	0,025	0,035	0,035	1,30
БТИР финансиран од странство како % од БТИР	24,5	16,7	43,0	17,4	9,2
И&Р извршен од високо образование (% од БТИР)	32,5	44,6	58,5	66,9	23,78
И&Р извршен од јавен сектор (% од БТИР)	46,4	44,2	25,9	22,4	12,38
И&Р извршен од бизнис сектор (% од БТИР)	21,1	11,2	15,6	10,7	62,98

Извор: Сопствени пресметки врз основа на податоци, објавени од Државниот завод за статистика на РМ и Eurostat.

Опаѓачкиот тренд на трошоците за И&Р од бизнис заедницата (ТИРБ) како процент од БТИР во периодот 2009-2012 год. е еден од главните структурни промени во БТИР, при што тие се намалени од 21,1% на 10,7%. Водечки сектор во извршувањето на И&Р активности во земјата е секторот за високо образование (СВО) со учество од 66,8% во БТИР во 2012 година, којшто е значително зголемен во споредба со 2011 година кога изнесувал 58,5%. Учеството на јавниот сектор во БТИР во 2012 година изнесувал 22,4%. Кога вредноста на параметрите за Република Македонија ќе се споредат со оние на ЕУ, за учество на бизнис секторот, секторот за високо образование и јавниот сектор (62,98%, 23,78% и 12,38%, соодветно), може да се заклучи дека нашата земја има значително помал удел на трошоците од бизнис заедницата и многу поголеми удели на трошоците на секторот за високо образование и јавниот сектор. Структурата на трошоците за И&Р на Република Македонија го покажува малиот капацитет на бизнис секторот за истражување, развој и иновации. Вкупните владини буџетски трошоци за И&Р (ВБТИР) како процент од БДП во 2012 година изнесувале 0,23%, значително зголемени во споредба со 2011 година кога изнесувале 0,1%. И покрај зголемувањето, во 2012 година ВБТИР на ЕУ бил повеќе од три пати

поголем од оној на нашата земја.

Според расположливите податоци за И&Р на Државниот завод за статистика за 2012 година, јавниот сектор е главниот финансиер на И&Р активности во земјава со 70,8% од БТИР. Уделот е многу повисок од оној на ЕУ, кој изнесува 33.4%. Државните средства во номинална вредност значително се зголемени од 6,68 милиони евра во 2009 година на 17,5 милиони евра во 2012 година. Финансирањето на И&Р од страна на бизнис секторот претставува само 11,8% од БТИР во 2012 година, при што уделот е значително помал од оној на ЕУ од 54,9%. Уделот на бизнис секторот во И&Р во Република Македонија континуирано опаѓа од 2009 година, кога изнесувал 25%. Делот од БТИР финансиран од странство изнесува 17,4% во 2012 година. Придонесот на приватниот непрофитен сектор во финансирањето на И&Р активностите е незначителен во периодот до 2010 година, а за 2011 и 2012 воопшто не се регистрирани вакви финансиски средства во секторот за И&Р. (Државен завод за статистика на РМ, 2014; European Commission, 2015).

Главните истражувачки предизвици на македонскиот истражувачки и иновациски систем се следниве: (European Commission, 2013a).

- Неефикасно владеење со И&Р и иновацискиот систем;
- Недостаток од човечки ресурси за И&Р и иновациски активности;
- Слаби линкови помеѓу науката и индустријата;
- Мал капацитет за истражување и иновации на компаниите;
- Отсуство на национална мапа за градење на квалитетни истражувачки инфраструктури.

Последните детални анализи на И&Р и иновацискиот систем на Република Македонија (World Bank, 2013b; OECD, 2012) го идентификува владеењето како еден од главните предизвици на политиките за И&Р, со оглед на тоа што не обезбедуваат ефикасна регулатива за инволвирање на приватниот сектор и поттикнување на соработката помеѓу универзитетите и бизнис секторот. Расположливите статистички податоци покажуваат низок квалитет на човечките ресурси во секторот за И&Р и низок квалитет на секторот за високо образование како главен снабдувач со истражувачи. И&Р статистиката исто така покажува мал капацитет на бизнис секторот за директно вклучување во И&Р активностите, како и недоволен капацитет да воспостави соработка со научните институции. Може да се забележи, дека и покрај значителните инвестиции на Владата на Република Македонија

во опремувањето на научни лаборатории на државните истражувачки институции, земјата сè уште нема усвоено национална мапа за квалитетни истражувачки инфраструктури, со што може да се зголеми корисноста од постоечките и новите научни лаборатории.

Ублажувањето на структурните предизвици се нотирали во Глобалниот извештај за конкурентност 2013-14 (World Economic Forum, 2013), преку подобрување на рангот на земјата според неколку индикатори, како што се соработката во И&Р помеѓу универзитетите и индустријата (скок од 105 на 81 позиција), иновативност и софистицираност (скок од 110 на 94 позиција) и трошоците на компаниите за И&Р (од 123 позиција на 91 позиција). Во годишниот извештај на Иновациската унија за 2013 година за неколку параметри се нотирали повисоки перформанси од просекот за земјата (2,61%) и тоа за сите три индикатори кои го сочинуваат сегментот човечки ресурси (до 13,7%), два индикатора од сегментот отворен, одличен и атрактивен истражувачки систем и два индикатора од сегментот економски ефекти.

Неефикасно владеење со И&Р и иновацискиот систем

Детална анализа за неефикасноста на владеењето со националниот иновациски систем е направена и во рамките на Иновациската стратегија на Република Македонија 2012-2020, каде се предложени мерки и институционални механизми за обезбедување на кохерентен пристап и ефективна координација на политиките. Институционалните механизми се однесуваат на замена на постоечките тела со нови, кои претставуваат комитети со поголема моќ на одлучување, интерминистерски и интерсекторски работни групи, агенција специјално посветена на иновации и фонд за иновации и технолошки развој. Законската регулатива предвидува нов депарتمان за иновации, конкурентност и претприемништво во рамките на МОН, а структурата на Комитетот за претприемништво и иновации, Националниот совет за претприемништво и конкурентност и Националниот совет за високо образование, наука, иновации и технологии ја сочинуваат министрите од министерствата кои се вклучени во И&Р активностите и поважните стекхолдери. Со ова се покажува интенцијата на Владата да го зголеми оперативниот капацитет на институциите, задолжени за реализација на програмите од областа на И&Р и иновации. Иновациската стратегија, исто така, предлага ефикасна рамка за евалуација и мониторинг на предложените

политики. Бидејќи поголемиот дел од телата на И&Р и иновацискиот систем сè уште не се оперативни или сè уште не се имплементирани, ефектите од сите овие политики сè уште не се видливи на системот во Република Македонија. Првите ефекти се очекува да се почувствуваат со реализација на акцискиот план 2013-2015 кој е дел од Иновациската стратегија (Влада на Република Македонија 2012а).

Недостаток од човечки ресурси за И&Р и иновациски активности

Квалитетот на човечките ресурси за И&Р и иновации како структурен предизвик е истакнат во најголемиот дел од политиките за И&Р. Главните насоки се однесуваат на зголемување на популацијата со високо образование и образување на кадри на престижни универзитети во светот. Овие мерки ги подобрија квантитативните статистики за човечките ресурси во И&Р, но немаа големо влијание на квалитативните статистики. На овој начин, додека бројот на дипломирани, магистрирани и докторирани студенти значително се зголеми во периодот 2008-2012, произведеното знаење на истражувачите не забележа таков прогрес, така што универзитетите од земјава не бележат високи позиции на реномираните ранг-листи на универзитети во светот.

Слаби линкови помеѓу науката и индустријата и мал капацитет за истражување и иновации на компаниите

И покрај нотираниот прогрес, во публикациите, објавени во 2013 година (World Bank, 2013b; Ministry of Education and Science, 2013; World Bank, 2013a) се потврдуваат слабите линкови помеѓу науката и индустријата. Напредокот е резултат на кохерентните политики кои се однесуваат на вклучувањата на професионалци од индустријата во курикулумите на универзитетите, задолжителни практики за студентите во стопанството и поттикнување на соработката на универзитетите и индустријата преку нови форми, како што се одборите за соработка и доверба, центрите за кариера и алумни асоцијациите. Позитивните влијанија во однос на овој структурен предизвик се евидентирани во Глобалниот извештај за конкурентност за 2013-2014 преку напредување на земјата за 24 позиции за индикаторот И&Р соработка на универзитетите и индустријата. Ефектите од дел од владините политики, како што е универзитетски спин-оф компании, не се евидентни, бидејќи истражувачкиот оупут на јавните истражувачки институции има ограничен потенцијал за комерцијализација, а компаниите, пред сè малите и

средните, имаат слаб капацитет за апсорбција на академскиот истражувачки потенцијал (CONTESTI, 2011). Главните причини за ваквите ефекти треба да се бараат и во малиот број на истражувачи во бизнис секторот, слабата финансиска поддршка на иновациите и фактот дека високото образование кое ги вработува во најголем број истражувачите од земјава, главно, е посветено на образовни отколку на истражувачки активности.

Отсуство на национална мапа за градење на квалитетни истражувачки инфраструктури

Зголемувањето на квалитетот на истражувачките инфраструктури преку опремувањето на научни лаборатории во јавните институции за истражувачки и апликативни активности е една од најзначајните мерки на Владата на Република Македонија во периодот од 2011 година. Мерката го апсорбира најголемиот дел од државниот буџет за И&Р за 2012 и 2013 година и според интерните извештаи ги исполнила очекуваните цели. Според извештаите на Владата, капацитетите на научните лаборатории го надминуваат квалитетот на опремата во истражувачките центри во околните земји, со што поттикнува развој на економија, базирана на знаење, ориентирана кон иновации и И&Р. Дел од лабораториите се промовирани и кон бизнис заедницата. И покрај позитивните ефекти, инвестирањето во инфраструктури без јасна мапа може да креира ситуација на дисперзија на инвестициите во различни сектори и да ја загрози нивната одржливост. Од овие причини изолирани мерки не можат да го компензираат отсуството на национална мапа за истражувачки инфраструктури, што е една и од препораките на Европската комисија кога станува збор за реализација на Европската истражувачка област.

Резултати од истражувањето за компатибилноста на националниот истражувачки систем со ЕИО со дискусија

Дискусијата на резултатите од спроведеното истражување ќе биде прикажана за секој приоритет на Европската истражувачка област посебно, за во заклучните согледувања да се даде генерална оценка на мерките и трендовите во областа на И&Р од аспект на интеграција на македонскиот И&Р систем во Европската истражувачка област.

Поетикасен национален истражувачки систем

Статистиките за периодот 2009-2011 година покажуваат дека Владата на Република Македонија не го исполни таргетот за финансирање на И&Р, според кој средствата кои се вложуваат во И&Р треба да растат со 35% секоја година. Дополнително, неефикасното владеење со истражувачкиот систем претставуваше еден од главните структурни предизвици за земјата. Новите таргети за 2016 година, 1% БТИР од кои 50% треба да бидат извршени од бизнис секторот, исто така се тешко остварливи, имајќи го предвид сегашното ниво на финансирање на И&Р, но пред сè малото учество на бизнис секторот како извршител, кое за 2012 година изнесува само 10,7%, со негативен тренд, набљудуван во периодот 2009-2012. Од друга страна, позитивна тенденција е порастот на делот од буџетот за наука кој се доделува на конкурентска основа, којшто се зголемил од 33% во 2009 на 66% во 2012 година (European Commission 2013a).

Иако Законот за високо образование и Законот за научноистражувачки активности обезбедуваат механизми за обезбедување на квалитет во институциите кои се бават со И&Р, институционалното финансирање не е поврзано со научните резултати на институциите и најчесто блок-финансирањето зависи од нивната големина. Исто така, буџетските средства за универзитетите, главно, не се наменети за И&Р активности. Спротивно на институционалното финансирање, проектно-базираното финансирање од држаниот буџет е поврзано со научните резултати на истражувачите, вклучени во проектите и секогаш вклучува анонимна рецензија.

Бидејќи регулативата за алокација на средствата за истражување не вклучува задолжителна меѓународна евалуација, таа не е вообичаена практика во земјата, освен кога станува збор за билатерални проекти. Програмата за научноистражувачки активности е единствената програма која вклучува мерка која финансира меѓународни проекти. Тоа е потпрограмата за билатерална соработка. Ваквата практика има негативно влијание на прифаќањето на европските практики за И&Р активностите во Република Македонија.

Оптимална транснационална соработка и конкурентност

Слично како и претходниот приоритет на Европската истражувачка област и овој приоритет, оптимална транснационална соработка и конкурентност во Република Македонија е поддржан само од потпрограмата

за билатерална соработка. Потпрограмата базира на потпишани договори за соработка во областа на образованието, науката и технолошкиот развој со девет ЕУ земји и 12 земји кои не се членки на ЕУ. Овие договори ги вклучуваат истражувачките агенди на другите земји и вклучуваат елементи на заедничка евалуација. Програмата за научноистражувачки активности која ја вклучува потпрограмата за билатерална соработка, исто така вклучува контрибуции и членарини за учество на македонските организации во ЕУ истражувачките програми, како што се Хоризонт 2020, Еурека и ЕРА-НЕТ иницијативите. Националните политики во областа на И&Р се позиционирани, главно хоризонтално, без експлицитно нагласување на одредени приоритетни области и главни предизвици. Вклучувањето на Република Македонија во Регионалната И&Р стратегија на регионот на западен Балкан, која што е усвоена во 2013 година, е иницијатива која ја поттикнува оптималната транснационална соработка и конкурентност.

Посветеноста на Владата на Република Македонија за поддршка на националната истражувачка инфраструктура и пристап кон меѓународните и Европски истражувачки инфраструктури е реализирана преку (1) учество на Република Македонија во ЦЕРН преку Националната агенција за нуклеарни технологии, (2) воспоставување на МАРНЕТ како независна институција и (3) поддршка на четиригодишната мерка за опремување на лаборатории во државните институции за научноистражувачки и апликативни активности. Опремувањето на лабораториите всушност претставува најголемата инвестиција на Владата во И&Р во периодот 2011-2015, која апсорбирала 71% од вкупниот буџет за наука во 2013 година. Од 2012 година Владата ги поттикнува институциите во кои се инсталирани лабораториите да ги отворат за надворешни корисници и за странски истражувачи.

Вклучувањето на земјата во ESFRI инфраструктурите е сè уште во рана фаза, при што сè уште не се дефинирани ниту областите за специјализација. Националните политики поддржуваат учество на национални институции во европските и во светските истражувачки инфраструктури. Истовремено се врши номинација на претставници во управувачките тела на ЕИО, како комитетот на Европската истражувачка област и Стратешкиот форум за меѓународна соработка, но поради нискиот административен капацитет регистрирано е нерегуларно учество во периодот 2009-2013.

Отворен пазар на труд за истражувачи

Процедурите за регрутирање на истражувачи во Република Македонија се специфицирани во Законот за високо образование и во правилниците, изработени од страна на универзитетите. Процедурите се отворени, транспарентни и според заслуга на кандидатите. Во секој случај, меѓународните истражувачи без македонско државјанство можат да конкурираат за објавените места само ако имаат работна дозвола, издадена од Агенцијата за вработување на Република Македонија. Една од главните пречки за вработување на странски истражувачи на најголемиот број на универзитети во земјава е задолжителното познавање на македонскиот или на албанскиот јазик. Оваа бариера е делумно решена со измените на Законот за високо образование од 2011 година, кои ги обврзуваат универзитетите да имаат барем еден департаман со наставна програма на англиски јазик.

Грантовите кои се даваат со националните мерки се однесуваат само за граѓани на Република Македонија, односно на истражувач кој е вработен во акредитирана институција во земјата. Слично како кај претходните приоритети на ЕИО, единствената мерка која овозможува странски истражувач да аплицира за грант обезбеден од македонска институција, е потпрограмата за билатерална соработка. Во Република Македонија не постои рамка која обезбедува портабилност на финансиските средства на истражувачите. Исто така, миграцијата на истражувачи помеѓу институциите е многу мала.

Националниот EURAXESS портал е поставен од Македонската академија на науките и уметностите во 2011 година. Порталот обезбедува полесна интеграција на македонските истражувачи во Европа преку поддршка на мобилност на истражувачи во двете насоки, во и од Република Македонија. Поради ниското ниво на влез на странски истражувачи во Република Македонија, само неколку објави од организации од земјава се процесуирани преку овој портал.

Главната рамка за прифаќањето на Принципите за иновативен докторски тренинг е Законот за високо образование со неколкуте амандмани, усвоени во периодот 2011-2013. Иако во оваа законска рамка не се третираат експлицитно Принципите за иновативен докторски тренинг, таа индиректно и делумно ги поддржува принципите, како што се одличност во истражувањето, интердисциплинарни истражувања, меѓународно вмрежување, преносливи вештини и обезбедување на квалитет.

Родова еднаквост во истражувањето

Еднаквиот третман на жените и мажите во истражувањето во Република Македонија е гарантирано со Уставот, Законот за еднакви можности на жените и мажите и Законот за високо образование. Законот за еднакви можности на жените и мажите ја обврзува Владата да воспостави Комисија за еднакви можности, а секоја јавна институција да назначи координатор за еднакви можности. Според анализата на Европската комисија (European Commission, 2011), капацитетот за имплементација на координаторите и комисијата е премногу мал, така што ниедна мерка која би поттикнала еднакви родови можности во истражувачките организации не е усвоена. Од друга страна, според (Konrad-Adenauer-Stiftung, Centre for Research and Policy Making, 2013) постои нееднакво вреднување на трудот на жените и мажите во Република Македонија, при што резултатите покажуваат дискриминација на жените.

Во секој случај, факт е дека законите се главните политики кои ја гарантираат родовата еднаквост. Истражувачите од двата пола имаат подеднакви шанси за време на регрутирањето, вработувањето и напредувањето во кариерата. Не постои специфична регулатива со која се обезбедува еднаква родова застапеност во истражувачките организации и истражувачката заедница. Според статистичките податоци за И&Р жените се добро застапени во различни структури на И&Р системот како вкупен број на истражувачи (53.1% во 2012), стекната титула доктори на науки (48.6% во 2012) и стекната титула магистер на науки (55.4% во 2012). Отсуството на ефикасни мониторинг процедури оневозможува да се констатираат состојбите во раководните тела на И&Р и иновациониот систем, со тоа што не може во потполност да се согледа посветеноста на националниот систем во однос на приоритетот за родова еднаквост на Европската истражувачка област.

Оптимална циркулација, пристап и трансфер на научно знаење преку дигитална Европска истражувачка област

Од 2012 година МОН развива веб-базирано решение кое обезбедува отворен пристап и користење на дигитални услуги од областа на И&Р за сите стекхолдери. Решението вклучува портал за наука, портал за патенти и портал за плагијаризам. Националната и универзитетска библиотека „Св. Климент Охридски“ во Скопје исто така обезбедува податоци за

истражувачките организации, истражувачите и истражувачките проекти преку Националниот истражувачки информациски систем (E-CRIS). E-CRIS системот е поврзан со националниот COBISS библиотечен информациски систем и неговата библиографска база на податоци. Бидејќи сите фази на животниот циклус на податоците во рамките на податочната инфраструктура не се поддржани со специфични мерки и правилници, не е обезбедена интероперабилност помеѓу постоечките инфраструктури на национално ниво.

Истражувачката заедница во Република Македонија не е постојано обезбедена со пристап до позначајните бази на научноистражувачки трудови. Во периодот 2009-2013 најчесто преку Програмата за научноистражувачки активности МОН обезбедува пристап кон базите EBSCO и Emerald. Националната и универзитетска библиотека дополнително обезбедува слободен пристап до неколку странски бази со слободен пристап.

Република Македонија нема легислатива за чување на научни информации. Иницијативите на МОН и на Националната и универзитетска библиотечка во рамките на E-CRIS мрежата можат да бидат сметани како почетни активности за чување на научни информации, како и за развој на електронска инфраструктура. Може да се заклучи дека единствени иницијативи за создавање на онлајн складиште на истражувачи во земјата се порталот за наука, креиран од страна на МОН и E-CRIS иницијативата, реализирана од страна на Националната и универзитетска библиотека. Еден од најголемите недостатоци на овие иницијативи е непостоењето на нивна интероперабилност, со што се оневозможува постигнување на одреден напредок во рамките на овој приоритет на Европската истражувачка област.

Заклучок

Врз основа на анализираните перформанси и карактеристики на И&Р и иновацискиот систем на Република Македонија, како и врз основа на неговите утврдени структурни предизвици, може да се заклучи дека тој сè уште е не доволно финансиран и има неповолна структура на финансиските текови и на страната на изворите и на страната на извршителите. Исто така, системот може да се оцени како недоволно ефикасен, со низок капацитет за И&Р и иновациски активности на клучните сектори, како што е бизнис

секторот. На тој начин, системот многу бавно се доближува до таргетите, дефинирани со приоритетите на Европската истражувачка област. Но сепак, може да се забележи дека приоритетите и специфичните мерки кои се изведени од прифатените акциски планови на актуелните политики за периодот 2009-2013 имаат директно позитивно влијание на дел од структурните предизвици. Но, од друга страна, овие активности немаат позначајно влијание на реализацијата на приоритетите на ЕИО, со оглед на фактот што со исклучок на една потпрограма не постојат други мерки кои би биле насочени кон исполнување на барањата на дефинираните приоритети на ЕИО. Покрај недостатокот на сеопфатни и специфични мерки, останува впечатокот дека имплементирањето на постоеките е забавено поради нискиот капацитет на бизнис секторот да учествува во И&Р активностите, некомплетната реорганизација на структурата на владеење, некохерентниот микс на политики и недоволните финансиски средства од јавните и од приватните извори.

Користена литература:

1. Chessa, A., Morescalchi A., Pammolli F., Penner O., Petersen A. M., Riccaboni M.,: (2013): "Is Europe Evolving Toward an Integrated Research Area?", *Science*, Vol. 339, 14 of February, pp. 650-651.
2. CONTESTI team - Fortunato A., Mangiola P.M., Polenakovik R., Strano A. (2011): European Innovation Scoreboard in the Republic of Macedonia 2010.
3. Dall, E. (2008): Science and Technology in Western Balkans 2008, Reports of the Information Office of the Steering Platform on Research for Western Balkan Countries.
4. Државен завод за статистика на Република Македонија, (2014), Научна и истражувачко-развојна дејност 2012.
5. European Commission, (2010): "Europe 2020 Flagship Initiative: Innovation Union", Brussels.
6. European Commission (2011): Implementation of gender mainstreaming, comment paper for the Republic of Macedonia.
7. European Commission, (2012): "A Reinforced European Research Area Partnership for Excellence and Growth", Brussels.
8. European Commission (2013a): "ERAWATCH Country Report 2013: Republic of Macedonia", Brussels.
9. European Commission (2013b): "Innovation Union Scoreboard 2013", Brussels.

10. European Commission, (2014): ERAWATCH portal, <http://erawatch.jrc.ec.europa.eu/>, пристапено на 10.08.2015.
11. European Commission, (2015): Eurostat portal <http://ec.europa.eu/eurostat/data/database>, пристапено на 10.08.2015.
12. Granieri, M, Renda, A., (2012): Innovation Law and Policy in the European Union: Towards Horizon 2020, Springer-Verlag Italia
13. Konrad-Adenauer-Stiftung, Centre for Research and Policy Making (2013): Gender equality in EU: How does Macedonia compare?.
14. Kuhlmann, S, Edler, J., (2003): "Scenarios of Technological and Innovation Policies in Europe: Investigating Future Governance", *Technological Forecasting and Social Change*, 70 (7): 619-637.
15. Ministry of Education and Science (2013): Initial RS3 Assessment of a Selected WB Country
16. Nedeva, M., Stampher, M., (2012): "From Science in Europe to European Science", *Science*, Vol. 336, 25 of May, pp. 982-983.
17. Nyholm, J., Normann, L., Relle-Petersen, C., Riis, M., Torstensen, P., (2002): "Innovation Policy in the Knowledge-Based Economy: Can Theory Guide Policy Making?", *The Globalizing Learning Economy*, D.Archibugi and B.A. Lundvall, eds., Oxford University Press, Oxford.
18. OECD (2012): The FYR Macedonia - Assessment of the National Innovation System, Paris.
19. Scherngell, T., Lata, R., (2013): "Towards an integrated European Research Area? Findings from Eigenvector spatially filtered spatial interaction models using European Framework Programme data", *Papers in Regional Science*, Vol. 92, Issue 3, pp. 555 - 577.
20. Влада на Република Македонија (2012а): Иновациска стратегија на Република Македонија 2012-2020.
21. Влада на Република Македонија (2012б): Национална стратегија за научно-истражувачки активности на Република Македонија 2020.
22. Влада на Република Македонија (2012ц): Национална програма за научно-истражувачки активности 2012-2016.
23. World Bank (2013а): Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation, World Bank Technical Assistance Project (P123211).
24. World Bank (2013б): Western Balkans Regional R&D Strategy on Innovation, Country Paper Series, Republic of Macedonia, World Bank Technical Assistance Project (P123211).
25. World Economic Forum, (2013): "The Global Competitiveness Report 2013-2014".

INFLUENCE OF THE NATIONAL POLICIES ON THE RESEARCH, DEVELOPMENT AND INNOVATION SYSTEM OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA AS A PART OF THE EUROPEAN RESEARCH AREA

Sasho Josimovski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
sasojos@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The European Research Area (ERA) is at the heart of the Europe 2020 Strategy and its Innovation Union policy flagship, which aim to ensure that new knowledge-intensive products and services contribute substantially to growth and jobs. Based on analysis of the strengths and weakness of Europe's national research systems and the overall objective of the research performances, five ERA priorities have been defined. The priorities also comprise a methodological framework for evaluation of the progress of each of the national research systems (COM (2012) 392 from 2012). It is precisely this framework that is used in this paper to assess the progress of the R&D and innovation system of the Republic of Macedonia and the level of its compatibility with ERA from the perspective of national policies in this area. In the assessment process, the Innovation Union's self-assessment tool (COM (2010) 546 from 2010) was also used.

Key words: *European Research Area, Research and Development, Research System, Research Infrastructures, Republic of Macedonia*

ПОТРЕБАТА ЗА ПРИМЕНА НА ПЛАНИРАЊЕ НА ОДРЖЛИВИОТ РАЗВОЈ

проф. д-р Сашо Косев
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
skosev@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Остварувањето на концептот и развојната филозофија на одржлив развој наметнува бројни предизвици. Потребни се важни структурни промени во насока на начините на кој одделните општества и економии управуваат со (ги решаваат) нивните економски, социјални и еколошки проблеми. Одржливиот развој е сеопфатен концепт врз кој треба да се засноваат стратешките приоритети на секоја национална економија. Тоа подразбира негово ефективно интегрирање на сите нивоа во процесите на креирање на економската политика во економијата. Рамката на националната политика на планирање на одржливиот развој ги дефинира националните политики на планирање на одржливиот развој и начините на кои тие треба да се реализираат. Оваа рамка ги дефинира потребите на Владата за изградба на поефикасен плански систем, кој претставува стартна основа при изработката и при спроведувањето на сите макроекономски политики во една национална економија.

Планирањето на одржливиот развој во Република Македонија треба да обезбеди широк консензус во сите сфери на општествено-економскиот развој на земјата. Оттука, од особено значење е да се обезбеди сеопфатно планирање и програмирање на идните развојни периоди преку интерактивен и партиципативен пристап, со вклучување на најголем дел од заинтересираните страни: граѓаните, јавниот и приватниот сектор, институциите, образовните, истражувачките и развојните институции. Следствено, планирањето на одржливиот развој е од особено значење за кохерентноста, комплексноста и конзистентноста на процесот на креирање и спроведување на општествено-економскиот развој во земјата. Тоа ќе овозможи конзистентност во рамките на процесот на обезбедување информации, поврзани со развојните услови и проблеми, прилагодување на

целите и задачите на креаторите на макроекономската политика, како и во процесот на изработка и спроведување на планови и програми на идниот општествено-економски развој.

Клучни зборови: *планирање, одржлив развој, стратешки приоритети, Република Македонија*

Вовед

Остварувањето на концептот и развојната филозофија на одржлив развој наметнува бројни предизвици. Потребни се важни структурни промени во насока на начините на кои одделните општества и економии управуваат со (ги решаваат) нивните економски, социјални и еколошки проблеми. Различни земји спроведуваат различни решенија, но сите мораат да донесат тешки и болни одлуки. Затоа се изработуваат стратегии за одржлив развој кои помагаат во донесувањето и во спроведувањето на таквите одлуки на реалистичен, ефикасен и одржлив начин.

Одржливиот развој е динамичен процес во кој националните економии ги антиципираат и се прилагодуваат на потребите на сегашните и на идните генерации, на начин кој ги репродуцира и ги урамнотежува националните економски, социјални и еколошки системи и ги поврзува националните со глобалните проблеми и предизвици.

Основна цел на спроведувањето на концептот на одржлив развој е подобрување на квалитетот на животот и задоволството на луѓето. Целта е да се најде идеална, но не подеднаква, врска помеѓу економските, социјалните и еколошките аспекти на општеството, заснована на принципите на доброто управување. Напорите за остварување долгорочна развојна перспектива се во основата на концептот на одржлив развој. Основен предуслов за остварување на концептот на одржлив развој е активното учество на претставниците на сите заинтересирани страни во процесот на донесување одлуки, со цел да се оствари посеопфатно управување со развојните процеси во националната економија.

Оттука, обезбедувањето одржлив национален развој бара стратешки пристап, кој е *долгорочен и интегриран* во поврзувањето на различните развојни процеси. Стратешкиот пристап на национално ниво подразбира: (1) поврзување на долгорочната визија со среднорочните цели и краткорочните

активности; (2) „хоризонтални“ врски помеѓу секторите за обезбедување координиран пристап во развојот; (3) „вертикални“ врски во просторот, со цел да се обезбеди заемна поддршка на локалните, националните и на глобалните развојни напори и управување; (4) вистинско партнерство помеѓу Владата, бизнисите, стопанските комори и граѓанските здруженија. Притоа, целта на економското планирање е да се помогне во процесот на остварување одржлив развој. Економското планирање не треба да се поистоветува со контрола, туку тоа треба да биде „креативна вежба“ за изнаоѓање начини за зајакнување и за подобрување на квалитетот на животот.

Стратешкиот пристап кон одржливиот развој наметнува нови начини на размислување и делување (OECD, 2001):

- Поместување од изработка и спроведување фиксни планови, идеи и решенија кон создавање прилагодлив систем кој постојано го подобрува управувањето и ја промовира кохерентноста помеѓу решенијата на различните предизвици.
- Поместување од гледиштето дека единствено државата е одговорна за развојот кон гледиште кое одговорноста ја гледа кај општеството во целина.
- Поместување од централизиран и контролиран процес на донесување одлуки кон процес на транспарентни преговори, соработка и усогласено дејствување.
- Поместување од секторско кон интегрирано планирање.
- Поместување од зависност од надворешна помош кон развој кој е управуван и финансиран од национални субјекти.
- Поместување кон процес кој го олеснува процесот на следење, вреднување, учење и подобрување.

1. Интегрирање на концептот на одржлив развој во планскиот процес

Одржливиот развој е сеопфатен концепт врз кој треба да се засноваат стратешките приоритети на секоја национална економија. Тоа подразбира негово ефективно интегрирање на сите нивоа во процесите на креирање на економската политика во економијата. Следствено, за успешно справување со предизвиците на одржливиот развој, мора да се обезбеди поголема ефикасност, ефективност и доверливост на процесите на стратешко

планирање. Тоа подразбира реструктурирање на постојните процеси, институционални аранжмани и процедури според потребите, приоритетите и расположивите ресурси на одделните национални економии.

Затоа, процесот на планирање на одржливиот развој во секоја земја, вклучително и во Република Македонија, треба да се состои од координирана група на партиципативни и развојни процеси на анализи, дебати, зајакнување на институционалните капацитети и стратешко планирање, кои би требало да овозможат интегрирање на краткорочните и на долгорочните економски, социјални и еколошки цели на општествено-економскиот развој на националната економија. Ваквиот пристап подразбира:

- Целосна посветеност на Владата за подготовка на стратешките планови за одржлив развој.
- Промовирање на сопственоста, разбирањето и примената на концептот на одржлив развој на сите нивоа на одлучување.
- Интегрирање на концептот на одржлив развој во стратешките цели и приоритети на сите нивоа на власта.
- Кохерентен и проактивен пристап кон сите заинтересирани страни, со цел да се поттикне и да се обезбеди нивно активно учество во спроведувањето на концептот на одржлив развој.

Процесот на долгорочно стратешко планирање е од суштинско значење за формулирање на економските политики кои го поддржуваат и го промовираат концептот на одржлив развој. Концептот на одржлив развој е многу сложен концепт, па оттука процесот на негово стратешко планирање ќе помогне да се најде оптималната поврзаност помеѓу сите аспекти на развојните процеси и нивна усогласеност со основните принципи на одржливост.

Стратешкото планирање гарантира дека проблемите на одржливиот развој ќе се решаваат на систематски начин, со ефикасно користење на средствата од националниот буџет. Исто така, стратешкото планирање е важен инструмент за насочување на развојот со помош на научно засновани и дефинирани развојни приоритети и стратешки цели, неопходни за остварување на посакуваните општествени промени. Стратешкото планирање мора да се заснова на јасно изградени научни принципи за да биде ефикасно и одржливо. Оттука, секогаш треба да се имаат предвид следниве основни критериуми за планирање на одржливиот развој:

- Долгорочна перспектива.

- Почитување на трите столба на концептот на одржлив развој: економска ефикасност, социјална правда и заштита на животната средина, во склоп на рамка на добро управување со националната економија.
- Едноставна, кратка и сеопфатна содржина.
- Научен пристап и рационалност.

2. Рамка на националната политика на планирање на одржливиот развој

Рамката на националната политика на планирање на одржливиот развој ги дефинира националните политики на планирање на одржливиот развој и начините на кои тие треба да се реализираат. Оваа рамка ги дефинира потребите на Владата за изградба на поефикасен плански систем, кој претставува стартна основа при изработката и спроведувањето на сите макроекономски политики во една национална економија.

Цел на планскиот систем е да придонесе кон остварување на концептот на одржлив развој, односно на неговите три основни димензии: економска, социјална и еколошка. Оттука, рамката на националната политика на планирање на одржливиот развој има задача да реализира одреден број на клучни улоги (Department for Communities and Local Government, 2012, pp. 1-4):

- Економска улога – да придонесе кон изградба на просперитетна, иновативна, конкурентна, еколошки ефикасна и одговорна национална економија која обезбедува висок животен стандард и целосна висококвалитетна вработеност на сите развојни фактори.
- Социјална улога – да придонесе кон создавање демократско, социјално инклузивно, кохезивно, здраво, безбедно и праведно општество, каде што се почитуваат основните човекови права и културни различности, со што се зајакнуваат напорите за создавање еднакви можности и борба против сите видови дискриминација.
- Еколошка улога – зајакнување на капацитетот на природната средина да ги поддржи различните форми на живот, да ги почитува ограничувањата на природните ресурси и да обезбеди високо ниво на заштита и подобрување на квалитетот на животната средина.

Вообичаено, рамката на националната политика на планирање на одржливиот развој се состои од следниве плански елементи и задачи (UNEP, 2004, p. 5):

1) *Почетни активности*

- Причина, потреба и цел (зошто се започнува со овој процес).
- Дизајнирање на планскиот процес (што претставува овој пристап).

2) *Анализа*

- Заложби и обврски, поврзани со животната средина и со одржливиот развој.
- Идентификување и анализа на главните прашања, трендови, проблеми, можности и поврзаности.
- Институционална анализа и анализа на политиката.

3) *Изработка на стратегијата/стратешко планирање*

- Дефинирање на визија, цели и резултати.
- Дефинирање на приоритетни области.
- Дефинирање на основните аспекти и проблеми на одржливиот развој.

4) *Дефинирање на активности/оперативно планирање*

- Дизајнирање и оцена на специфични решенија/активности.
- Дефинирање на приоритети со кои ќе се минимизираат трошоците и ќе се зајакнат користите.

5) *Спроведување и следење*

- Активности за спроведување (организација, финансирање).
- Дефинирање на систем за следење на резултатите, со индикатори за одржлив развој.

Во средиштето на рамката на националната политика на планирање на одржливиот развој е **претпоставката во полза на одржливиот развој**, која треба да се прифати како златна нишка која е вткаена во процесите на планирање и спроведување на концептот на одржлив развој. Во пракса ова треба да придонесе кон изградба на мирно, фер и просперитетно општество кое дава целосен придонес кон остварување на концептот на одржлив развој на национално и на светско ниво. Рамката на националната политика на планирање на одржливиот развој треба да придонесе кон дефинирање група на партиципативни и координирани процеси за интегрирање на соодветните економски, социјални и еколошки цели, со основна задача да се подобри квалитетот на животот на сите луѓе во една национална економија.

3. Зошто е потребно планирањето на одржливиот развој во Република Македонија?

Планирањето на одржливиот развој во Република Македонија треба да обезбеди широк консензус во сите сфери на општествено-економскиот развој на земјата. Оттука, од особено значење е да се обезбеди сеопфатно планирање и програмирање на идните развојни периоди преку интерактивен и партиципативен пристап, со вклучување на најголем дел од заинтересираните страни: граѓаните, јавниот и приватниот сектор, институциите, образовните, истражувачките и развојните институции. Следствено, планирањето на одржливиот развој е од особено значење за кохерентноста, комплексноста и конзистентноста на процесот на креирање и спроведување на општествено-економскиот развој во земјата. Тоа ќе овозможи конзистентност во рамките на процесот на обезбедување информации, поврзани со развојните услови и проблеми, прилагодување на целите и на задачите на креаторите на макроекономската политика, како и во процесот на изработка и спроведување на планови и програми на идниот општествено-економски развој.

Основна претпоставка за успешно спроведување на концептот на планирање на одржливиот развој во Република Македонија е да се обезбеди механизам и институционални аранжмани за ефикасно управување со одржливиот развој на локално и на национално ниво, преку достоино презентирање на ставовите и на потребите на сите заинтересирани страни во процесот. Зајакнувањето и реформирањето на институционалната рамка не треба да биде цел самата за себе, туку средство за остварување на одржливиот развој, со што ќе се поддржи остварувањето на следниве цели:

- 1) Промовирање на рамномерната интеграција на трите димензии на концептот на одржлив развој.
- 2) Промовирање на пристапот, насочен кон активностите и остварените резултати, со цел поефикасно да се спроведе концептот на одржлив развој.
- 3) Промовирање на меѓусебната поврзаност помеѓу главните прашања и предизвици на одржливиот развој и примена на системскиот пристап при изнаоѓањето најсоодветни решенија.
- 4) Зајакнување на кохерентноста, намалување на фрагментираноста и зголемување на ефикасноста и ефективноста, истовремено

зајакнувајќи ја меѓусебната координација и соработка.

- 5) Промовирање на целосно и ефикасно учество на сите заинтересирани страни: Владата, приватниот сектор, синдикатите, граѓанските организации, целокупното население на националната економија.

Постојат неколку основни придобивки од примената на планирањето на одржливиот развој во Република Македонија (Косев, Сашо, 2015, стр. 15-16):

1. **Економското планирање ни овозможува да знаеме што и кога треба нешто да се направи** – без соодветно планирање, проектите или програмите можат да се остварат во погрешно време или на погрешен начин и да придонесат кон остварување слаби резултати.
2. **Економското планирање помага да се ублажат последиците и да се управува со кризите, како и да се обезбеди полесна имплементација** – секогаш ќе има неочекувани ситуации кај програмите и кај проектите. Сепак, примената на соодветни методи на економско планирање помага да се намали веројатноста за нивно појавување и да се подготви тим кој може да се справи со нив. Планскиот процес треба да вклучи и активности за проценка на ризиците и размислување за одредени ненамерни последици кои би можеле да ги предизвикаат планираните проектни активности. Резултатите од овие активности можат да бидат од голема помош при предвидувањето и при справувањето со проблемите.
3. **Економското планирање го подобрува фокусирањето врз приоритетите и доведува до поефикасна употреба на времето, парите и другите ресурси** – постоењето јасен план помага ограничените ресурси да се насочат кон приоритетните активности, т.е. кон оние кај кои има најголема веројатност да ги остварат посакуваните промени. Без соодветен план, проектите и програмите нема да се реализираат на задоволителен начин и ќе станат неефикасни и неефективни.
4. **Економското планирање помага да се определи како ќе изгледа успехот** – соодветниот економски план им помага на луѓето и на институциите да знаат дали остварените резултати се оние кои биле однапред планирани и да се проценат евентуалните отстапувања од планираното. Се разбира, ваквиот пристап бара ефективен систем на следење и вреднување на она што било однапред испланирано.

Оттука, добриот систем на економско планирање вклучува и јасна стратегија за следење и вреднување на резултатите и соодветна употреба на добиените информации за подобрување на системот на економско планирање во националната економија.

Системската примена на планирањето на одржливиот развој во Република Македонија, во основа, ќе придонесе суштински да се остварат клучните предизвици за идниот општествено-економски развој на македонската економија:

1) Изградба на динамична и иновативна економија која обезбедува просперитет за своите граѓани

Националната економија треба да создава богатство кое ќе овозможи остварување на амбициите на сите заинтересирани страни (чинители) во македонската економија. На индивидуално ниво, националната економија треба да создава можности кои ќе придонесат да го подобриме квалитетот на животот на секој граѓанин. На ниво на националната економија, треба да се создадат предуслови за подобрување на квалитетот на животот на целокупното население, во сегашноста и во иднината. Оттука, националната економија треба да ја поддржува и да ја поттикнува транзицијата кон примена на концептот на одржлив развој, на начин што ќе го третира како можност за обезбедување подобар живот и подобра иднина.

2) Изградба на толерантно, инклузивно и стабилно општество кое обезбедува подобрување на квалитетот на животот за своите граѓани

Значењето на нашите социјални односи со семејството, пријателите и со заедницата, задоволството да се биде активен и вклучен, задоволството од вработување кое исполнува и има значење – се ставки кои имаат најголема важност за луѓето во сите анкети за задоволството на луѓето од нивните животи. Но, за да се создадат услови во кои луѓето ќе можат да остварат прогрес во нивниот квалитет на живот, ние мора да ја елиминираме сиромаштијата и да обезбедиме дека секој граѓанин има пристап кон пристојно место за живеење. Мора да се подобри здравствената соостојба на населението, да се обезбеди пристап до повисоко ниво на културни, спортски и рекреативни активности. Најважно, да им ообезбедиме квалитетно образование на младите генерации, со што ќе можат

да обезбедат повисок квалитет на живот во одржливото општество на иднината. Со други зборови, да се изгради општество кое ќе ги задоволува различните потреби на своите граѓани во сегашноста и во иднината, ќе ја промовира личната благосостојба, социјалната кохезија и инклузија и ќе создава еднакви можности за сите.

- 3) *Обезбедување соодветна рамнотежа помеѓу одговорната употреба и заштитата на природните ресурси како поддршка на подобар квалитет на живот и подобар квалитет на животната средина*

Односот кој го имаат луѓето со природната (животната) средина е критична димензија на нашето општество. Ние мора да сме свесни за карактерот на нашата животна средина како природен ресурс, за нашите потреби да живееме во рамките на еколошките ограничувања и како нашата потрошувачка на природните ресурси влијае на способноста на животната средина да ги поддржува нашите економски активности во иднина. Никогаш не треба да го забораваме фактот дека нашата животна средина има непроценлива вредност за нашиот иден развој и квалитет на живот.

- 4) *Изградба и примена на механизам на макроекономска политика која ја поддржува примената на концептот на одржлив развој во националната економија*

Неопходно е да се промовираат најдобри практики на заедничка соработка на јавниот, приватниот и на граѓанскиот сектор за примена на концептот на одржлив развој во сите активности кои се составен дел на креирањето и спроведувањето на макроекономските и развојните политики во Република Македонија. Следствено, треба да се промовираат ефективни партиципативни системи на сите нивоа на управување во националната економија, каде до полн израз ќе дојдат креативноста, енергијата и различноста на сите луѓе во Република Македонија.

Заклучок

Остварувањето одржлив развој бара длабоки структурни промени и нови начини за делување во сите сфери на економскиот, социјалниот и политичкиот живот. Одржливиот развој има важни политички,

институционални и развојни импликации. На национално и на локално ниво бара партиципативни институции и интегрирачки механизми кои ќе ги вклучат владите, граѓанското општество и приватниот сектор во процесот на изработка и дефинирање заеднички визији, планирање и донесување на стратешки одлуки.

Владите, корпорациите и граѓанскиот сектор треба да бидат поотворени и потранспарентни во поглед на своите активности. Всушност, планирањето на одржливиот развој и креирањето на економската политика треба да станат во поголем степен партиципативни, прудентни и транспарентни, повеќе ориентирани кон дефинирање и спроведување на долгорочни стратешки одлуки, како и да покажат поголема почит и уважување за интересите на идните генерации.

Одржливиот развој и планирањето на одржливиот развој се комплементарни процеси кои, во крајна линија, треба да придонесат кон зголемена и подобрена благосостојба на човештвото. Со цел подобро да се разбере и да се спроведе целокупниот процес, треба да се земат предвид методолошките основи кои се однесуваат на процесот на креирање и спроведување на ефикасни макроекономски и развојни политики на националните економии.

Сето погоре наведено укажува на фактот дека планирањето на одржливиот развој и пазарниот механизам се комплементарни механизми. Успешната комбинација на „невидливата рака на пазарот“ и „видливата рака на планот (државата)“ ќе овозможи поефикасно и порационално искористување на развојните фактори и подинамичен економски развој на националната економија. Тоа ќе доведе до континуирано подобрување на инструментите на економската политика, како и на другите видови на планирање и програмирање на одржливиот развој на националните економии.

Како резултат на сето погоре презентирани, сметаме дека треба да се преземат следниве иницијални активности, со цел да се оствари концептот на планирање на одржливиот развој во Република Македонија:

- 1) Основен предуслов е разбирањето и прифаќањето на концептот и принципите на одржливиот развој.
- 2) Зголемување на свеста и на посветеноста за одржлив развој, покривајќи ги сите сфери на живот во Република Македонија. Оттука, од особена важност е зајакнатата соработка помеѓу креаторите на

политиката од различните министерства и агенции на Владата на Република Македонија, со цел да се обезбеди меѓусекторско и интегрирано стратешко и партиципативно работење.

- 3) Развој и примена на интегриран пристап во креирањето на политиката на одржлив развој.
- 4) Зајакнување на институционалниот капацитетот на Владата и на нејзините институции за поттикнување и имплементација на одржливиот развој.
- 5) Зајакнување на оперативниот потенцијал на институциите, особено од аспект на човечките ресурси и финансиите, имајќи го предвид фактот дека основна институционална поставеност и легислатива постојат во голем број министерства и агенции на Владата на Република Македонија
- 6) Зајакнување на институционалниот капацитет и дефинирање на законските основи со кои веќе формираниот Национален совет за одржлив развој ќе преземе целосна одговорност за спроведување на Националната стратегија за одржлив развој на Република Македонија.

Користена литература:

1. Berke, P. and Maria Manta (1999): “Planning for Sustainable Development – Measuring Progress in Plans”, *working paper*, Lincoln Institute of Land Policy, Cambridge, Massachusetts
2. Bossel, Hartmut (1999): *Indicators for Sustainable Development – Theory, Method, Applications*, International Institute for Sustainable Development, Winnipeg, Manitoba, Canada
3. Department for Communities and Local Government (2012): *National Planning Policy Framework*, Department for Communities and Local Government, London
4. European Commission (2002): *Towards a global partnership for sustainable development*, COM (2002) 82 final, Brussels, Belgium
5. Hrebik, Stepan, Trebicky, Viktor and Tomas Gremlica (2006): *Manual for Planning and Evaluation of Sustainable Development at the Regional Level*, Office of the Government of the Czech Republic, Prague
6. International Institute for Sustainable Development (2004): *National strategies for sustainable development*, International Institute for Sustainable Development, Manitoba, Canada
7. Kjosev, Sasho (2012): “Social Accounting Matrix – Methodological Basis for the

Sustainable Development Analysis”, in: *Sustainable Development* (Dr. Chaouki Ghenai, ed.), INTECH -Open Access publisher of Scientific Books and Journals, ISBN 979-953-307-650-7

8. OECD (2001): *Strategies for Sustainable Development*, OECD Publication Service, Paris
9. Ќосев, Сашо (2015): *Економско планирање*, универзитетски учебник, Универзитет “Св. Кирил и Методиј” во Скопје, Економски факултет - Скопје
10. UNEP (2004): *Integrated Assessment and Planning for Sustainable Development*, UNEP, New York
11. UNEP (2009): *Integrated Policy Making for Sustainable Development*, UNEP, New York

THE NEED FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT PLANNING

Sasho Kjosev, PhD

“Ss. Cyril and Methodius” University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
skosev@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Moving towards sustainable development presents tremendous challenges. Important structural changes are needed to the ways societies manage their economic, social and environmental affairs. Sustainable development is a comprehensive concept upon which the strategic priorities of each national economy should be based. It means effective integration of all government levels in the process of economic policy creation in the national economy. The national framework of sustainable development policy planning defines the national sustainable development planning policies and the ways in which they are to be realized. This framework defines the government’s needs to build a more efficient planning system, which is the starting point in the preparation and implementation of all macroeconomic policies in the national economy.

The sustainable development planning in the Republic of Macedonia should ensure broad consent and firm anchoring in all walks of life in the country. Therefore, it is decisively important that comprehensive and in-depth sounding and hearing periods are planned, programmed and implemented based on an interactive and participatory approach, which should involve as many stakeholders as possible, such as citizens, public and private organizations, institutions, companies, and educational, research, and development institutions. Consequently, sustainable development planning is of essential importance for the coherence, complexity and consistency of the process of socio-economic development creation and implementation in the country. This will ensure consistency in the process of providing information related to the development conditions and problems, adjusting goals and objectives of macroeconomic policy makers, as well as in the process of development and implementation of plans and programs for future socio-economic development.

Key words: *planning, sustainable development, strategic priorities, Republic of Macedonia*

АНАЛИЗА НА ПАРАДИГМИТЕ И МЕТОДИТЕ НА ИСТРАЖУВАЊЕ ВО ДОМЕНОТ НА МИС ДИСЦИПЛИНАТА

доц. д-р Никола Левков
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
nikolal@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Во рамките на овој труд се врши анализа на досегашните парадигми и методи на истражување во доменот на дисциплината менаџмент информациони системи (МИС). Целта на трудот е да изврши систематизација на резултатите од клучните трудови објавени во најпрестижните журналы од областа на МИС дисциплината во вид на преглед и да се направи компаративна анализа. Резултатите покажуваат дека до сега доминирале класичните приоди на истражување како позитивизмот и интерпретивизмот, но, во последно време во МИС истражувањата се повеќе се чувствува ориентација кон критичката анализа како приод во истражувањето, додека кај методите акционото истражување, истражувањето преку научен дизајн и втемелената теорија во податоци.

Клучни зборови: позитивизам, интерпретивизам, критички реализам, истражувачка парадигма, метод на истражување.

Вовед

Во минатото истражувањата во доменот на информационите системи, во основа се спроведувале врз база на две филозофски парадигми и тоа: позитивизмот и интерпретивизмот (Myers и Klein, 2011). Позитивистичкиот, односно експерименталниот приод кон истражувањата во информационите

системи доминирал во минатото. Преку овој пристап истражувачите настојувале да го проучат ефектот на една или повеќе варијабли врз друга варијабла. Најчесто ваквиот приод кон истражувањата довел до претставување на информационата технологија (ИТ) како детерминирачки фактор, а корисниците како пасивни фактори или пак, гледале на корисниците и организацијата како активни учесници во рационални подвизи за остварување користи од ИТ. Во кој било од претходно-наведените случаи, природата на ИТ се набљудува како статичка, односно дека таа не се менува за време на спроведување на истражувањето. Бидејќи таквите студии мерат статички конструкти, тие ги игнорираат културолошките аспекти и аспектите на социјалната интеракција и преговарања кои би можеле да влијаат не само на крајните резултати, туку и на самите конструкти што се предмет на истражување (Kaplan и Duchon, 1988).

Информационите системи (ИС) се социотехнички системи и она што овозможува раѓање на самата информација е грижата на корисникот на ИС, односно неговата перцепција на информацијата. Таквиот начин на дефинирање на информацијата ја нагласува социјалната димензија на системот што треба да ја обезбеди истата. Позитивизмот ја негира таквата разлика. Во последните неколку години, кога ќе се земе предвид обемот на литературата за ИС, трудовите кои го преиспитуваат позитивистичкиот приод растат со експоненцијална стапка, но сепак, сè уште има голем број трудови со позитивистички приод. Сепак, позитивизмот во ИС има институционализирано критериуми на валидност, репликабилност и строгост во контекст на научното истражување и има развиено модели преку кои подобро ја разбираме употребата на ИС. Она што треба да се критикува е мислењето на некои застапници на позитивистичкиот приод дека тој приод е единствениот во собирање валидно знаење (Orlikowski и Baroudi, 1991 во Cater-Steel и Al-Hakim, 2008).

Критика на класичните парадигми во МИС истражувањата

Breu и Peppard, (2001) повикуваат на ревидирање на доминантниот парадигматички поглед кон МИС - дисциплината, бидејќи несоодветните методологии се рефлексија на погрешно разбирање на фундаментално ниво, а не на ниво на процес или метод и затоа се потребни промени на филозофско

ннво. Како соодветна алтернатива тне го нудат партиципативннот поглед кон светот кој може да се операционализира со акциона стратегија на истражување. Партиципативннот поглед кон реалноста укажува дека кризата во МИС - дисциплината произлегува од позитивистичкото одделување на истражувачот од објектот на истражување. Партиципативннот поглед кон реалноста ја зема онтолошката природа на надворешннот свет како објективно зададена, а како субјективно претставена во човековиот ум. Овој пристап гледа на реалноста како „жива целина“, комплексен систем на меѓусебно поврзани делови од кои ние самите сме дел. Во партиципативното истражување научниците се интегрален дел на светот којшто е предмет на истражување, учествуваат заедно со истражуваниите субјекти во кокреирање на нивннот свет и ја споделуваат одговорноста за примена на истражувачките резултати (Reason, 1998 во Вreu и Peppard, 2001)

Иако студиите со интерпретативен приод не се доминантни во МИС –истражувањата, сепак тне се користат многу често во комбинација со квалитативните методи, а во последно време се забележува тренд на нивен пораст. Интерпретативннот приод во истражувањата на феномените на подрачјето на ИС може да помогне во разбирањето на човековата мисла и акција во социјален и организационски контекст, да обезбеди длабоко разбирање на феномените на развојот и менаџментот на информационите системи. Интерпретативннот приод не претпоставува независни и зависни варијабли, туку се фокусира на комплексноста на човековото искуство како што се појавува во ситуацијата во која тој учествува. Овој приод во ИС настојува да ги разбере феномените преку значењето што луѓето им го припишуваат на феномените и да обезбеди разбирање на контекстот на ИС и процесот преку кој ИС влијаат на контекстот, а и самите се под влијание на истиот контекст (Klein и Myers, 1999). Сепак постои потреба од комбинација на одделните филозофски приоди и методи за обезбедување на поверодостојни резултати од истражувањата (Kaplan и Duchon, 1988, Lee, 1991). Одредени престижни журналы од областа на ИС кои сметале дека интерпретативннот приод е посоодветен за истражување на феномените во доменот на ИС, ги стимулирале таквите публикации, иако не ги ограничувале оние кои имале позитивистички приод. На таков начин доаѓа и до промена на уредувачките политики на некои од најпрестижните журналы како MIS Quarterly (Mingers, 2001).

Позитивизмот наспроти интерпретивизмот во МИС истражувањата

Avison et al., (2008) во својот труд *The beginnings of a new era: time to reflect on 17 years of the ISJ* ги истражуваат истражувачките парадигми кои авторите најчесто ги користеле во своите студии објавени во журналот на информационите системи (*Information Systems Journal*). Тие доаѓаат до заклучок сличен на Myers и Klein, дека доминантно трудовите можат да се класифицираат во двете претходноспомнати групи - позитивизам и интерпретивизам. Сепак, многу од авторите експлицитно не ги спомнуваат истражувачките парадигми во своите трудови, па Avison et al., (2008) врз основа на критериуми ги групираат трудовите во двете групи респективно. За трудови со позитивистичка парадигма ги сметаат сите оние кои имаат формулирано хипотези за тестирање, модели, квантитативни мерки на варијаблите и заклучоци кои се генерализираат од примерок на пошироката популација. Трудовите кои ги немаат сите претходнонаведени критериуми, а кои доминантно ги објаснуваат феномените врз база на перспективите на учесниците во истражувањето, ги класифицираат во втората група. Врз основа на оваа класификација, Avison et al., (2008) доаѓаат до заклучок дека доминантно во журналот на информационите системи, односно 71% од трудовите биле интерпретативни, додека 29% биле позитивистички.

Натамошната анализа на интерпретативните трудови покажува дека најголем број од нив биле емпириски со 42% што значи во истражувањето биле вклучени опсервации и податоци собрани преку различни истражувачки методи. Другата категорија со 1.6% се критичките трудови кои настојуваат критички да ја евалуираат и да ја трансформираат реалноста што нè опкружува. За разлика од интерпретивизмот кој настојува да ја објасни или предвиди „status quo“- состојбата, критичката перспектива ги критикува постојните социјални системи и ги открива различните контрадикторности и конфликти кои постојат во самите структури. Третата категорија со 56.4% се чисто дескриптивните, теоретски и концептуални трудови кои не се емпириски и кои имаат дескриптивен пристап и теоретски објаснувања Avison et al., (2008).

Анализата покажува дека постои тренд кој укажува на благо зголемување на позитивистичките трудови во однос на интерпретативните, иако односот е сè уште стабилен некаде околу 70%/30% во корист на интерпретивизмот. Сепак, ваквиот однос е својствен за журналот *Information*

systems research, кој повикува на интерпретативни трудови, но сепак во последно време се зголемува и бројот на позитивистичките трудови. Многу автори упатуваат отворена критика на практичната релевантност на истражувањата во доменот на ИС. Оттука одредени автори дури и потенцираат дека постои криза во МИС – дисциплината, која е резултат на хегемонијата на позитивистичкиот пристап во истражувањата (Orlikowski и Baroudi, 1991, Ciborra, 1998,). Тие укажуваат дека теоретските модели на постојните истражувачи не обезбедуваат добра претстава за комплексноста на информационите системи во организациите. Дури неуспехот за остварување на соодветни користи од инвестициите во ИТ ја поврзуваат со несоодветното теоретско претставување на информационите системи од практиката. Одредени автори укажуваат дека позитивизмот никогаш не бил соодветен за онтолошката природа на информационите системи во организациите (Checkland, 1988, Ciborra, 1998).

Критичкиот реализам во МИС истражувањата

Orlikowski и Baroudi (1991) идентификуваат три широки истражувачки парадигми во доменот на МИС и тоа: позитивистички, интерпретативен и критички реализам. Тие три истражувачки парадигми се и најмногу застапени во истражувањата на ИС. Во продолжение даваме поголемо објаснување на критичкиот реализам, бидејќи беше само накусо спомнат во делот на истражувачките филозофии.

Критичкото истражување се развива како значаен правец во истражувањата во доменот на информационите системи (Myers и Klein, 2011). Сепак, критичкото истражување сè уште не е значајно застапено во литературата за ИС (Falconer, 2008). Критичкиот реализам ја прифаќа перспективата на реалноста како отворен систем која е надвор од нашата способност за директна контрола. Тој нуди интересен поглед кон реалните проблеми и нивните причинители настрана од податоците и методите за анализа. Исто така, тој нуди силна рамка за употреба на различни методи за подобро разбирање на значењето на ИС во современиот свет. Критичкиот реализам има неколку основни предности: 1) тој е силна реалистична онтологија, односно дека постои надворешен свет, каузално неосознаен, свет независен од нашето знаење 2) нашиот пристап кон овој свет е ограничен и

секогаш низ медијација на нашата перцепција и теоретски очила 3) прифаќа постоење на различни форми на знаење физички, социјални и концептуални кои имаат различни онтолошки и епистомолошки карактеристики (Mingers et al., 2013).

Бидејќи одреден објект на истражување исто така може да има различни карактеристики, тогаш стратегијата на истражување која користи комбинација на методи е неопходна. Критичкиот реализам е развиен иницијално врз база на аргументите кои се упатени кон емпиристичкиот поглед на науката вграден во позитивизмот и идеалистичкиот поглед вграден во конструктивизмот или интерпретивизмот. Методологијата на критичкиот реализам може да се нарече ретродукција (Bhaskar, 2013) спротивно на индукција и дедукција. Таа се базира на земање одреден феномен кој не е објаснет, а кој ни е од интерес на проучување и предлагаме хипотетички механизам кој доколку би постоел би го објаснил тој феномен или би генерирал тоа што треба да се објасни. На таков начин се придвижуваме од доменот на емпиризмот кон одредени структури и механизми на реалниот домен. Ова е суштинскиот чекор на критичкиот реализам: поместувањето од опис на емпириски настани или законитости кон потенцијални каузални механизми од различен вид каде што некои од нив не би биле физички или не би можеле да се набљудуваат. Таквите хипотези секако дека не потврдуваат дека механизмот постои. Всушност, ние никогаш не можеме да бидеме сигурни, бидејќи критичкиот реализам прифаќа дека знаењето е секогаш подложно на грешки. Бидејќи структурите на реалноста не можат во целост да бидат контролирани, односно тие можат да бидат под влијание на фактори надвор од наша контрола, тоа значи дека ние треба да најдеме начин како да ги отфрлиме алтернативните објаснувања преку некој начин на тестирање на нивните потенцијални ефекти. Во смисла на методологијата, критичкиот реализам е еклектичен бидејќи, структурите можат да имаат различни форми- материјална, социјална и когнитивна. Нам ни се потребни различни епистомолошки методи за да можеме да им пристапиме (Mingers et al., 2013).

Целта на критичкиот реализам повеќе е објаснувањето на механизмите кои креираат и придонесуваат за појава на одреден настан, отколку способноста за предвидување на идните настани или пак разбирање на социолошко-културните значења зад настаните. Критичкиот реализам укажува дека многу тешко истражувачот може да идентификува комплетен

сет на претходници кои секогаш би воделе кон краен резултат поради потенцијалната интеракција на механизмите присвоени од структурите и контекстуалните фактори на отворениот систем. Оттука објаснувањето на критичкиот реализам настојува да ги идентификува причините на феноменот кој се појавил. Погледот на отворен систем кон реалноста признава дека настаните кои се појавуваат на редовна основа во комплексни услови како што се социотехничките системи се исклучок во реалноста, бидејќи ефектите од достапните механизми се ретко идентични низ различни настани и контексти (Wynn и Williams, 2012).

Бидејќи МИС - дисциплината има интердисциплинарна природа, сопствената референтност ја има изградено врз основа на поголем број други научни дисциплини и тоа: технологија, економија, социологија, математика, лингвистика, семиотика и други кои имаат различни традиции. Ова ја става дисциплината на ИС во слична позиција како и другите менаџмент - дисциплини како организациски студии кои имаат плурализам во парадигмите секоја со свои истражувачки методи. Непомирливоста на парадигмите вели: бидејќи парадигмите се разликуваат во своите основни претпоставки на кои го базираат организациското истражување, истражувачите мора да изберат правила врз основа на кои ќе го спроведат истражувањето. За разлика од традиционалниот пристап (Burgell и Morgan, 1979) базиран на изолација, кој на различните парадигми гледал како на меѓусебно исклучиви и контрадикторни погледи на светот каде истражувачот треба да избере една парадигма, авторите во последно време во областа на МИС повикуваат на униформност во МИС- дисциплината (Benbasat и Weber, 1996) додека некои други автори (Robey, 1996) укажуваат на потребата од комплементарност и дека токму разноличноста во парадигмите и методите во рамките на една дисциплина е извор на сила. Ова поради тоа што шареноликоста обезбедува поширока база традиции на знаење на кои може да се базира истражувањето и теоријата. Позицијата на комплементарност укажува дека ниту една парадигма не треба да биде супериорна, туку дека нивните индивидуални рационалности треба да се почитуваат во рамките на дисциплината како целина. Трета група автори (Galliers, 1993; Galliers et al., 1994; Galliers and Sutherland, 1991; Lee, 1991, Landry и Banville, 1992) укажуваат дека различните истражувачки методи особено оние кои произлегуваат од различни парадигми се фокусираат на различни аспекти на реалноста и затоа може да се обезбеди побогато

разбирање на истражуваната проблематика. Mingers, (2001) дури повикува на користење на критички плурализам како нова парадигма која користи мултипарадигми во вид на комбинација и плуралност на повеќе нивоа – филозофско, социјално, методолошко, базирана на критичкиот реализам.

Метод на истражување

Бидејќи целта на трудот е да направи компаративна анализа помеѓу методите кои најчесто се користени во МИС истражувањата пристапот кој беше следен при пишување на трудот се состоеше од неколку систематични чекори. Прво беа идентификувани најпрестижните журналы во МИС истражувањата (MIS Quarterly, Journal of Information Systems Research, Information & Management и Information Systems Journal). Потоа во архивата на овие журналы беа побарани трудови кои имаат повеќегодишно истражување на методите кои се користени во МИС истражувањата. Трето – беше направена сситематизација на резултатите од трудовите и Четврто-направена е кратка анализа и извлечен е заклучок од сситематизацијата на резултатите.

Преглед на најчесто користените методи во МИС истражувањата

Подолу во табелата е направен преглед за најчесто користените методи во МИС истражувањата врз база на публикувани студии во најпрестижните МИС журналы.¹

Табела бр. 1 Преглед на клучните резултати од анализа на студиите

Автор	Наслов на студија	Период	Журнал	Експеримент	Корелациона студија	Истражување преку студија на случај	Втемелена теорија во податоци	Акционо истражување	Истражување преку научен дизајн
Avison et al., (2008)	The beginnings of a new era: time to reflect on 17 years of the ISJ.	1991-2008	Information Systems Journal 18, 5-21	5.10%	11%	22.90%	0.40%	7.30%	

¹ Празните полиња во табелата означуваат дека истражувачите или не ги земале во предвид тие методи при нивното истражување или ги групирале сите останати методи како една категорија.

Palvia, P., Pinjani, P., Sibley, E.H., 2007.	A profile of information systems research	1992–2005	Information & Management 44, 1–11.	11.46%	41.54%	9.81%			
Claver, E., González, R., Llopis, J., 2000.	An analysis of research in information systems	1981–1997	Information & Management 37, 181–195.	8.50%	39%	21.20%			
Hamilton, S., Ives, B., 1982.	MIS research strategies	1970-1979	Information & Management 5, 339–347.	5.30%	7.90%	11.8			
Orlikowski, W.J., Baroudi, J.J., 1991...	Studying Information Technology in Organizations: Research Approaches and Assumptions	1983-1988	Information Systems Research 2, 1–28.					Само една студија	
Mathiassen, L., Chiasson, M., Germonprez, M., 2012.	Style Composition in Action Research Publication	1982-2009	MIS Quarterly 36, 347–363.					1.60%	
Goes, P.B., 2014.	Design Science Research in Top Information Systems Journals		MIS Quarterly Volume 38 Issue 1 iii-viii						<5%

Avison et al., (2008) во своето истражување за 17 години (1991-2008) публикување на журналот за информациона системи (ISJ-Information Systems Journal) доаѓаат до заклучок дека заедничкото учеството на вистинскиот лабораториски експеримент и теренски експеримент во реални услови е 5.1% во вкупниот број публикувани трудови, што сведочи за релативно ниско учество на оваа истражувачка стратегија. Слично на Avison, Palvia et al., (2007) во својата студија за период од 13 години (1992-2005) на публикации во журналот Information & Management заедничкото вкупно учество на лабораторискиот експеримент и теренски експеримент е 11.46% во вкупниот број на истражувачки стратегии.

Една постара студија на Claver et al., (2000) што ја проучува природата на истражувањата во областа на информационите системи во два престижни журналы и тоа: MISQuarterly и Information & Management во период 1981-1997 год. утврдиле дека заедничкото учество на вистинскиот лабораториски експеримент и теренски експеримент во реални услови е 8.5% во вкупниот број на публикувани трудови, што повторно сведочи за релативно ниско учество на оваа истражувачка стратегија. Слично на претходните автори и Hamilton и Ives (1982) кои ги проучуваат истражувачките стратегии за период

1970-1979 год. утврдуваат ниско учество на експерименталниот дизајн во МИС- истражувањата со некаде 5.3%. Кога станува збор за соодносот помеѓу лабораторискиот, вистински експеримент и теренскиот експеримент, сите автори наоѓаат дека лабораторискиот експеримент доминира во употребата некаде дури и до три пати повеќе во однос на теренскиот експеримент.

Употребата на експерименталниот дизајн во подрачјето на информационите системи е ограничена. Во минатите три декади истражувањата во информационите системи биле силно фокусирани на развој на теоретски модели и тестирања засновани на испитувања преку прашалници. Сепак, критиката кон таквиот пристап станува сè позначајна во последно време. Експерименталниот дизајн се користи интензивно во тврдите науки и има значаен придонес кон развојот на тие науки. Сепак употребата на експерименталниот дизајн во истражувањата на информационите системи може понекогаш да даде слични резултати како во тврдите науки (Levy et al., 2011).

Palvia et al., (2007) во својата студија за период од 13 години (1992-2005) на публикации во журналот *Information & Management* доаѓаат до сознание дека испитувањето преку прашалник го зазема високото прво место со 41.54% во вкупниот број на објавени трудови. Palvia et al., (2003) исто така доаѓаат до заклучок дека испитувањето преку прашалник е најчестокористен метод со 24%.

Claver et al., (2000) кои ја истражуваат природата на истражувањата во областа на информационите системи во два престижни журнари и тоа: *MIS Quarterly* и *Information & Management* во период 1981-1997 год. утврдиле дека испитувањето преку прашалник се наоѓа на прво место со 39% што повторно сведочи за високото учество на оваа истражувачка стратегија. Слично на претходните автори и Hamilton и Ives, (1982) кои ги проучуваат истражувачките стратегии за период 1970-1979 год. утврдуваат високо учество на истата стратегија во МИС- истражувањата со некаде 7.9%. Резултатите од студијата на Avison (2008) се наклонети кон интерпретативните истражувања и затоа таму процентот на застапеност е низок, но повторно на трето место со 11%.

Avison et al., (2008) во своето истражување доаѓаат до заклучок дека учеството на студијата на случај е 22.9% и се наоѓа на второ место зад теоретските прегледи и концептуализации. Секако дека оваа бројка во извесна мера е висока и поради тоа што ориентацијата на журналот е да

публикува интерпретативни студии. Palvia et al., (2007) во својата студија за период од 13 години (1992-2005) на публикации во журналот Information & Management доаѓаат до сознание дека студијата на случај го зазема второто место со 9.81% во вкупниот број објавени трудови. Palvia et al., (2003) доаѓаат до заклучок дека студијата на случај е на четврто место по користење со 10.4% така што во период од (2003-2007) има позитивно поместување во нејзината примена. Claver et al., (2000) кои ја истражуваат природата на истражувањата во областа на информационите системи во два престижни журналы и тоа: MISQuarterly и Information & Management во период 1981-1997год. утврдиле дека студијата на случај се наоѓа на второ место со 21.2%. Hamilton и Ives, (1982) кои ги проучуваат истражувачките стратегии за период (1970-1979)год. утврдуваат високо учество на студијата на случај на второ место со некаде 11,8%.

Orlikowski и Baroudi, (1991) наоѓаат само една студија со акцино истражување во периодот (1983-1988) год. Avison et al., (2008) во своето истражување за 17 години (1991-2008) публикување на журналот за информации системи (ISJ-Information Systems Journal) доаѓаат до заклучок дека учеството на акционото истражување е 7.3% и се наоѓа на четвртото место зад теоретските прегледи и концептуализации, стратегијата на прашалник и студија на случај. Mathiassen et al., (2012) ги дава податоците за користењето на акционото истражување во трудови објавени во десетте најпрестижни журналы на информационите системи во период 1982-2009. Податоците покажуваат дека процентуалното учество на акционото истражување во доменот информационите системи по години е: 1982-85 0.4%, 1986-89 0%, 1990-1993 0.5%, 1994-97 1.2%, 1998-2001 2.7%, 2002-05 2.8%, 2006-09 1.5% или вкупно учество за сите години во вкупниот број на објавени трудови со само 1.6%. Иако постои некој тренд на пораст, сепак тој е со незначително темпо, а на крајот од периодот дури настанува извесно намалување. Ова секако дека сведочи за релативно малата застапеност на акционото истражување во вкупните МИС- истражувања. Сепак, користењето на акционото истражување во доменот на информационите системи може да ја зголеми прагматичната корисност на истражувањата (Kock, 2006).

Голем број трудови кои се засновани на методот на истражување преку научен дизајн не се публикувани во престижните МИС – журналы, затоа што најголем дел од нив произлегуваат од други дисциплини како

компјутерските науки и инженерството (Gregor и Hevner, 2013). Доколку се земе статистиката на најпрестижниот МИС- журнал, MISQuarterly од аспект на новоподнесените трудови, може да се каже дека помалку од 5% се засновани на истражувањето преку научен дизајн. Сепак, авторите како Goes, (2014) повикуваат на отварање на МИС - журналите за повеќе публикации кои базираат на оваа стратегија со цел поефикасно решавање на проблемите што не опкружуваат.

Avison et al., (2008) во своето истражување за 17 години (1991-2008) публикување на журналот за информации системи (ISJ-Information Systems Journal) доаѓаат до заклучок дека учеството на методот теорија втемелена во податоци е 0.4 % и се наоѓа на последно место по употреба. Ова сведочи за ниското ниво на примена на оваа стратегија во МИС -истражувањата. Во голем број од архивските анализи на природата на трудовите во ИС, авторите во нивните примероци не сретнале примена на оваа стратегија на истражување преку втемелена теорија во податоци.

Заклучок

Врз основа на направената анализа може да се види дека во минатото доминантна парадигма во МИС истражувањата била позитивизмот додека доминантни методи на истражување биле испитувањата преку прашалник и експеримент. Веднаш зад позитивизмот е интерпретивизмот како истражувачка парадигма проследена со методите на студија на случај. Меѓутоа во последно време голем број автори повикуваат на потребата за критички реализам во МИС истражувањата и користењето на методите како акционо истражување, истражување преку научен дизајн и методот на втемелена теорија во податоци. Примената на овие методи треба да обезбеди подобри резултати и унапредување на квалитетот на истражувањата и придонесот кон бизнис практиката.

Користена литература:

1. Avison, D.E., Dwivedi, Y.K., Fitzgerald, G., Powell, P., (2008). The beginnings of a new era: time to reflect on 17 years of the ISJ. Information Systems Journal 18,

- 5–21. doi:10.1111/j.1365-2575.2007.00282.x
2. Benbasat, I., Weber, R., (1996). Research Commentary: Rethinking “Diversity” in Information Systems Research. *Information Systems Research* 7, 389–399.
 3. Bhaskar, R., 2013. *A realist theory of science*. Routledge.
 4. Breu, K., Peppard, J., (2001). The Participatory Paradigm for Applied Information Systems Research., in: ECIS. pp. 243–252.
 5. Burrell, G., Morgan, G., (1979). *Sociological paradigms and organisational analysis*. London: Heinemann.
 6. Cater-steele, A., Al-Hakim, L., (2008). *Information Systems Research Methods, Epistemology, and Applications*. Information Science Reference, Hershey, PA.
 7. Checkland, P.B., (1988). Information systems and systems thinking: time to unite? *International Journal of Information Management* 8, 239–248.
 8. Ciborra, C.U., (1998). Crisis and foundations: an inquiry into the nature and limits of models and methods in the information systems discipline. *The Journal of Strategic Information Systems* 7, 5–16.
 9. Claver, E., González, R., Llopis, J., (2000). An analysis of research in information systems (1981–1997). *Information & Management* 37, 181–195. doi:10.1016/S0378-7206(99)00043-9
 10. Falconer, D., (2008). A Demographic and Content Survey of Critical Research in Information Systems for the Period (2001 - 2005). *Communications of the Association for Information Systems* 22, 547–568.
 11. Galliers, R.D., (1993). IT strategies: beyond competitive advantage. *The Journal of Strategic Information Systems* 2, 283–291.
 12. Galliers, R.D., Pattison, E.M., Reponen, T., (1994). Strategic Information Systems Planning Workshops: Lessons from Three Cases. *Int. J. Inf. Manag.* 14, 51–66. doi:10.1016/0268-4012(94)90095-7
 13. Galliers, R.D., Sutherland, A.R., (1991). Information systems management and strategy formulation: the “stages of growth” model revisited. *Information Systems Journal* 1, 89–114.
 14. Goes, P.B., (2014). Design Science Research in Top Information Systems Journals. *MIS Quarterly* 38, iii–viii.
 15. Gregor, S., Hevner, A.R., (2013). Positioning and Presenting Design Science Research for Maximum Impact. *MIS Quarterly* 37, 337–A6.
 16. Hamilton, S., Ives, B., (1982). MIS research strategies. *Information & Management* 5, 339–347.
 17. Kaplan, B., Duchon, D., (1988). Combining Qualitative and Quantitative Methods in Information Systems Research: A Case Study. *MIS Quarterly* 12, 571–586. doi:10.2307/249133
 18. Klein, H.K., Myers, M.D., (1999). *A Set of Principles for Conducting and Evaluating*

- Interpretive Field Studies in Information Systems. *MIS Quarterly* 23, 67–93.
doi:10.2307/249410
19. Kock, N., (2006). *Information Systems Action Research: An Applied View of Emerging Concepts and Methods*, 2007 edition. ed. Springer, New York, N.Y.
 20. Landry, M., Banville, C., (1992). A disciplined methodological pluralism for mis research. *Accounting, Management and Information Technologies* 2, 77–97.
doi:10.1016/0959-8022(92)90002-A
 21. Lee, A.S., (1991). Integrating positivist and interpretive approaches to organizational research. *Organization science* 2, 342–365.
 22. Levy, Y., Ellis, T.J., Cohen, E., (2011). A Guide for Novice Researchers on Experimental and Quasi-Experimental Studies in Information Systems Research. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge & Management* 6, 151–161.
 23. Mathiassen, L., Chiasson, M., Germonprez, M., (2012). Style Composition in Action Research Publication. *MIS Quarterly* 36, 347–363.
 24. Mingers, J., (2001). Combining IS Research Methods: Towards a Pluralist Methodology. *Information Systems Research* 12, 240.
 25. Mingers, J., Mutch, A., Willcocks, L., (2013). Critical Realism in Information Systems Research. *MIS Quarterly* 37, 795–802.
 26. Myers, M.D., Klein, H.K., (2011). A Set of Principles for Conducting Critical Research in Information Systems. *Mis Quarterly* 35, 17–36.
 27. Orlikowski, W.J., Baroudi, J.J., (1991). Studying Information Technology in Organizations: Research Approaches and Assumptions. *Information Systems Research* 2, 1–28.
 28. Palvia, P., Mao, E., Salam, A.F., Soliman, K.S., (2003). Management information systems research: what's there in a methodology? *Communications of the Association for Information Systems* 11, 16.
 29. Palvia, P., Pinjani, P., Sibley, E.H., (2007). A profile of information systems research published in *Information & Management*. *Information & Management* 44, 1–11.
 30. Reason, P., (1998). Toward a participatory worldview. *Resurgence* 168, 42–44.
 31. Robey, D., (1996). Research Commentary: Diversity in Information Systems Research: Threat, Promise, and Responsibility. *Information Systems Research* 7, 400–408.
 32. Wynn, J., Donald, Williams, C.K., (2012). Principles for Conducting Critical Realist Case Study Research in Information Systems. *MIS Quarterly* 36, 787–810.

ANALYSIS OF PARADIGMS AND RESEARCH METHODS IN MIS DISCIPLINE

Nikola Levkov, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
nikolal@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Within the framework of this study are analyzed in all previous paradigms and methods of researching in the area of discipline management information systems. The purpose of this article is to make a systematization of the results of the key works published in the most prestigious journals in the field of MIS discipline in the form of review and to make a comparative analysis. The results showed that classical approaches to research have been dominant in the field of MIS research and only recently there is stronger orientation towards critical analysis as a research approach. Regarding research methods there is a call for stronger orientation towards action research, design science research and ground theory.

Key words: *positivism, interpretivism, critical realism, research paradigm, research method.*

ДАЛИ СПОЈУВАЊЕТО МЕЃУ ОПЕРАТОРИТЕ ЗНАЧИ ЗАТВОРАЊЕ НА ПАЗАРОТ И НАМАЛУВАЊЕ НА КОНКУРЕНЦИЈАТА ВО ПАЗАРОТ НА ТЕЛЕКОМУНИКАЦИ?

доц. д-р Даниела Мамучевска
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
danielam@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Денес, индустријата за телекомуникации е една од најпрофитабилните и брзорастечки индустрии во светот. Нејзиниот придонес во креирањето на економскиот раст во развиените економии континуирано расте. Од друга страна, структурните карактеристики на секторот на телекомуникации, силно изразената конкуренција на национално и на глобално ниво, континуираниот раст на побарувачката за нови дигитални содржини и технологии за пренос на податоци го менуваат структурниот пејзаж на оваа индустрија.

Оттука, целта на овој труд е да одговори на прашањето дали процесот на спојување меѓу операторите е неизбежен процес и е продукт на технолошкиот развој во секторот на телекомуникациите и дали со тоа се загрозува пазарната конкуренција и благосостојбата на крајниот потрошувач.

Клучни зборови: *сектор на телекомуникациите, пазарна конкуренција, секторска консолидација, контрола на спојување меѓу фирмите, секторска регулација*

Вовед

Индустијата на телекомуникациите е една од најбрзо растечките индустрии во светот. Нејзината улога во креирањето на економскиот раст во развиените земји, а и на ниво на глобалната економија, континуирано расте. Така, според анализата на Fransman (2009), 20% од економскиот раст во земјите на OECD се должи на технолошкиот развој во секторот на информации и комуникациски технологии (ИКТ). Во оваа насока говорат и податоците во Извештајот на GSMA Intelligence за мобилната економија за 2015 година, според кој во текот на 2014 година секторот на телекомуникации учествувал со 3,8% во креирањето на светскиот БДП и според проценките се очекува до 2020 година неговото учество во светскиот БДП да достигне до 4,2%. Во текот на 2014 година, индустријата на мобилната телефонија индиректно поддржувала 12 милиони работни места во светот, додека до 2020 година се очекува овој број да се зголеми на над 13 милиони.

Понатаму, според Извештајот на GSMA Intelligence (2015), речиси половина од светската економија е корисник на услугите од мобилната индустрија, т.е. на крајот од 2014 година се евидентирани 3,6 милијарди активни корисници, а до 2020 година се предвидува бројот на нови корисници да се зголеми за една милијарда. Според истиот Извештај, на крајот од 2014 година бројот на активни SIM картички изнесува 7,1 милијарда. До 2020 година, трансферот на податоци преку мрежните инфраструктури во секторот на телекомуникации се очекува да биде за 10 пати поголем од трансферот кој денес се остварува.

Меѓутоа, во периодот 2008-2014 година, евидентна е состојбата на сатурација на пазарите на телекомуникации во светот. Динамиката на раст на бројот на нови корисници се намалува, силната конкуренција меѓу телеком операторите, како и строгите секторски регулативи резултираат со забавување на растот на приходите во оваа индустрија. Така, во анализираниот период просечната стапка на раст на вкупните годишни приходи во секторот на телекомуникации на светско ниво изнесува 4%, додека за периодот 2014-2020 година според тековните пазарни состојби и перспективи се очекува растот на приходите да забави и да се симне на 3,1% на просечно годишно ниво (GSMA Intelligence, 2015).

Падот на стапките на раст на годишните приходи во секторот на телекомуникациите може негативно да се одрази врз инвестициите во нови и понапредни технологии. Во текот на последната декада, индустријата

на телекомуникациите изврши силно влијание врз секојдневните навики и однесување на корисниците на нејзините услуги, продуцирајќи широк опсег на нови деловни можности и услуги, како за бизнис заедницата, јавниот сектор, така и за домаќинствата, т.е. за приватните корисници. Оттука произлегуваат и дилемите во овој труд, дали консолидацијата во секторот на телекомуникациите претставува неизбежен процес, преку кој телеком операторите можат на ефективен начин да одговорат на зголемената побарувачка за нови дигитални содржини и технологии и дали зголемената пазарна концентрација води до намалување на конкуренцијата и благосостојбата на потрошувачите. Анализата во трудот е фокусирана на состојбите и на перспективите во секторот на телекомуникации во Европската унија (ЕУ). Во однос на разработката на овие дилеми, во трудот ќе се користат емпириски податоци за карактеристиките на секторот на телекомуникации во ЕУ од релевантни бази на податоци, а како методолошка рамка за анализа на стратeгиското однесување на фирмите ќе се користат моделите на теоријата на игри.

Карактеристики и трендови во секторот на телекомуникации во Европската унија

Либерализацијата на секторот за телекомуникации резултираше со развој на сектор со олигополизирана пазарна структура со силно изразен конкурентски притисок кој на глобално ниво резултираше со пад на цените на услугите и развој на нови услуги за крајните потрошувачи. Соочувајќи се со предизвиците на развојот на пазарите на телекомуникациски услуги, промените во бизнис организацијата на компаниите и развојот на нови технологии, телеком операторите како стратeгиски најдобар одговор на промените најдоа во нивното меѓусебно спојување и зголемување на концентрацијата во секторот на телекомуникации.

На глобално ниво, трендот на консолидација на телеком операторите започна уште во почетокот од XXI век. Поточно, првиот бран на спојувања меѓу телеком операторите се случуваше во периодот 2003 – 2007 година и го зафати американскиот пазар на телекомуникации. Вториот бран на консолидација¹ е во тек и го зафати европскиот пазар на телекомуникации.

¹ Процесот по значајно консолидирање на пазарот започна уште во 2012 година. Како позначајни се постапките за спојување меѓу: Telefonica Deutschland/E-Plus, 2013; Hutchison 3G UK/Telefonica Ireland, 2013; Hutchison 3G Austria/Orange Austria 2012.

Според Kulkarni et al. (2014) вредноста на тековните процеси на спојувања меѓу телеком операторите на крајот од јуни 2014 година, на глобално ниво, достигна вредност од 230 милијарди САД долари. Од нив, 100 милијарди САД долари се однесуваат на постапките за спојување кои се започнати меѓу телеком операторите во Европската унија.

Европскиот пазар на телекомуникации е високо фрагментиран. Повеќе од 150 национални оператори во фиксната и во мобилната телефонија го опслужуваат пазарот на телекомуникации во Европската унија. Како за споредба, во текот на 2013 година шесте најголеми телеком оператори поседувале 65% од европскиот пазар на телекомуникации, додека во САД двата најголеми телеком оператори поседуваат 64%, а 4-те најголеми поседуваат 90% од пазарот. Во Кина, најголемиот мобилен оператор поседува 60% од пазарот на телекомуникации (GSMA Intelligence, 2015).

Табела 1. Споредба на бројот на телеком операторите во САД, Кина и ЕУ до крајот на 2014 година

Име на земја	Број на оператори
САД	4
Кина	4
Европска унија	4 доминантни оператори (Telefónica, Vodafone, Deutsche Telekom and Orange)*.

Извор: European Commission и (GSMA, 2015). Kulkarni et al. (2014); *Високо фрагментарна структура со повеќе од 150 оператори во фиксната и во мобилната телефонија.

В а к в а т а
фрагментирана пазарна структура негативно се одразува на позицијата на Европската унија во конкурентската битка за освојување на подобри позиции на глобалниот пазар. Така, на пример, од петте најголеми телеком оператори во светот, само еден доаѓа од Европската унија. Односно, глобалниот пазар е под доминантно влијание на операторите од САД и од Кина (Табела 2).

Табела 2: Најголемите 5 компании во светот според големината на пазарниот потенцијал на компанијата² во 2011 година

Земја	Име на компанија
Кина	China Mobile
Германија	Deutsche telecom
САД	AT&T
Јапонија	NTT
САД	Verizon

Извор: (Karim et al. 2012).

И покрај растот на реализиран сообраќај на европскиот пазар на телекомуникации, операторите бележат пад во остварените приходи. Според извештајот на IDC World Wide Black Book за 2014 година, во периодот од 2008 година до 2014 година во просек на годишно ниво се забележува пад во приходите на телеком операторите од 2,4% во ЕУ, додека во САД за истиот период во просек годишно приходите се зголемувале за 3,4%.

Според European Commission(2014), Европската унија бележи благо технолошко заостанување во однос на САД. Во таа насока говорат и податоците на GSMA Intelligence (2015), според кои од 2009 до 2014 година стапката на покриеност на популацијата со 4G (LTE) технологија во САД се зголемила од 0% на 96,3%, а во Европската унија од 0% на 83,1%. (График 1). Дигиталниот геп меѓу САД и Европската унија во развојот на инфраструктурата во телекомуникацискиот сектор не е резултат на разликите во спремноста и желбата за инвестирање. Имено, односот меѓу инвестициите/доход е речиси ист во САД (16%) и во ЕУ (15%) за 2013 година (GSMA Intelligence, 2015). Дигиталното заостанување во Европската унија е пред сè резултат на сатурацијата на пазарот на телекомуникации (намалување на стапката на раст на нови корисници) и регресивниот тренд на остварениот просечен приход по корисник (АРПУ).

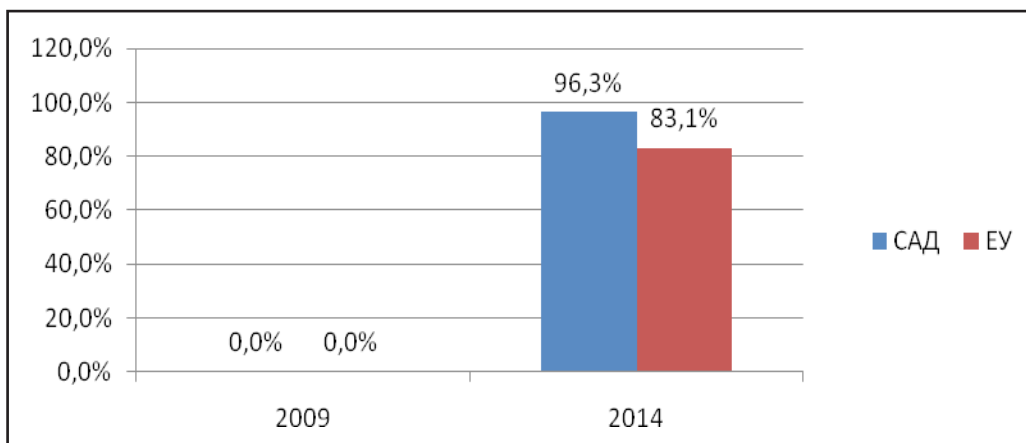
2 Пресметката на потенцијалот на компанијата претставува композитен индикатор, пресметан врз база на податоци за големината на остварени приходи, ЕБИТДА, просечен износ на исплатена дивиденда и големина на сопствен капитал.

Табела 3. Споредба на ЕБИТДА маргина и на просечен годишен ARPU во САД и во ЕУ во 2010 и во 2013 година

Регион	ЕБИТДА маргина		Просечен годишен ARPU (во САД долари)	
	2010	2013	2010	2013
САД	32%	33%	50,05	51,30
Европа	29%	28%	27,72	21,25

Извор: GSMA Intelligence (2015).

График 1.: Стапка на покриеност на популацијата со 4G технологија (LTE) во 2014 година во САД и во ЕУ во 2009 и во 2014 година



Извор: GSMA Intelligence (2015).

Можноста за реализација на IP-услугите преку мобилната телефонија значајно влијаеше да дојде до намалување на ЕБИТДА маргината (Табела 3). Овој тренд беше особено изразен во ЕУ. Во 2014 година, како резултат на поинтензивните процеси на спојување, трендот на намалување на ЕБИТДА маргината е запрен. Телеком операторите презедоа мерки за намалување на оперативните трошоци и креирање на нови пакети на услуги во комбинација со продажба на технолошки напредни мобилни апарати. Со развојот на 4G технологиите, расте и притисокот на операторите да инвестираат во нови технологии. Барањето на нови и одржливи бизнис модели претставува императив за операторите да одат во чекор со потребата за адекватна поддршка на идниот раст на трансфер на податоци.

Според анализите на експертската јавност, процесот на консолидација на секторот на телекомуникации на глобалниот пазар ќе продолжи и во иднина и тоа во три насоки: прекугранични спојувања, спојувања во рамките на националните пазари и окрупнување на сопственичката структура во рамките на телеком операторите (Kulkarni et al. 2014 и Rosenthal 2012). И во рамките на европскиот пазар на телекомуникации се води интерна борба за преземање на лидерската позиција. Во 1999 година, секторот на телекомуникации во Велика Британија ја држеше лидерската позиција во однос на остварен обрт во секторот на телекомуникации. Потоа телекомуникацискиот сектор на Германија остварува значаен раст во однос на реализираниот обрт. До 2001 година и телекомуникацискиот сектор на Италија се наоѓаше на листата на петте земји, чии сектор на телекомуникации остварува најголем обрт во рамките на ЕУ (Табела 4).

Табела 4. Преглед на првите пет земји во ЕУ кои остваруваат најголем обрт во секторот на телекомуникации во периодот 1999-2009 година (износ во милиони евра)

Година	I		II		III		IV		V	
	Земја	Износ	Земја	Износ	Земја	Износ	Земја	Износ	Земја	износ
1999	Велика Британија	55.812	Германија	47.704	Франција	33.866	Италија	33.131	Шпанија	14.485
2000	Велика Британија	71.651	Германија	56.200	Франција	35.857	Италија	31.700	Шпанија	24.087
2001	Велика Британија	73.322	Германија	59.900	Франција	39.771	Италија	33.581	Шпанија	28.217
2002	Германија*	62.000	Франција	40.815	Шпанија	31.584	Швајцарија	10.119	Белгија	8.878
2003	Германија	64.200	Франција	41.836	Шпанија	34.371	Швајцарија	10.088	Белгија	8.429
2004	Германија	67.000	Франција	43.388	Шпанија	36.844	Швајцарија	10.368	Белгија	8.858
2005	Германија	67.300	Франција	47.243	Шпанија	40.657	Швајцарија	10.428	Белгија	9.162
2006	Германија	66.300	Франција	46.849	Шпанија	42.134	Холандија	14.241	Швајцарија	10.364
2007	Германија	63.900	Франција	48.074	Шпанија	43.863	Холандија	13.417	Швајцарија	10.458
2008	Германија	62.300	Франција	49.747	Шпанија	44.158	Холандија	13.018	Швајцарија	10.948
2009	Германија	60.600	Франција	49.532	Шпанија	41.765	Холандија	14.013	Швајцарија	11.572

Извор: Еуростат; *од 2002 година нема податоци за Велика Британија.

Накусо може да сумираме дека според карактеристиките и перформансите на секторот на телекомуникации во Европската унија очигледно е дека процесот на консолидација и окрупнување на секторот ќе продолжи и во иднина. Тоа е неизбежен процес кој е продукт од силната конкуренција на глобалниот пазар на телекомуникации. Консолидацијата во секторот претставува начин на кој телеком операторите можат соодветно да одговорат на зголемената побарувачка на корисниците за нови дигитални содржини и технологии. Со спојувањето, помалите телеком оператори ќе можат да ги комбинираат услугите и да создаваат такви понуди за корисниците, со цел да остварат оптимална искористеност на инсталираните капацитети. Од друга страна, здружената база на корисници им содава подобри услови за инвестирање во нови технологии³ и зајакнување на своите конкурентски позиции на пазарот⁴.

Теоретска анализа на стратeгиското однесување на компаниите

Индустринјата за телекомуникации се карактеризира со олигополизирана пазарна структура, високи фиксни трошоци, ниски варијабилни трошоци и потреба од големи инвестиции во развој и примена на нови технологии, со цел адекватно да се одговори на растот на побарувачката за трансфер на податоци. Како резултат на овие структурни карактеристики, само неколку фирми можат да делуваат во оваа индустрија за да бидат во позиција да ги црпат позитивните ефекти од економиите на обемот и опфатот. J. Stigler го воведува поимот минимум ефикасен обем (minimum efficient scale) на производство и продажба кој секоја фирма на пазарот треба да го оствари, за влезот на пазарот економски да биде оправдан. Според тоа, пазарниот механизам самостојно според своите карактеристики го определува оптималниот број на фирми на пазарот, а кога тој е постигнат, тогаш секој нов влез на пазарот е социјално непосакувана варијанта. (Jones and Suftrin, 2011, стр. 85). Оттука, процесот на консолидација во секторот на телекомуникации не подразбира затворање на пазарот и исчезнување на конкуренцијата. Напротив, пазарот останува отворен за секој потенцијален

3 Заштеда на трошоци, подобри услови за финансирање на инвестициите (пониски каматни стапки) и полесно добивање поддршка од инвестиционите банки при емисијата на нови хартии од вредност.

4 На пример, телеком операторот EE- Everything Everywhere во Велика Британија е настаната со спојување на деловната единица на Дојче Телеком – T-Mobile и на единицата на францускиот телеком Orange во Велика Британија. Компанијата стана најголем телеком оператор во Велика Британија и прв оператор кој започна да нуди услуги од 4G технологијата.

конкурент кој е финансиски помокен и технолошки понапреден во однос на постојните оператори во секторот, па со неговиот влез може да дојде до истиснување на помалку ефикасните компании од пазарот.

Fransman (2009) укажува дека конкурентскиот притисок во индустријата за телекомуникации ќе се манифестира повеќе преку конкуренцијата во вложувања во истражување и развој (И&Р) и примена на иновациите отколку преку формите на ценовна конкуренција. Ако се земе предвид концептот на теоријата на игри, кога фирмите си конкурираат преку вложувања во И&Р, нивното деловно однесување може да се разгледува во две фази. Во првата фаза, нивните конкурентски одлуки се однесуваат на обемот на вложени средства во И&Р, додека во втората фаза тие се фокусирани на определувањето на цената и количината која би ја понудиле на крајните корисници.

Во теоријата има бројни теоретски истражувања кои укажуваат дека сите форми на соработка на конкурентите во доменот на вложувањата во И&Р продуцираат повисоко ниво на вложувања во И&Р, поголем аутпут и раст на вкупната благосостојба (повисок профит за фирмите и повисок потрошувачки вишок). Така, според моделот на d'Aspermont и Jacquemin (1988)⁵, јасно се докажува дека фирмите соработуваат во доменот на И&Р, остваруваат поголем профит:

$$\pi^{JV} = \frac{(a-c)^2 g}{9g-2(1+l)^2} \quad \pi^C = \frac{(a-c)^2 (9g-8+8l-2l^2)}{(9g-4-2l+2l^2)^2} \quad (1)$$

поголем аутпут:

$$q^{JV} = \frac{3(a-c)g}{9g-2(1+l)^2} \quad q^C = \frac{3(a-c)g}{9g-4-2l+2l^2} \quad (2)$$

поголем обем на вложување во И&Р:

$$x^{JV} = \frac{2(a-c)(1+l)}{9g-2(1+l)^2} \quad x^C = \frac{2(a-c)(2-l)}{9g-4-2l+2l^2} \quad (3)$$

поголем потрошувачки вишок:

5 На пример, телеком операторот EE- Everything Everywhere во Велика Британија е настаната со спојување на деловната единица на Дојче Телеком – T-Mobile и на единицата на францускиот телеком Orange во Велика Британија. Компанијата стана најголем телеком оператор во Велика Британија и прв оператор кој започна да нуди услуги од 4G технологијата.

$$CS^{JV} = \frac{18(a-c)^2 g^2}{(9g-2-4l-2l^2)^2} \quad CS^C = \frac{18(a-c)^2 g^2}{(9g-4-2l+2l^2)^2} \quad (4)$$

при што симболите го имаат следново значење: π^{JV} – профит на компаниите при заеднички вложувања и соработка, π^C – профит на компаниите во услови на конкурентско однесување, CS^{JV} – потрошувачки вишок во услови кога компаниите соработуваат, CS^C – потрошувачки вишок во услови на конкуренција меѓу компаниите, q^{JV} – аутпут на компаниите во услови на соработка, q^C – аутпут на компаниите во услови на конкуренција, x^{JV} – трошоци за И&R, во услови кога компаниите вложуваат во услови на соработка, x^C – трошоци за И&R, во услови кога компаниите си конкурираат на пазарот. Понатаму g – претставува коефициент за ефикасност на вложувањата во И&R, со C – маргиналните трошоци на компаниите, а со l – коефициент за мерење на екстерналите од вложувањата во И&R. Функцијата на побарувачката е дефинирана како $p = a - Q$, каде p е пазарна цена, а Q е побарувана количина од услугата. Функцијата на маргиналните трошоци е дефинирана како $c_i = C - x_i - lx_j$. Индексите i , и j се обележја за компаниите – конкуренти на пазарот. Оттука, може да се заклучи дека спојувањето меѓу телеком операторите ќе резултира со поголема благосостојба за компаниите и за потрошувачите.

Од друга страна, ако се земе предвид големината на трошоците за развој и за примена на нови технологии во секторот на телекомуникациите, од особено значење за фирмите е да одржуваат широка база на корисници за да можат да ги ползуваат ефектите од економиите на обемот и опфатот. Оттука, теоретските истражувања укажуваат дека во нивен интерес е да се воздржуваат од значајно зголемување на цените на своите производи и услуги, односно пожелно е да водат политика на цени, прилагодена на квалитетот на услугите, со цел да ја спречат контракцијата на базата на свои корисници.

Како до поголема пазарна конкуренција? – Предизвици за секторските регулатори и за политиката за заштита на конкуренцијата

Кај дел од експертската јавност постои загриженост дека телеком операторите својот раст не го базираат на исцрпување на ендогените извори за раст на компаниите, туку своето пазарно учество го зголемуваат преку процес на спојување и аквизиции со конкурентските компании⁶. Erzsébet Fitori, директорот на ECTA (European Competitive Telecommunications Associations) смета дека со спојувањето големите телеком оператори стануваат уште поголеми, а кај помалите се губи мотивот за нови вложувања и полека исчезнуваат од пазарот. Нивните инвестиции стануваат одвишни на пазарот и полека ја губат својата конкурентска позиција и исчезнуваат од пазарот (Joseph, 2015). Проблемот со консолидацијата од своја страна го потенцира стравот кај регулаторите од потенцијално негативниот ефект врз крајниот потрошувач во смисла на закани од повисоки цени, намален квалитет на услугите и ограничување на можноста за избор.

Факт е дека намалувањето на бројот на телеком оператори во секторот ја зголемува опасноста од координирано однесување на операторите. Промената на структурниот пејзаж на индустријата ја отежнува можноста на националните секторски регулаторни тела да утврдат постоење на услови за еднострана или за заедничка доминација на операторите, со што секторските регулаторни тела не се во позиција да наметнат одредени мерки и обврски за отстранување на изворите на ограничувања на пазарната конкуренција. Со ова се создаваат можности за креирање на ‘регулаторно слепило’, каде пазарот испорачува субоптимален исход, а без притоа да постојат услови за (или да се докаже постоење на) експлицитна соработка меѓу телеком операторите или за прекутна колузија.

Оттука, покрај воведувањето на одредени модификации како правни лекови во спроведувањето на регулативата за контрола на концентрациите, претставниците на BEREC (The Body of European Regulators for Electronic Communications) сугерираат примената на SEIC тестот (significant impediment to effective competition) да се применува и во имплементацијата на ex-ante секторската регулатива (OXERA, август 2015). Друга можност е примената на AEC тестот (adverse effect on competition) со кој се утврдува

6 Во процесот на консолидација на секторот, често пати големите телеком оператори ги купуваат малите оператори (кои најчесто имаат улога на маверик фирми на пазарот), кои им претставуваат силен извор на конкурентски ценовен притисок.

дали пазарните услови на секој од определените релевантни пазари ја попречува или ја ограничува пазарната конкуренција во смисла на понудата и пристапот до добрата и услугите. Доколку тестот е позитивен, тогаш регулаторното тело може да преземе мерки за соодветни бихејвиорални или структурни ограничувања врз телеком операторите за функционална сепарација или дезинвестирање, да преземе мерки за отворање на пазарот, мерки за поголема информираност, со цел да се обезбеди пристап на пазарот според фер, разумни и недискриминаторски услови, регулација на цените или наметнување на минимум стандарди за квалитет на мрежата.

Во однос на контролата на спојување меѓу телеком операторите (како сегмент на ex-post регулацијата која ја вршат националните тела за заштита на конкуренцијата), посебно значење добива третманот на придобивките во поглед на ефикасноста. Генерално, Европската регулатива применува построг став во однос на очекуваните придобивки во ефикасноста како аргумент за одобрување на потенцијално антиконкурентски предлог за спојување. Меѓутоа, во економската литература се укажува на можностите спојувањата на фирмите да бидат мотивирани од можноста за реализација на придобивки во ефикасноста кои би настанале само како резултат на спојувањето на фирмите (merger-specific efficiency). Така, Fudenberg и Tirole (1984), укажуваат дека како резултат на заштеда во маргиналните трошоци за производство и влијанието на економиите од обемот по спојувањето на фирмите, фирмите се во позиција да ја подобрат својата конкурентска позиција и затоа имаат мотив ефектите од неа да ги интернализираат преку намалување на цените и зголемување на понудениот аутпут на услуги.

Вториот предизвик со кој се сочуваат националните тела за заштита на конкуренцијата при контролата на спојувањето меѓу телеком операторите претставува оценката и примената на потенцијалните обврзувачки активности (структурни и/или бихејвиорални модификации) на споените телеком оператори. Анализата на ЕС (2005) укажува дека 57% од предложените и имплементирани модификации имале позитивен ефект врз зајакнување на пазарната конкуренција, додека во 7% од случаите тие биле неефикасни во компензирањето на негативните ефекти од спојувањето меѓу операторите. Сепак, примената на модификациите во контролата за спојување меѓу операторите, во основа, укажува дека Европската комисија повеќе покажува склоност кон примената на обврзувањата за структурни промени на споените оператори, отколку обврзувањата за примена на ограничувања во однос на нивното деловно однесување. Вторите бараат

поголеми трошоци за следење и контрола на нивната примена. Анализата на Ангелов et. al. (2012) укажува дека Европската комисија многу внимателно ги користи овие инструменти како мерка за условно одобрување на предлозите за спојување на фирмите. Сепак, крајниот резултат од нивната примена врз надминување на антиконкурентските ефекти не бил задоволителен, па оттука доаѓа и поголемата воздржаност од страна на Комисијата во однос на прифаќањето на предложените потенцијални обврзувања за промени (структурни и бихејвиорални) од страна на споените оператори.

Во овој контекст, двојниот регулаторен режим за влез и делување на пазарот треба да биде така дизајниран што ќе може да ја одржува и да ја поттикнува конкуренцијата на пазарот на телекомуникациските услуги, т.е. ex-ante секторската регулатива за влез во индустријата треба да биде придружена со соодветна примена на ex-post регулативата за заштита на конкуренцијата. Односно, да се определи оптималното ниво на конкурентски притисок врз телеком операторите, со цел ex-ante регулативата да го намали влијанието врз директната контрола на цената, квалитетот на услугите и одлуките за вложување (Hague J. and Jamison M. 2009). Според укажувањата на Baldwin и Cave (1999) процесот на либерализација на овие сектори (кои порано се карактеризираа со доминација на државен монопол на пазарот) треба да следи координирано и усогласено адаптирање меѓу ex-ante регулативата за влез на пазарот ex-post контролата на конкуренцијата на пазарот, каде втората треба поактивно да го следи деловното однесување на фирмите.

Во оваа насока одат и размислувањата на Moussiss (2003) кој укажува дека како резултат на промените во пазарното окружување и прогресивната конвергенција на индустријата за телекомуникациите со соседните индустриски гранки, Европската унија се придвижува во насока на олабавување на ex-ante регулативата за сметка на појака примена на регулативата и политиката за заштита на конкуренцијата (ex-post регулација). Целта е да се креира таков пристап каде регулацијата повеќе ќе биде насочена кон следење на тековните пазарни услови и ограничувањето во деловното однесување на телеком операторите во прв ред да произлегува од конкурентите на пазарот во рамките на правилата за дозволено конкурентно однесување (Moussiss, (2003). Всушност, предизвикот е насочен кон креирање на таква политика за ex-post следење на конкурентското однесување на телеком операторите која истовремено ќе го поттикнува конкурентското однесување и ќе го јакне мотивот кај телеком операторите за континуирано вложување во развој и примена на нови

напредни технологии за пренос на податоци.

Заклучок

На глобално ниво трендот на консолидација во секторот на телекомуникации е незапирлив процес и тој е резултат пред сè на зголемената конкуренција на светскиот пазар на телекомуникации и потребата за развој и воведување на нови и напредни технологии за трансфер на податоци.

Европскиот сектор на телекомуникации значајно заостанува во однос на перформансите на телекомуникациските секторите во САД и во Азија. Причината за ваквиот геп се должи на структурните карактеристики на секторот на телекомуникации во ЕУ од една страна и преголемата регулираност (28 национални секторски регулаторни тела, 28 национални тела за заштита на пазарната конкуренција и Европската комисија) од друга страна. Затоа, како дел од агендата на Европската комисија за 2015 година јасно се потенцираше потребата од формирање на единствен пазар на дигитални комуникации, со цел да се стимулира растот на вработеноста и аутпутот во Унијата. Оттука, реални се очекувањата дека во наредниот период ќе следи интензивирање на процесот на консолидација и спојувања на телеком операторите на европскиот пазар на телекомуникации.

Намалувањето на бројот на телеком оператори на пазарот на телекомуникации не значи затворање на пазарот за нови конкуренти и исчезнување на конкуренцијата и раст на цените. Структурните карактеристики на секторот (високи фиксни трошоци, ниски варијабилни трошоци, високи трошоци за вложување и развој на нови технологии) силно ја потенцираат потребата на операторите за обезбедување на широка база на корисници за да може да се ползуваат позитивните ефекти од економијата на обемот и опфатот. Затоа, во интерес на телеком операторите е да се воздржуваат од зголемување на цените на своите услуги, т.е. пожелно е да водат политика на цени, прилагодена на квалитетот на услугите. Имено, стратегиското однесување на операторите е определено од две битни одлуки: (i) одлуки за вложување во И&Р, т.е. одредување на конкурентската позиција во однос на изборот на технологијата и (ii) одлуки за ценовната политика, т.е. водење на ценовна конкурентска политика на пазарот. Резултатите на овие два типа на одлуки се меѓусебно поврзани. Од правилната ценовна политика зависат идните приливи и финансиски

потенцијал за нови вложувања и примена на понапредни технологии од една страна и зачувување и по можност проширување на базата на корисници, а од друга страна вложувањето во нови технологии е предуслов за испорака на нови и поквалитетни услуги. Исто така, преку процесот на спојување на телеком операторите се создаваат услови за комбинација на нивните ресурси (мрежна инфраструктура, технологија и ресурси), со цел да нудат поквалитетни услуги на своите корисници и да ги зајакнат нивните конкурентски капацитети.

Сепак, процесот на концентрација во секторот не ја исклучува појавата на негативни ефекти врз пазарната конкуренција и благосостојбата на потрошувачите. Затоа, потенцијалните негативни ефекти треба да се решаваат преку соодветна *ex-ante* и *ex-post* секторска регулатива.

Имено, целта на националните секторски регулаторни тела (*ex-ante* регулација) е да обезбедат услови за ефективна конкуренција преку интеракција меѓу различните мрежни платформи кои меѓусебно можат да бидат интегрирани во креирање и понуди со пакет на услуги, како и создавање на услови за полесен влез на нови конкуренти на пазарот. Во таа насока е и преземањето мерки: за обезбедување на целосна информираност на корисниците при изборот на операторот или на услугите кои сакаат да ги користат, за овозможување на квалитетна реализација на нивниот избор, за лесна промена од еден на друг провајдер без дополнителни трошоци, како и гаранција за исполнување на минимум стандарди за квалитетот и пристап до услугите.

Во однос на примената на новите концепти за контрола на спојувањето меѓу телеком операторите, предлозите за спојување треба да бидат следени и анализирани од перспектива на крајните цели на стратегиското позиционирање на европскиот сектор на телекомуникации во глобалната економија. Процесите на окрепнување и консолидација на секторот на телекомуникации немаат само национална димензија, тие треба да бидат анализирани во поширок регионален контекст.

Сепак, зголемената концентрација на пазарот на телекомуникации претпоставува поактивна примена на *ex-post* регулативата (т.е. регулативата за заштита на конкуренцијата). Затоа, анализите на предлозите за спојување на телеком операторите треба да бидат насочени од една страна кон антиципацијата на развојните трендови во оваа индустрија и ефектите од нив врз пазарната конкуренција и благосостојбата на потрошувачот, а од друга страна и врз потенцијалните позитивни ефекти врз економскиот развој на земјата.

Користена литература:

1. Angelov P., Rosenkranz S. and Schenk H. (2012): “Competitive Effects of Merger Remedies in Europe’s High-Tech Industry”, Discussion paper series nr: 12-16, Tjalling C.Koopmans Research Institute, Utrecht School of Economics;
2. d’Aspermont C. and Jacquemin A. (1998): “Cooperative and Noncooperative R&D in Duopoly with Spillovers”, *American Economic Review*, No.88, стр. 1133-7
3. Baldwin R. J. and Cave M. (1999). *Understanding Regulation: Theory, Strategy and Practice*, Oxford University Press, New York;
4. European Commission (2005): “Merger Remedies Study”, Public Version DG COMP;
5. European Commission (2014): “Implementation of the EU regulatory framework for electronic communication -2014”, Communications Staff Working Document;
6. Fransman M. (2009): “How Innovations Happens and What Should be done to Encourage it?” *Paper prepared for OECD Innovation Strategy*, OECD :
7. Fudenberg M. and Tirole J. (1984): “The Fat-Cat Effect, the Puppy-Dog Ploy, and the Lean and Hungry Look”, *American Economic Review*, Vol.74, No.2, стр.361-366;
8. GSMA Intelligence (2015): *The Mobile Economy 2015*, GSM Association, www.gsma.com
9. Hague J. and Jamison M. (2009): “Analyzing Telecommunications Market Competition: Foundations for Best Practices”, working paper, Public Utility research Center, University of Florida, Gainesville, Florida;
10. IDC World Wide Black Book 2014;
11. Jones A. and Sufrin B. (2011): *EU Competition Law – Text, Cases and Materials*, 4 edition, Oxford University Press;
12. Joseph K. (2015): “European telecoms sector moves closer to consolidation”, *European CEO* at: <http://www.europeanceo.com/business-and-management/european-telecoms-sector-moves-closer-to-consolidation/>;
13. Kulkarni S., Sharma M. and Blanchard P (2014): “Communications Industry: On the verge of massive consolidation”, working paper, Capgemini consulting, technology and outsourcing;
14. Morra M. (2007): *Competition policy*, Cambridge Univeristy
15. Moussis V. (2003): *Access to telecommunications markets: The interrelation between competition rules and sector-specific rules in the EU and Japan*, University of London;
16. Oxera (2015): “New powers for telecoms and media regulators? Part 1: The rise of oligopolists”, *Oxera Agenda*, August 2015;
17. Rosenthal M. (2012): “Mergers in the telecommunications sector: An overview of EU and national case law”, *e- Comptitions*, No. 44678, April, www.concurrences.com

WILL MERGERS AMONG TELECOM OPERATORS CLOSE MARKET AND REDUCE COMPETITION AT THE TELECOMMUNICATIONS MARKET?

Daniela Mamuchevska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
danielam@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Telecommunications industry is one of the most profitable and rapidly growing industries in the world. Its role as a major driver of economic development and welfare in the developed economies is continuously increasing. On the other hand, structural characteristics of the telecommunications industry, increased market competition on a national level and as well on a global level, higher demand for new digital contents of services and data transfer technologies are the main driving factors behind consolidation processes in the industry.

This paper aims to answer the questions of whether merger processes are inevitable and whether they are a product of the level of technological development in the telecommunication industry; and whether these processes have a negative impact on market competition and consumer welfare.

Key words: *telecommunications sector, market competition, industry consolidation, merger regulation, sector regulation*

АНАЛИЗА НА НИВОТО НА ПРОЦЕСНА ЗРЕЛОСТ НА КОМПАНИИТЕ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

доц. д-р **Марина Мијоска Белшоска**
Универзитет „Св.Кирил и Методија” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
marina@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Светската литература од областа на бизнис процесниот менаџмент укажува на тоа дека организациите можат да ги подобрат своите целокупни перформанси преку примена на процесен поглед во работењето. Но, само да се има свест и разбирање за бизнис процесите не е доволно. Она што претставува предизвик за современата менаџмент мисла е менаџирањето на зрелите бизнис процеси, бидејќи компаниите кои се наоѓаат на повисоките нивоа на процесна зрелост остваруваат подобри перформанси. Во оваа смисла, моделите на процесна зрелост претставуваат неопходна алатка за проценување и континуирано подобрување на бизнис процесите во организациите.

Имајќи го предвид значењето на процесната ориентација и на бизнис процесите кои треба континуирано да се подобруваат, со цел да се достигнат високи нивоа на процесна зрелост кои водат кон подобри организациски перформанси, целта на овој труд е да се направи првична анализа на нивото на процесна зрелост во компаниите во Република Македонија. За оваа цел, се користат податоци од спроведено анкетно истражување во македонски компании и се врши емпириско тестирање со примена на моделот на McCortack and Johnson (2001), чија валидност е тестирана со помош на експлораторна и конфирматорна факторска анализа.

Клучни зборови: *бизнис процесна ориентација, процесна зрелост, модели на процесна зрелост.*

Вовед

Во изминатите две децении, концептот на бизнис процесна ориентација (понатаму во текстот – БПО) во организациите е воведен и развиен како нова форма на управување, односно менаџмент филозофија која ги нагласува бизнис процесите, наспроти функциите во организациите (Kumar et al., 2011). БПО им овозможува на организациите да ги комбинираат организациските средства и вештини на нов начин, кој претставува извор на конкурентска предност. Во овој контекст, сè поголем број студии потврдуваат дека кога една фирма ги комбинира своите организациски средства и вештини (на пример, маркетинг способности и иновации) со процесна ориентација, постигнува поголема конкурентска предност (Kumar et al., 2011).

Паралелно со процесното созревање на организациите, се појавува и концептот на процесна зрелост кој станува исклучително важен за прифаќањето на процесниот поглед од страна на организациите. Процесната ориентација во организациите може да се окарактеризира на различни нивоа. Постојат повеќе мотиви за организациите да постигнат повисок степен на процесна ориентација, односно повисоко ниво на процесна зрелост, бидејќи повисоките нивоа овозможуваат многу бенефити, финансиски и нефинансиски. Во речиси секоја индустрија, компаниите од сите големини имаат постигнато извонредни подобрувања во поглед на цената, квалитетот, брзината, профитабилноста и други клучни области, преку фокусирањето, мерењето и редизајнирањето на внатрешните бизнис процеси кои се насочени кон купувачите (Hammer, 2007, p. 111).

Но, се поставува прашањето што навистина значи ориентираноста кон бизнис процесите и како една организација може да стане процесно ориентирана, со цел да може да ги постигне и да ги искористи тие придобивки. Како организациите можат да утврдат дали се процесно ориентирани или не? Исто така, се наметнува и прашањето, што значи тоа да се биде повеќе или помалку зрела организација во поглед на БПО, бидејќи компаниите на повисоките нивоа на процесна зрелост имаат и поголеми придобивки, односно остваруваат подобри перформанси од оние кои се помалку процесно ориентирани. Од овие причини, многу истражувачи се обидуваат да дефинираат што е тоа што една организација ја прави процесно ориентирана и да ги утврдат нејзините составни елементи кои истовремено

претставуваат и критички фактори на успех врз чија основа може да се утврди дали една организација е процесно ориентирана или не.

Во литературата постојат повеќе модели и рамки кои овозможуваат да се опише и да се измери бизнис процесната ориентација во организациите. По извршениот детален преглед на релевантната литература, како позначајни ги изводјваме моделите на Van Looy, A., de Backer, M., and Poels, G., (2011), Kohlbacher, M., (2010) Škrinjar, R., Bosilj Vukšić, V., and Indihar Štemberger, M., (2010), Willaert, P., Van den Bergh, J., Willems, J., and Deschoolmeester, D., (2007), Reijers, H.A., (2006), Rosemann, M., de Bruin, T., and Power, B., (2006), McCormack, K. P., and Johnson, W. C., (2001a), односно McCormack, K. P., (1999, 2001 и 2007), како и оние што се карактеристични за периодот на реинженерингот - Davenport (1993) и Hammer (1993, 1995, 1996, 1999) кои ги утврдиле конститутивните елементи на процесната ориентација. Според нив, БПО не е еднoдимензионален концепт, туку повеќедимензионална конструкција која се состои од повеќе елементи, компоненти, категории, наречени различно, а со еден збор фактори кои влијаат на нивото на процесна ориентација на организациите (подетално види во Мијоска, М., 2015). Важно е да се напомене дека преку дефинирање на елементите на БПО, односно факторите кои влијаат врз процесната ориентација на организациите, истовремено им се обезбедува алатка за мерење на степенот, односно нивото на БПО во организациите.

Емпириско истражување

За остварување на целта на истражувањето во овој труд – да се процени дали компаниите во Република Македонија се процесно ориентирани и да се измери на кое ниво на процесна зрелост тие се наоѓаат, врз основа на детален преглед на релевантна литература од областа на бизнис процесниот менаџмент, беше конструиран прашалник кој овозможи прибирање примарни податоци, врз чија основа ќе бидат анализирани дефинираните состојби и ќе бидат извлечени соодветни заклучоци.

Анкетирањето беше спроведено во периодот мај – октомври 2014 година, при што беа реализирани вкупно 119 прашалници во македонски компании. Но, пред да се започне квантитативната обработка на добиените податоци, беше извршена проверка на добиените одговори, при што

беше одлучено 15 прашалници да бидат исклучени од анализата, поради големиот број одговори кои недостасуваат (повеќе од 10% одговори), ист број одговори во сите полиња, непополнети клучни полиња/прашања и сл. (Hair, 2010). На крајот, финалниот број прашалници кои ќе подложат на понатамошна анализа е 104, што претставува соодветна големина на примерок за спроведување на потребните статистички анализи.

Селектирање и опис на примерокот

Според McCormack and Johnson (2001b), е-општеството, а според тоа и е-бизнисот и е-корпорациите, се главна движечка сила за БПО. Создавањето е-корпорации го истакна значењето на бизнис процесите кои во литературата се окарактеризирани како хоризонтални, процесно ориентирани организации. Бидејќи е-бизнисот се смета како двигател на процесната ориентација (McCormack and Johnson, 2001b), а со цел да се добијат поквалитетни првични сознанија за процесната ориентација и нивото на процесна зрелост во компаниите во Република Македонија, примерокот беше внимателно и намерно избран.

Предмет на истражување и анализа беа компании во Република Македонија кои поинтензивно (повеќе) користат е-бизнис системи. Беа анкетирани компаниите од секторите кои според податоците на ДЗС (2013) покажуваат повисока пенетрација, односно ниво на користење е-бизнис и тоа: финансиски дејности и осигурување, телекомуникации, ИКТ сектор. Секторите на трговија на големо и трговија на мало и преработувачката индустрија беа вклучени поради тоа што во литературата секторот производство е признаен како традиционално процесно ориентиран, додека, пак, секторот трговија е интересен за анализа, бидејќи БПО сè повеќе дава позитивни резултати и во услужниот сектор (Frei et al., 1999; Gustafsson and Nilsson, 2003, цитирано во Reijers 2006, p.393). Поради тоа, беше одлучено и овие два сектори да се вклучат во анализата. Според наведените критериуми, во поглед на дејноста на која припаѓаат анкетираниите компании, нивната структура е следнава:

Табела 1. Тип на индустрија на анкетираниот примерок

	Тип на индустрија/дејност	Фреквенција	Процентуално учество
1	Финансиски дејности и осигурување	37	35,6
2	Телекомуникации	12	11,5
3	ИКТ сектор	19	18,3
4	Трговија на големо и трговија на мало	15	14,4
5	Преработувачка индустрија	11	10,6
6	Друго	10	9,6
	ВКУПНО	104	100

Извор: Истражување на авторот.

Што се однесува до големината на компаниите, дефинирана според бројот на вработени, според податоците од ДЗС (2013), големите компании (со повеќе од 250 вработени) покажуваат повисоко ниво на користење е-бизнис решенија, во однос на средните (со 50-249 вработени) и малите (со 10-49 вработени). Но, и покрај тоа што во ова истражување големите компании според бројот на вработени се најдоминантни, сепак и средните и малите компании не беа исклучени од истражувањето од неколку причини. Имено, во литературата не постои ограничување во поглед на големината на компаниите и процесната ориентација. Напротив, во некои истражувања помалите компании покажуваат повисок степен на БПО (McComack, 2001). Исто така, за малите претпријатија (до 50 вработени) се смета дека не постојат цврсти граници помеѓу функциските подрачја во нив, бидејќи поради малиот број вработени, менаџерите, кои се често и сопственици, се одговорни за повеќе различни функциски подрачја истовремено (Hernaes, 2006). Честопати за малите претпријатија, кои се и најчесто фамилијарни бизниси, се смета дека сами по себе се процесно ориентирани (Hernaes, 2006). Од овие причини, а и поради тоа што поголемиот број компании од ИКТ секторот во Републиката се најчесто мали и средни и тие беа вклучени во анализата. Според тоа, во поглед на големината на компаниите, изразена преку бројот на вработени, структурата на анкетираниите компании е дадена во табела 2. Во поглед на профилот на респондентите, бидејќи проблематиката на БПО има стратегиски карактер, прашалникот беше испратен до врвниот менаџмент во компаниите, при што им беа дадени дополнителни инструкции и објаснувања за пополнувањето на прашалникот, како и напомена дека

доколку не се во можност да го одговорат прашалникот, можат да го делегираат на друго лице на менаџерска позиција во организацијата кое е компетентно да го одговори. Структурата на респондентите според нивната позиција во организациите е прикажана во табела 2.

Табела 2. Независни карактеристики на анкетираниите компании и респонденти

		Фреквенција	Процентуално учество
А. Независни карактеристики на компаниите	Број на вработени		
	10-49 вработени	20	19,2
	50-249 вработени	24	23,1
	250 и повеќе вработени	60	57,7
	Сопственичка структура		
	Приватно домашно	23	22,1
	Приватно странско	55	52,9
	Мешано	22	21,2
	Јавно претпријатие	4	3,8
	Пазарен удел		
	до 5%	27	26,0
	од 6 до 10%	11	10,6
	од 11 до 25%	28	26,9
	повеќе од 25%	38	36,5
Б. Независни карактеристики на респондентите	Хиерархиска позиција на респондентите		
	Врвен менаџмент	9	8,7
	Среден менаџмент	62	59,6
	Менаџмент на пониско ниво	15	14,4
	Друго	18	17,3

Извор: Истражување на авторот.

Анализа на резултатите од истражувањето

Во рамките на емпириското истражување, спроведено за остварување на целите на овој труд во поглед на процесната ориентација, менаџерите одговараа на неколку прашања кои беа од голема важност, со цел да се

добијат првични информативни сознанија за состојбата во компаниите во Република Македонија. Имено, прашањата од делот на „*карактеристики на процесно ориентирана организација*“, беа структурирани во неколку категории и тоа: процесен менаџмент – дефинирање на бизнис процесите, човечки ресурси, стратегија, култура и систем за мерење на перформансите. Овој дел од прашалникот содржеше и неколку прашања за примената на специјализирани софтверски алатки за моделирање и документирање на бизнис процесите. Понудените одговори за секое прашање беа описни, но претставуваа градација од пет степени. За анализа на податоците, описот на факторите беше заменет со нумеричка скала во опсег од 1 до 5, при што се добија и просечните вредности на добиените одговори. Резултатите се следниве:

Табела 3. Анализа на процесните карактеристики на компаниите во Република Македонија

1.	ПРОЦЕСЕН МЕНАЏМЕНТ – дефинирање на бизнис процесите	Фреквенција	Процент	Просечна вредност
A	Не се дефинирани процеси.	2	1,92	
B	Дефинирани се клучните процеси.	40	38,46	
C	Дефинирани се сите процеси во рамките на организациските единици.	31	29,81	
D	Дефинирани се процеси кои поврзуваат повеќе организациски единици.	19	18,27	
E	Дефинирани се процесите кои го поврзуваат претпријатието со бизнис партнерите.	12	11,54	
	Вкупно	104	100	2,99
2.	ЧОВЕЧКИ РЕСУРСИ			
A	Вработените се само извршители на работните задачи.	30	28,85	
B	Вработените се одговорни за прибирање податоци и информации за активностите што ги извршуваат.	6	5,77	
C	Вработените постојано ги подобруваат своите способности и работат во тимови.	39	37,50	
D	Вработените имаат можност да ги изразат своите идеи.	19	18,27	
E	Вработените се гледаат како сопственици на активностите што ги извршуваат.	10	9,62	
	Вкупно	104	100	2,74

3.	СТРАТЕГИЈА			
A	Стратегијата е позната само на врвниот менаџмент.	17	16,35	
B	Сите менаџери се запознаени со стратегијата.	32	30,77	
C	Сите вработени се запознаени со стратегијата, но врвниот менаџмент ја креира.	31	29,81	
D	Сите вработени се запознаени со стратегијата, но само менаџерите учествуваат во нејзиното креирање.	17	16,35	
E	Сите вработени се запознаени со стратегијата и се вклучени во нејзиното креирање.	7	6,73	
	Вкупно	104	100	2,66
4.	КУЛТУРА – процесна култура			
A	Не постои свест на менаџерите за важноста на процесниот пристап.	6	5,77	
B	Менаџерите се свесни за важноста на процесниот пристап, но не и вработените.	42	40,38	
C	Менаџерите и сите вработени се свесни за важноста на процесниот пристап.	29	27,88	
D	Менаџерите и вработените постапуваат во согласност со процесниот пристап.	21	20,19	
E	Менаџерите и вработените го промовираат процесниот пристап.	6	5,77	
	Вкупно	104	100	2,80
5.	СИСТЕМ ЗА МЕРЕЊЕ НА ПЕРФОРМАНСИТЕ			
A	Не постои систем за мерење на перформансите.	14	13,46	
B	Дефиниран е систем за мерење на перформансите.	54	51,92	
C	Дефинирани се процесни мерки - мерки на перформанси на бизнис процесите.	21	20,19	
D	Мерките на перформанси на бизнис процесите се основен систем за мерење на перформансите	7	6,73	
E	Се мерат перформансите на бизнис процесите кои го поврзуваат претпријатието со бизнис партнерите.	8	7,69	
	Вкупно	104	100	2,43

Извор: Истражување на авторот.

Како што може да се забележи од табелата 3, во најголемиот број случаи, 38,46%, се дефинирани клучните процеси што претставува добра појдовна основа кон примена на процесниот пристап. Овде дополнително беше поставено прашањето „Колку клучни бизнис процеси имате?“. Дадените одговори варираа во распон 1-7 во 37 случаи (од вкупно 40 кои одговориле дека имаат дефинирани клучни процеси), што е во ред, бидејќи,

како што и претходно беше споменато во прегледот на литературата, за компаниите е корисно и практично да дефинираат помеѓу 3 и 15 клучни бизнис процеси, поточно 7 +/- 2 клучни процеси (Carr and Johansson, 1995, p.10).

Што се однесува до вработените, во 39 случаи, односно 37,5% од менаџерите сметаат дека во нивните компании вработените постојано ги подобруваат нивните способности и работат во тимови, што е позитивен показател и основна карактеристика на една процесно ориентирана организација. Но, мора да се напомене дека вработените во само 5,77% имаат определена одговорност за прибирање податоци и информации за активностите што ги извршуваат. Во поголемиот број случаи, дури 30 менаџери сметаат дека во нивните компании вработените се само извршители на работните задачи, што е спротивно на принципите на процесната ориентација. Во поглед на стратегијата, БПО подразбира комуникација на стратегијата помеѓу сите вработени и нивна вклученост во нејзиното креирање, што е далеку од состојбата во компаниите во Република Македонија, каде што само 7 испитаници сметаат дека тоа е случај во нивната компанија. Најголемиот дел од испитаниците, 31, односно 29,81%, сметаат дека во нивните компании вработените се запознаени со стратегијата, но сè уште само врвниот менаџмент ја креира. Речиси 41% од анкетираниите сметаат дека во нивните компании менаџерите се свесни за важноста на процесниот пристап, но не и вработените. Во поглед на системите за мерење на перформансите, што претставува еден од клучните фактори на БПО, повеќе од половината менаџери, 52%, изјавуваат дека во нивните компании е дефиниран систем за мерење на перформансите. Во најмал број случаи, мерките на перформанси на бизнис процесите се основен систем за мерење на перформансите според анкетираниите менаџери.

Во поглед на примената на специјализирани софтверски алатки за моделирање и за документирање на бизнис процесите, беа поставени неколку прашања. На прашањето „Кои алатки ги користите?“, во 7 случаи беше одговорено Microsoft Visio, во еден BPMS Appian, во неколку случаи (3) беше споменат Microsoft Excel, а другите респонденти не го одговорија ова прашање. На прашањето „Кои процеси ги моделирате?“, најчест одговор беше - клучните.

Потоа, на прашањето „Кој ги моделира бизнис процесите во вашата организација?“, 40% од испитаниците одговорија дека тоа најчесто го

прават вработените, а помалку надворешни консултанти (24%). Во 15% од случаите процесите ги моделираат вработените со помош на надворешни консултанти. Она што е интересно да се напомене и издвои во одговорите на ова прашање е тоа што во еден случај беше одговорено дека бизнис процесите ги моделира посебна организациска единица во организацијата, односно одговорно лице од Сектор за бизнис процеси и организација. Како што веќе беше напоменато, постоењето формална структура која ќе ги координира и ќе ги интегрира сите процесни проекти во една процесно ориентирана организација, која во литературата често се нарекува БПМ канцеларија (или само БП канцеларија), центар на извонредност (Willaert et al., 2007) или БПМ група (Harmon, 2007), претставува значаен фактор кој влијае врз процесната ориентација на една организација (Kohlbacher, 2010). Во овој контекст, според добиените одговори, бидејќи во најголем случај немаат ваква формално поставена единица, македонските компании имаат голем предизвик во насока на подобрување на процесната ориентација, односно креирање соодветно организациско опкружување кое го поддржува процесниот поглед во работењето.

Во поглед на примената на специјализирани софтверски алатки за моделирање и за документирање на бизнис процесите, просечната вредност на одговорите е 2,80. Како и оваа вредност, така и другите просечни вредности на добиените одговори, прикажани во табела 3, се движат под вредноста 3 за сите анализирани елементи, што претставува просечна оценка. На сликата 1 се дадени просечните вредности на добиените одговори за оваа група прашања. Од сликата, како и од податоците, може да се забележи дека најниски оценки имаат „стратегијата“ и „системот за мерење на перформансите“, што значи дека овие процесни карактеристики во моментот се на најниско ниво според менаџерите во компаниите во Република Македонија.

Слика 1. Карактеристики на процесна организација - просечни вредности на добиените одговори



Извор: Истражување на авторот.

Мерење на нивото на процесна зрелост на примерокот врз основа на примена на моделот на McCormack and Johnson (2001)

Со цел да се утврди на кое ниво на процесна зрелост се македонските компании, што ќе претставува основа за понатамошни споредбени анализи со компаниите од опкружувањето, пошироко и потесно, потребна е покомплексна и построкурирана анализа. Со оглед на тоа што ова истражување претставува прво со ваков карактер во Република Македонија, во моментот не е соодветно тестирање на поширока листа на фактори кои влијаат врз нивото на БПО во организациите, како што беше погоре елаборирано. Од тие причини, за целите на ова истражување, ќе биде користен моделот на McCormack and Johnson (2001a), кој ги содржи најелементарните конструкти на процесната ориентација, за кои постои консензус во повеќето модели и тоа: процесен поглед (моделирање и

документирање на бизнис процесите) (eng. process view – PV), процесни работни места (eng. process jobs – PJ) и процесен менаџмент и систем за мерење на перформансите (eng. process management and measurement system - PMM). Статистичката валидност на моделот авторот ја утврди со примена на соодветни статистички методи, односно со експлораторна и конфирматорна факторска анализа.

Врз основа на добиентите податоци од анкетното истажување и пресметаните средни вредности за дефинираните варијабли во моделот, можеме да ја пресметаме средната вкупна просечна оценка за БПО врз основа на која ќе определиме на кое ниво на процесна зрелост се наоѓаат компаниите од анализираниот примерок во Република Македонија: ад хок, дефинирано, поврзано или интегрирано ниво (McCormack and Johnson, 2001a).

Табела 4. Дескриптивна статистика

	Средна вредност	Стандардна девијација
PV1	3,606	0,8859
PV2	3,462	1,0041
PV3	3,644	0,9235
PV4	3,808	0,8931
PV6	3,510	1,1147
PV7	3,692	1,0619
PV8	3,087	1,1915
PJ1	3,865	1,0526
PJ2	3,471	0,9947
PJ4	3,663	0,9715
PMM1	3,808	0,9459
PMM2	3,635	0,8929
БПО зрелост	3,604	

Просечната вкупна вредност на БПО за анализираниот примерок е 3,60. Врз основа на просечните оценки, утврдени од страна на McCormack and Johnson (2001a, p.53), тоа значи дека анализираните компании во Република Македонија кои припаѓаат на услужниот сектор, како секторите на финансиски дејности и осигурување, ИКТ секторот, телекомуникациите и секторот на трговија и на секторот на производство,

односно преработувачката индустрија, се наоѓаат на третото ниво на процесна зрелост. Бидејќи анализираниот примерок беше намерен, т.е. беа таргетиранн компанин во кои беше очекуван одреден степен на БПО, добиениот резултат не може да ја претставува општата оценка за Република Македонија. Се претпоставува дека компаниите во другите индустрии кои не беа предмет на ова истражување имаат многу помал степен на БПО. Оттаму, општата оценка би била пониска од добиената.

Според податоците во табела 4, каде што се дадени дескриптивните статистики на индивидуалните одговори за секој фактор, можат да бидат извлечени уште некои значајни заклучоци. Највисока оценка според анкетираниите менаџери има факторот PJ1, што значи дека работните места во организациите се најчесто мултидимензионални, а не само едноставни задачи. Следната највисока оценка е доделена на PMM1, односно според анкетираниите менаџери, во нивните организации се мерат перформансите на бизнис процесите (време, трошоци и сл.). Имајќи предвид дека системот за мерење на перформанси на бизнис процесите е важен елемент на БПО кој овозможува следење на нивната ефективност и ефикасност, ова претставува добра основа за градење на процесно ориентирана организација и подобрување на организациските, т.е. на процесните перформанси. Најниски оценки имаат PV8 и PV2. Тоа значи, прво, дека во организациите сè уште малку се користат специјализирани софтверски алатки за моделирање и за документирање на бизнис процесите и второ, дека во организациите вработените сè уште недоволно користат процесна терминологија, како процес, инпут, аутпут, процесен сопственик. Ова покажува дека вработените сè уште недоволно го разбираат (или не го разбираат) значењето на процесната ориентација и дека не ги перципираат своите организации како процесно ориентирани. Она што е охрабрувачко е средната просечна вредност на PV3 која има средна оценка во однос на другите фактори, што значи дека бизнис процесите според поголем број менаџери се добро дефинирани во нивните организации, така што поголемиот број вработени знаат како тие се извршуваат. Но доброто дефинирање на бизнис процесите само на хартија не е доволно само по себе за градење процесна ориентација. Она што е поважно е тие реално да се извршуваат според дефинираните процесни модели. За тоа да се случи, потребно е имплементирање на процесен начин на размислување во целата организација, што значи дека и вработените треба да ја разберат улогата и значењето на бизнис процесите

и на работењето да гледаат како на серија поврзани процеси.

Во поглед на стандардната девијација, изјавата дека „просечен вработен во компанијата го гледа работењето како серија поврзани процеси“ (PV1) има најмалку варијации, наспроти изјавата PV8 која се однесува на користењето специјализирани софтверски алатки за моделирање и за документирање на бизнис процесите, која покажува највисока варијабилност, што значи дека во некои компании многу се користат специјализирани софтверски алатки, додека, пак, во други компании многу ретко.

Заклучок

Анализата на податоците открива многу важни аспекти во врска со процесната ориентација на анализираните компании во Република Македонија. Имено, како прва анализа која се прави во овој домен, резултатите покажуваат охрабрувачки потенцијал, бидејќи првата проценка е дека анализираните компании се наоѓаат на третото ниво на процесна зрелост со просечна оценка од 3,60. (Споредбено, според истражувањето на Skrinjar et al., (2008), просечната вкупна оценка на БПО во Словенија е 3,63, а на Хрватска 3,47 во 2005-та година, што значи дека анализираните компании во Република Македонија се на нивото на кое компаниите во овие земји, двете членки на ЕУ, се наоѓале пред речиси една деценија.) Но, како што беше напоменато, бидејќи анализираниот примерок беше намерен, т.е. беа таргетирани компании во кои беше очекуван одреден степен на БПО, добиениот резултат не ја претставува општата оценка за Република Македонија. Бидејќи се претпоставува дека компаниите во другите индустрии кои не беа предмет на ова истражување имаат многу помал степен на БПО, општата оценка би била пониска од добиената. Со цел да се процени општото ниво на процесна зрелост на компаниите во Република Македонија, потребно е проширување на примерокот со компании и од други индустрии на територијата на целата држава.

Со цел македонските компании да се трансформираат во процесно ориентиран и да ги искористат потенцијалите што ги овозможуваат повисоките нивоа на процесна зрелост, сепак останува да се подобрат и да се променат уште многу елементи. Тоа е повеќе од важно и значајно за нив, како и за целокупната национална економија, бидејќи и тие,

претпријатијата во Република Македонија, не претставуваат исклучок и се соочени со процесите на глобализација, засилена конкуренција, променливо опкружување и купувачи кои бараат сè повеќе. Поради тоа и за нив е важно да размислуваат не само за имплементација на ИКТ и е-бизнис решенија во работењето, бидејќи тоа веќе не е доволно, туку за целокупна организациска трансформација кон процесна ориентација, со цел да ги подобрат своите организациски перформанси и да ја зголемат својата конкурентност на глобалниот пазар.

Имајќи го предвид фактот дека голем број претпријатија во Република Македонија сè уште се во фаза на дефинирање на бизнис процесите и не користат показатели за мерење на нивните перформанси, потребно е нивно стимулирање и помагање што побргу да го сторат тоа, со цел да им се овозможи вклучување во т.н. глобални синџири на вредност што претставува уште една можност за зголемување на нивната конкурентност.

Користена литература:

1. Hammer, M. (2007), "The process audit", *Harvard Business Review*, Vol. 85, No. 4, pp. 111-123
2. Kohlbacher, M. and Gruenwald, S. (2011), "Process orientation: conceptualization and measurement", *Business Process Management Journal*, Vol. 17, No. 2, pp. 267 – 283.
3. Kumar, U., Miri-Lavassani, K., Movahedi, B. and Kumar, V. (2011), "Champions in transition: the role of process orientation", *The TQM Journal*, Vol. 23, No. 3 pp. 326 – 342.
4. McCormack, K. (2007), *Business Process Maturity. Theory and Application*, South Carolina: Booksurge Publishing.
5. McCormack, K. and Johnson, W. (2001a), *Business Process Orientation – Gaining the e-business competitive advantage*, St. Lucie Press, Florida.
6. McCormack, K. and Johnson, W. (2001b), "Business process orientation, supply chain management, and the e-corporation", *IIE Solutions*, Vol.33, No.10, pp. 33-35, October, 2001, available at: www.findarticles.com
7. McCormack, K., et al., (2009), "A global investigation of key turning points in business process maturity", *Business Process Management Journal*, Vol. 15, No. 5, pp. 792-815.
8. Мијоска, М., (2015), „Е-бизнис системи за процесна организациска трансформација и конкурентност на претпријатијата“, Докторска дисертација, Економски факултет – Скопје, Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје

ANALYSIS OF PROCESS MATURITY LEVEL OF MACEDONIAN COMPANIES

Marina Mijoska Belshoska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia

marina@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Extensive literature on business process management suggests that organizations could enhance their overall performance by adopting a process view of business. Yet, being aware of its business processes is not enough. Managing mature business processes is the new challenge for contemporary management. In this sense, maturity models have been proposed to gradually assess and improve business processes in organizations. Hence, business process management maturity models are becoming the new promising tool for managing successful companies in e-business environment. They become practical tools that assist organizations in achieving business (process) excellence.

Having in mind the importance of transformation towards process oriented organization in e-business environment and of managing mature business processes that lead to improved organizational performance, the main goal of this paper is to analyze the business process maturity level of Macedonian companies. For this purpose, data from an empirical survey conducted in companies in the Republic of Macedonia are used/collected and an empirical analysis is performed based on the model of McCormack and Johnson (2001), the validity of which was tested by means of an exploratory and confirmatory factor analysis.

Key words: *business process orientation, business process management, business process maturity, business process maturity models.*

КОМПАРАТИВНО СМЕТКОВОДСТВО И КОНВЕРГЕНЦИЈА НА ФИНАНСИСКОТО ИЗВЕСТУВАЊЕ

проф. д-р Зоран Миновски
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
zminovski@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Сметководствените системи на голем број држави во светот се под влијание на процесот на глобализација која ја водат најразвиените земји. Општо е прифатено мислењето дека сметководството придонесува за економски развој и напредок на националната, регионалната и светската економија. Оваа макроекономска функција во развиените култури, сметководството ја остварува преку финансиското известување на пазарот на капитал како место за мобилизација и алокација на ограничените финансиски ресурси. Постојат значајни разлики во финансиското известување меѓу различни земји. Компаративната анализа покажува дека овие разлики не се присутни само помеѓу земјите со различни сметководствени системи, туку и во рамките на одредени регионални заедници.

Меѓу финансиското известување на Америка, Азија и на Европа, како и во другите земји, постојат значителни разлики. Некои од нив се од термиолошка природа, а другите произлегуваат од законското, односно од професионалното регулирање на сметководствената практика. Поради тоа, се јавува потребата од хармонизација на финансиското известување. Меѓутоа, сè поголемите резултати на подрачјето на хармонизацијата не значат и елиминација на специфичностите со кои се одликуваат одделните системи во некои земји. Приближувањето на сметководствените стандарди се однесува на целта за воспоставување единствен сет на сметководствени стандарди кои ќе се користат на меѓународно ниво, а посебно на напорите за намалување на разликите меѓу американските ОПСП и МСФИ.

Клучни зборови: *компаративно сметководство, меѓународно финансиско известување, меѓународни стандарди за финансиско известување, конвергенција*

Вовед

Кога се споменува терминот хармонизација на финансиското известување, треба да се има предвид дека тоа е мошне актуелна тема. Процесот на хармонизација на финансиското известување на меѓународен план влијае на креаторите на сметководствените стандарди, регулаторите на пазарите за хартии од вредност, како и на оние кои ги подготвуваат и ги користат финансиските извештаи. Овие процеси имаат посебно значење за компаниите кои изготвуваат консолидирани финансиски извештаи. Конвергенцијата претставува процес на приближување на националните со меѓународните стандарди за финансиско известување. Кога станува збор за конвергенција на финансиското известување на различни земји во светот, може да се каже дека најголем степен на хармонизација е остварен во рамките на Европската унија.

Во трудот ќе стане збор за споредба на сметководството на Америка, Азија и во земјите од Европската унија, како и за конвергенција на меѓународното финансиско известување, со посебен аспект на американските ОПСП и МСФИ.

Методологија и резултати од истражувањето

Целта на истражувањето е да се согледа состојбата со финансиското известување во некои држави на Америка, Азија и на Европската унија, за да се согледаат разликите во примената на меѓународните стандарди за финансиско известување, како и да се согледаат ефектите од конвергенцијата на меѓународното финансиско известување. Во истражувањето се користени повеќе методи, како компаративна анализа, дедуктивен и индуктивен метод, а се користи и согледување на теоретските извори на податоци, како и нивна анализа и синтеза.

И покрај глобалното приближување кон меѓународните стандарди

за финансиско известување (МСФИ–IFRS), потребно е да се истакне дека аналитичарите треба да имаат познавање за локалните општо прифатени сметководствени принципи (ОПСП–GAAP) и институционалните закони. Главна причина е што многу компании не ги зафатил овој процес. Истражувањето покажа дека околу 8.000 европски компании сега мораат да ги подготвуваат нивните консолидирани финансиски извештаи според МСФИ, но се проценува дека околу 5 милиони компании не се опфатени со барањата. Истражувањето, исто така, покажа дека примената на МСФИ од страна на европските компании се одразува на националните норми и конвенции. Од друга страна, компаниите од Америка, Јапонија, Кина и од Индија мораат да ги следат нивните локални ОПСП, а не МСФИ. Иако меѓународните стандарди за финансиско известување се прифатени од многу земји во светот, целосно или делумно, сепак остануваат разлики. Хармонизацијата на финансиското известување се однесува на целта за воспоставување на единствен сет на сметководствени стандарди кои ќе се користат на меѓународно ниво, а посебно на напорите за намалување на разликите меѓу националните стандарди и МСФИ.

Компарација на сметководството во Америка и во Азија

Врз развојот на националниот сметководствен систем влијаат повеќе фактори, вклучувајќи ги: изворите на финансирање, правниот систем, оданочување, политичките и економските односи и инфлацијата. Компаративното сметководство ќе биде разгледано во пет држави, две од Америка (САД и Мексико) и три од Азија (Јапонија, Кина и Индија). САД и Јапонија имаат многу развиени економии и се основачи на Комитетот за меѓународни сметководствени стандарди, преименуван во Одбор за меѓународни сметководствени стандарди (IASB), т.е. тие ја имаат главната улога во управувањето со агендата на Одборот (www.iasb.org). Мексико и Индија се брзорастечки индустриски земји, а Кина е економија во транзиција. Пазарните реформи во Јужна Америка од 1990-те години, како што се отстранување на заштитните бариери за увоз, привлекување на странски инвестиции и приватизирање на државни компании, договорот за слободна трговија со Северна Америка, создале нови движења во мексиканското сметководство, кое има многу заеднички карактеристики со другите држави

од Латинска Америка. Компаниите од целиот свет посакуваат да инвестираат во Кина, која се трансформира од централно-планска во пазарно ориентирана економија, а сметководствените случувања се важен дел од структурните промени во нејзината економија. „Ниедна голема меѓународна компанија не може да успее без стратегија Индија“ (Economist, June 3, 2006). Слично како Мексико и Индија е капиталистичка земја со традиционално цврсто интервенирање на владата и владина сопственост на клучните индустрии, со економија затворена за странски инвестиции и меѓународна конкуренција. Меѓутоа, оваа релативна изолација почнува да се менува, бидејќи владите ги приватизираат нивните делови во индустријата и сè повеќе се отвораат за глобалната економија.

САД според БДП (апсолутно и по жител) и капитализацијата на брзата ги надминува другите земји (PokerWorld in Figures, 2009). Нејзината економија е услужно ориентирана и е најголем трговски партнер на другите држави. Јапонија има напредна економија. Кина и Индија се значајно посиромашни од другите земји и нивните економии се претежно земјоделски и според индикаторите имаат значаен потенцијал за развој (Choi, Frederick; Meek, Gary, 2011).

Политичките и економските врски имаат важно влијание на сметководството во наведените држави. Американското сметководство било преземено од она во Обединетото Кралство заедно со англискиот јазик и правниот систем, но со растот на економијата во XX век, идеите за сметководство и финансиско известување имале значително влијание врз остатокот од светот. Мексиканските блиски економски врски со САД придонеле за прифаќање на американското сметководство. Во Кина ефектите од економските и од политичките врски се повеќе предвидливи и нејзините сметководствени стандарди се базираат на американските, со одредени прилагодувања кон МСФИ, бидејќи се надева на подобра комуникација со сè поголемиот број заинтересирани странски инвеститори. Индија е ново индустријализирана земја, која била дел од Британската империја и своето сметководство го презела од Велика Британија. Сепак, планира да ги усвои МСФИ како локални барања за известување, кои ќе ги заменат постоечките индиски ОПСП. (Deloitte, IFRSs and Indian GAAP: A Comparison 2008, www.iasplus.com). Компаниите од Америка, Јапонија, Кина и од Индија мораат да ги следат нивните избрани ОПСП, а не МСФИ.

Компаративно сметководство во Европската унија

Во рамките на Европската унија се разгледуваат сметководствените системи на неколку земји, за што ќе бидат приложени информации придружени со одредени дискусии за институционалната рамка за регулирање и развивање на сметководството во нив. И покрај глобалното приближување кон МСФИ, се смета дека аналитичарите треба да имаат познавање за локалните ОПСП и за институционалните договори. Главна причина е што многу компании не се зафатени од овој процес. На пример, околу 8.000 европски компании сега мораат да ги подготвуваат нивните консолидирани финансиски извештаи според МСФИ, но се проценува дека околу 5 милиони компании не се опфатени со овие барања. Од истражувањето може да се согледа дека примената на МСФИ од страна на европските компании се одразиле на националните норми и конвенции (Isabel von Keltz and KPMG, 2006).

Компаративната анализа е дадена за пет земји-членки на Европската унија и тоа: Франција, Германија, Холандија, Обединетото Кралство и Чешка (www.iasb.org). Франција, Германија и Холандија се членки на Европската економска заедница (ЕЕЗ) од нејзиното основање во 1957 година. Обединетото Кралство се приклучило во 1973 година. Сите овие земји се економски развиени и во нив се наоѓаат најголем дел од мултинационалните корпорации. Може да се каже дека тие се основоположници на Комитетот за меѓународни сметководствени стандарди (сега, Одбор за меѓународни сметководствени стандарди – IASB). Чешка е „нова“ економија, т.е. се соочува со рапиден индустриски раст. Сè до 1989 година била членка на т.н. Советски блок, а потоа преминува од планирана во пазарна економија и се приклучила кон ЕУ во 2004 година. Разликата помеѓу Чешка и другите земји е во тоа што нејзиниот БДП (апсолутен износ и по жител), увозот и извозот, капитализацијата на пазарот за хартии од вредност, се значајно помали (PockerWorld in Figures, 2009), а сепак има понапредна индустрија, но помалку услуги во споредба со другите земји.

Тренд во финансиското известување е објективно прикажување, барем за консолидираните финансиски извештаи. Во 2002 година, ЕУ ја одобри сметководствената регулатива која бара сите компании од ЕУ, котирани на берза, да ги следат МСФИ во подготовката на нивните финансиски извештаи, почнувајќи од 2005 година. Земјите-членки може

да ги прошират барањата и на сите компании, не само на котираните, вклучувајќи ги и финансиските извештаи на другите компании. Пред 2005 година во Европската унија постоеле многу национални стандарди со различни барања за целосност, софистицираност и надлежност, авторитет, кои покажувале различни влијанија на традиции и институционална поставеност на национално ниво (Whittington, 2005).

За да се разбере сметководството во Европа, мора да се разберат и МСФИ и локалните сметководствени барања. Многу компании ќе изберат да ги следат локалните барања во деловите каде МСФИ тоа го дозволува. На пример, тие можат да забележат дека во некои случаи МСФИ не се релевантни за нивните потреби или се премногу сложени.

Табела 1. Примена на МСФИ во избрани земји од ЕУ

		Чешка	Франција	Германија	Холандија	Обединето Кралство
Котиран компани	Консолидирани финансиски извештаи	Барано	Барано	Барано	Барано	Барано
	Финансиски извештаи на компани во сопственост на едно лице	Барано	Забрането	Дозволено, но само за информативни цели	Дозволено	Дозволено
Некотиран компани	Консолидирани финансиски извештаи	Дозволено	Дозволено	Дозволено	Дозволено	Дозволено
	Финансиски извештаи на компани во сопственост на едно лице	Забрането	Забрането	Дозволено, но само за информативни цели	Дозволено	Дозволено

Извор: Frederick Choi, Gary Meek, (2011) International Accounting, Prentice Hall, Boston, cmp.52.

Како што може да се види табелата 1 ги сумира барањата на ЕУ за користење на МСФИ во петте земји. Приближувањето во финансиското известување може да се очекува каде МСФИ се бараат, но разликите остануваат каде тие не се бараат.

Според барањата на МСФИ, финансиските извештаи се состојат од

консолидиран извештај за финансиската состојба, извештај за сеопфатна добивка, извештај за паричните текови, извештај за промена во капиталот и белешки кон финансиските извештаи. Белешките треба да содржат: сметководствени политики, менаџерски одлуки во врска со специфичните сметководствени политики, како и клучни претпоставки за иднината и други значајни проценки.

Споредбени информации се бараат само за претходниот период. Не постои барање од страна на МСФИ за објавување на финансиските извештаи на матичното претпријатие во прилог на консолидираните финансиски извештаи. Исто така, нема обврска за составување времени финансиски извештаи. Консолидацијата е базирана на контрола, која е моќ за управување со финансиските и со оперативните активности на друг ентитет. IASB ја предлага новата дефиниција за контрола: кога известувачкиот ентитет има моќ да ги насочува активностите на друг ентитет за да генерира профит за известувачкиот ентитет (Choi, Meek, 2011, стр.53). Генерално, сите подружници мора да бидат консолидирани, дури и ако контролата е временна или подружницата работи под долгорочни ограничувања на трансферот на средствата. МСФИ може да бидат нагласени во екстремно ретки околности за да се постигне објективно прикажување. Кога тие, природата, разумот и финансиското влијание отстапуваат од МСФИ, мора да бидат откриени, односно обелоденети. При примената на МСФИ во компаниите постои определена хетерогеност во различни јурисдикции, во термините, големината, структурата на капиталот, структурата на сопственоста и во степенот на софистицираност на сметководството (K.Schipper, 2005). ЕУ презема активности во насока на подобрување на квалитетот на финансиското известување за зголемување на нивната споредливост и транспарентност на пазарите на капитал (Dournik, Perera, 2012). Во врска со тоа, таа ја адаптира нејзината стратегија со надополнување (конвергенција) на националните ОПСП со МСФИ.

Меѓународна конвергенција на финансиското известување

Интегритетот на рамката за финансиско известување зависи од способноста на поставувачот на стандардот да урамнотежи различни гледни точки. Како клучни компоненти на потребите за објавување, стандардите

за сметководство и ревизија би требало да бидат присутни и тоа со висок и меѓународно прифатен квалитет (Objectives and Principles of Securities Regulation, May, 2003, 4.2.1.).

Квалитетните финансиски информации се така дизајнирани за корисниците на финансиски извештаи заедно со финансиската анализа, во толкувањето да го извлечат најдоброто и најкорисното за нив при донесувањето на нивните економски одлуки.

Сметководителите имаат испитувано многубројни влијанија во сметководствените системи на различни земји, зашто постојат разлики во финансиските извештаи помеѓу државите, вклучувајќи разновидни фактори, како: природата на сметководствените системи, степенот на економскиот развој, етапата на сметководствената едукација, како и петте општо прифатени фактори кои влијаат на финансиските извештаи во земјите и тоа: легален систем, оданочување, финансиски поддржувачи, инфлација и политички и економски влијанија и др. Во суштина многумина веруваат дека националната култура и природата на финансиските системи играат важна улога во оформувањето на сметководствените системи во земјите. Коментирајќи ја стратегијата на IASB за конвергенција преку процес на формална комуникација со водечките национални поставувачи на стандарди, професорот Steven Zeff предупредува за политички притисоци кои можат да бидат предизвикани од кои било иницијативи на Одборот за пропишување на специфични сметководствени постапки, елиминирање на алтернативни третмани, дополнителни барања за обелоденување или заострени интерпретации, односно толкувања (Zeff Steven, 2002).

Во 137 земји се бара сите домашни котиранн компании да ги користат МСФИ, од кои 27 земји се од Европската унија. Од сите јавни трговски компании во ЕУ се бара да ги користат МСФИ во подготвувањето на нивните консолидирани финансиски извештаи од 1 јануари 2005 година. Во повеќе случаи компаниите од ЕУ продолжија да ги користат домашните ОПСП во подготвувањето на финансиските извештаи на матичните претпријатија кои често служат како основа за оданочување. Како надополнување на ова, многу развиени земји од ЕУ побараа да ги користат МСФИ. Компаниите за известување, согласно со барањата утврдени за ЕУ се во согласност со МСФИ како што се усвоени од страна на Европската комисија (Delaney, P.,2011, стр.44). Ова, исто така, се однесува и на земјите од Источна Европа и земјите од поранешниот СССР кои можат да се прилагодат

на МСФИ со ориентирањето на нивните економии и сметководството кон слободен пазар. Од повеќето земји на западната хемисфера се бара или им се дозволува домашните компании да ги користат МСФИ во подготвување на финансиските извештаи. Во јануари 2006 година Одборот за сметководствени стандарди на Канада го потврди стратегискиот план за конвергирање на локалните со МСФИ за период од 5 години и на крајот од тој период постоечките канадски ОПСП ќе престанат да постојат како основа за финансиско известување во јавните компании. Во различни земји постои поинаков поглед на она што е или треба да биде примарна цел на финансиските извештаи што се должи на разликите во економската и социјалната средина, различни сметководствени практики и правни услови и барања. Во САД и во други земји целите се однесуваат на инвеститорите и на нивните одлуки, во Германија и други земји се дава предност на доверителите, во Франција потребите за информации на Владата играат голема улога.

Некои земји не дозволуваат домашните котиранн компании да ги користат МСФИ, но на странските компании кои учествуваат во домашната стоковна размена им дозволуваат да ја користат препораката од страна на Меѓународната организација на комисиите за хартии од вредност (IOSCO). На пример, Јапонија дозволува странските котиранн компании кои учествуваат во домашната размена на стоки во Токио да подготвуваат финансиски извештаи врз основа на МСФИ, усогласувајќи ги со јапонските ОПСП.

Конвергенцијата е процес на усогласување на финансиските извештаи на различни земји, со цел да се постигне задоволителен степен на споредливост и да се утврдат границите до кои тие би можеле да се разликуваат. Конвергенцијата на сметководствените стандарди најдобро може да се постигне преку развој на висококвалитетни заеднички стандарди со текот на времето, со можност за примена во многу земји.

Конвергенција на американските ОПСП и МСФИ

Меѓу американските ОПСП и МСФИ се јавуваат голем број разлики. Поради тоа, се јавува потреба од нивна конверзија, односно приближување. Во продолжение е даден преглед на сличностите и разликите помеѓу овие сметководствени рамки.

Табела 2. Сличности и разлики помеѓу ОПСП и МСФИ стандардите

ОПСП (GAAP)	МСФИ (IFRS)
Стандарди, насоки и структура за типично финансиско сметководство	Универзален метод за финансиско известување што им овозможува на меѓународните бизниси да се разберат едни со други и да работат заедно
САД	Околу 110 земји, вклучувајќи ги и земјите од ЕУ
Приходи или расходи, средства и обврски, добивки, загуби, сеопфатна добивка	Приходи или расходи, средства и обврски
Биланс на состојба, биланс на успех, извештај за сеопфатна добивка, промените во главнината, извештај за паричните текови	Биланс на состојба, биланс на успех, промените во главнината, извештај за паричните текови
ОПСП рамката нема одредба која бара од раководството да разгледа дали има отсуство на стандард или толкување за одредено прашање	Според МСФИ, од раководството задолжително се бара да ја разгледаат рамката, ако не постои стандард или толкување за одредено прашање
Широк фокус на обезбедување релевантни информации за широк спектар на чинители	
ОПСП обезбедува посебни цели за деловните и за неделовните субјекти	МСФИ го обезбедуваат истиот сет на цели за деловните и за неделовните субјекти
Според рамката на ОПСП средствата се дефинираат како идна економска корист	Според рамката на МСФИ на средствата се гледа како на ресурс од кој идната економска корист ќе значи прилив за компанијата

Извор: http://www.diffen.com/difference/GAAP_vs_IFRS.

Од табелата 2 можат да се согледаат сличностите и разликите помеѓу американските ОПСП и МСФИ врз основа на кои ќе се дискутира за приближувањето, односно конвергенцијата меѓу двата сета стандарди за финансиско известување.

Прво, ОПСП се сметководствени стандарди кои се користат во САД, додека МСФИ се сметководствени стандарди кои се користат во повеќе од 110 земји низ целиот свет. На ОПСП се гледа како на систем од правила, додека, пак, на МСФИ повеќе се гледа како на систем од принципи. Американската Комисија за хартии од вредност налага да се префрлат на МСФИ. Исто така, се гледа дека ОПСП и МСФИ имаат цел да обезбедат релевантни информации за широк спектар корисници. Сепак, ОПСП прави разлика меѓу деловните и неделовните субјекти, додека МСФИ ги поистоветува сите субјекти.

ОПСП нагласува рамномерни резултати и преглед на добивка од

година во година со што се овозможува информирање на инвеститорите со пореални резултати. Даноците, на пример, се пријавени врз основа на законските прописи, а не на она што компанијата всушност има платено. Тие се дизајнирани да им помогнат на инвеститорите да ја разберат просечната потрошувачка на капитал и оданочувањето на компанијата.

Согласно со ОПСП препорачливо е билансот на состојба да ги разграничува тековните и нетековните средства и обврски и во нив ги вклучува одложените даноци. Малцинските интереси се вклучени во обврски како посебна ставка. Според МСФИ потребно е одвојување на сегашните и нетековните средства и обврски и одложените даноци мора да бидат прикажани како посебна ставка во билансот на состојба. Малцинските интереси се вклучуваат во капиталот како посебна ставка.

Во ОПСП стекнатите нематеријални средства (како и оние за истражување, развој и рекламирање) се признаваат по објективна вредност, а во МСФИ тие се признати само ако средството има идни економски користи и има измерена сигурност.

Оваа споредба нагласува некои од позначајните ОПСП и МСФИ барања, како и главните сличности и разлики меѓу актуелните американски ОПСП и МСФИ. Сепак, напорите за прилагодување сами по себе нема да ги елиминираат сите разлики меѓу ОПСП на САД и МСФИ.

Секоја година IASB прави мали измени и дополнувања на МСФИ во годишен проект за подобрување. IASB и американскиот Одбор за стандарди по финансиско сметководство (FASB) работат заедно и во консултација со други национални и регионални тела од септември 2002 година за да се постигне прилагодување на МСФИ и ОПСП на САД, во заеднички сет на високо квалитетни глобални стандарди. Оваа одлука била отелотворена во Меморандумот за разбирање помеѓу одборите, познат како Договор Norwalk, каде двата одбора ветиле дека ќе ги користат нивните најдобри напори за да ги направат своите постоечки стандарди за финансиско известување целосно компатибилни и да ги координираат своите идни програми за работа и да се осигура дека еднаш постигнатата компатибилност се одржува (Doucник Timothy, Hector Perera, 2012). За да се постигне компатибилноста, одборите се согласуваат да преземат краткорочен проект, наменет за отстранување на различни индивидуални разлики меѓу ОПСП на САД и МСФИ (кои ги вклучуваат меѓународните сметководствени стандарди-МСС) и да го продолжат напредокот на заедничките проекти на кои во моментот заедно

работат, да ги охрабрат нивните толкувачки тела и да ги координираат своите активности.

Меморандумот за разбирање во основа го опфаќа следното: одборите се согласуваат да ги обезбедат потребните ресурси; двата одбора, исто така, се согласуваат да ги вложат сите напори за издавање на нацрт на изложеност на предложените измени на ОПСП на САД или МСФИ кои ќе рефлектираат со заеднички решенија за некои, а можеби и за сите разлики, идентификувани за вклучување во краткорочни проекти во текот на 2003 година; и како дел од процесот, IASB активно ќе се консултира со и ќе бара поддршка од другите поставувачи на национални стандарди и ќе ги презентира предлозите за поставување на стандарди во официјалните односи.

На нивните состаноци во април и во октомври 2005 година, одборите ја потврдиле својата заложба за приближување на ОПСП на САД и МСФИ и ја признале важноста на планот на конвергенција 2006-2008, во насока за отстранување на потребата за помирување на неамериканските компании кои ги користат МСФИ и се регистрирани во САД. Забележано е дека отстранувањето на ова помирување ќе зависи, меѓу другото, од ефективната имплементација на МСФИ во финансиските извештаи на компаниите и јурисдикциите и ќе претставува мерлив напредок во решавањето на приоритетните прашања на програмата за прилагодување на двата одбора.

Последни дискусии во врска со нивниот пристап кон програмата за прилагодување е наведен во договорот за следниве насоки (Amor, K.; Warner A., 2003): приближување на сметководствените стандарди најдобро може да се постигне преку развој на висококвалитетни, заеднички стандарди со текот на времето, развој на заеднички стандарди, кои ќе ги подобрат финансиските информации, пријавени за инвеститорите и стремеж на одборите кон прилагодување на двете групи на стандарди со замена на послабите со посилни стандарди.

Во својот трет извештај за напредокот, објавен во 2010 година, одборите ја истакнале потребата од идентификација на следниве области како приоритети за усогласување: финансиски инструменти; признавање на приходите; лизинг; договори за осигурување; презентација на останата сеопфатна добивка; објективна вредност–мерење и консолидација на инвестициони компании.

Во април 2012 година одборите го објавија заедничкиот извештај за

напредок во кој е опишан постигнатиот напредок на полето на финансиски инструменти, вклучувајќи ја и заедничката очекувана загуба поради оштетување (обезвреднување) на пристапот и повеќе конвергирани пристапи кон класификација и мерење.

Заклучок

Во светот постојат разлики во праксата на финансиското известување. Причините за такви разлики можат да бидат најразлични и тие предизвикуваат одредени проблеми за оние кои ги подготвуваат, ревидираат и интерпретираат финансиските извештаи, пред сè на дефинирање на одредени категории, но и при употреба на различни критериуми за нивно признавање и мерење. Во трудот се прикажани споредбени констатации на сличностите и разликите на националните стандарди на некои земји од Америка, Азија и Европа и МСФИ, како и нивно приближување, односно конвергенција.

Во развојот на сметководствената практика можеби нема да изостанат националните обележја, но сигурно е дека ќе продолжат активностите на подрачјето на хармонизацијата на меѓународното финансиско известување. Адаптирањето на сметководството на меѓународните движења обезбедува поуспешно комуницирање на меѓународен план. Конвергенцијата помеѓу МСФИ и ОПСП на САД нагласува некои од позначајните барања, како и главните сличности меѓу нив, но напорите за прилагодување сами по себе нема да ги елиминираат сите постоечки разлики. Компаниите кои известуваат согласно со барањата утврдени од ЕУ, кои се усогласени со МСФИ како што се усвоени од страна на Европската комисија. Аргументите кои одат во прилог на ова меѓународно приближување се доста јасни. Разликите во сметководствената практика и системите на известување ги отежнуваат меѓународните споредби кои многу значат и наметнуваат сè поголем товар на економската ефикасност.

Користена литература:

1. Amor, K.; Warner, A., (2003) *Uncovering Creative Accounting*, Prentice Hall, Financial Times, Pearson Education, pp.55
2. Choi, Frederick; Meek, Gary, (2011) *International Accounting*, Prentice Hall, Boston
3. Doupnik Timothy, Hector Perera: (2012) *International Accounting*, McGraw-Hill, New York,
4. Delaney, P.,(2011), *GAAP 2002 – Interpretation and Application of Generally Accepted Accounting Principles*, John Wiley and Sons, New York, pp.44
5. Economist, *Now for the Hard Part: A Survey of India*, June 3, 2006, 3
6. FEE (2009) “Future Approach to Setting Global Financial Reporting Standards“
7. Gannon D.J. (2009) *The IFRS Convergence Quandary, Budgeting & Reporting*
8. “IFRS Readiness Survey”, American Institute of Certified Public Accountants, May 2011
9. International Accounting Standards Board, 2011 IFRS – Consolidation with out early application, London: IFRS 2010
10. International Accounting Standards Board, 2011 IFRS – Consolidation with out early application, London: IFRS 2010
11. Keltz von Isabel and KPMG, *The Application of IFRSs: Choices in practice* (December 2006), www.kpmg.com
12. Nobes Christopher, Parker Robert,; (2008) *Comparative International Accounting*, Prentice Hall, London
13. *Objectives and Principles of Securities Regulation* May, 2003, 4.2.1.
14. *PockerWorld in Figures*, 2009 Edition (London: The Economist, 2008) и *The World Factbook*, www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/, 2009
15. Sekhani Pravin and Soman Giriraj, (2011) “IFRS Transition Strategy for E-Business Suite”, Infosys, 3
16. Whittington, (2005) “The Adoption of International Accounting Standards in the European Union”, *European Accounting Review* 14, no 1 pp. 127
17. Zeff Steven (2002), “Political Lobbying on Proposed Standards: A Challenge to the IASB”, *Accounting Horizons* 16, no.1, pp. 43-54

COMPARATIVE ACCOUNTING AND CONVERGENCE OF FINANCIAL REPORTING

Zoran Minovski, PhD

“Ss. Cyril and Methodius” University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
zminovski@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The accounting system in a great number of countries is closely intertwined in the ongoing process of globalization. It is generally accepted that accounting is conducive to economic growth and the advancement in national, regional and world economy. This macro-economic function of accounting in the developed cultures is realized by means of financial reports prepared for the capital market as a facility for recruitment and reallocation of limited financial resources. There are marked differences between the financial reporting systems in different countries. Comparative analysis goes to show that this disparity is existent not only between countries with distinctive accounting systems, but even within certain regional communities.

Financial reporting in the countries of America, Asia and Europe has many individual features, which make it highly diverse. Some of the differences are of terminology nature, while others arise from the legal, i.e. professional regulation of the accounting practice. This creates the need for financial reporting harmonization. Notwithstanding the even greater accomplishments in the field of harmonization, they still don't equal elimination of specifics of single countries' systems. Accounting standards convergence refers to the intention of establishing a single set of accounting standards, which can be adopted on international level, with emphasis on the efforts to reduce the dissimilarities between the American GAAP and IFRS.

Key words: *comparative accounting, international financial reporting, international financial reporting standards, convergence*

СОСТОЈБИТЕ, ИНОВАТИВНОСТА И ИНВЕНТИВНОСТА ВО ЕЛЕКТРОНСКОТО РАБОТЕЊЕ

проф. д-р Вера Наумовска
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
verana@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

ИКТ постојано бележат свој развој, особено нивната апликативна страна во одделните области на човековото живеење, со што го прават поефективно, поефикасно и порелаксирано. Електронското работење или е-бизнисот, кое почива на ИКТ, исто така мора да ги аплицира најновите хардверски и софтверски решенија, бидејќи е подложно не само на локална ограничена конкуренција, туку и на глобалната - регионална, континентална и интерконтинентална конкуренција, така што се принудени постојано да ги следат иновациите во ИКТ, да ги применуваат кај себе и во своето работење, да го иновираат исто така од аспект на одделните бизнис активности кои се карактеристични за секој од нив. Трудот прави кратка ретроспектива на е-работењето, со посебен осврт на детално и содржајно акцентирање на иновативностите и инвентивностите што се разработуваат постојано од страна на претпријатијата, при што се следи моментот кога треба да се комерцијализираат и тоа практикување е постојано и неминовно.

Клучни зборови: е-бизнис, е-трговија, ИКТ, иновативност, инвентивност

Вовед

Иновативноста и инвентивноста во секоја област од деловното работење помага за подобрување и зголемување на ефикасноста во работењето, особено кога е во прашање дигитализацијата на активностите, а

со тоа имаме и позадоволни крајни корисници од областите и од дејностите каде што им се придава значење и се практикуваат. Електронското работење преку ИКТ овозможува оптимално менаџирање со интерните работни процеси и релациите со добавувачите, купувачите и со бизнис партнерите во комплексна и глобална конкурентност, што дозволува пристап до нови пазари, а со смалени трошоци при трансакциите (Tan et al., 2010; Tan, Y. L., L. A. (2007). Е-работењето е дел од глобалната бизнис стратегија на секое претпријатие и претставува неминовност со оглед на промените што се случуваат во интернетот, широкопојасните, безжични и видео технологии, за кои се смета дека до 2030 г. ќе достигнат до 90% распространетост, односно кај нив S-кривата се движела 10% пенетрација во 1994год. -за интернет технологијата, а забрзано 50% пенетрација во 1996год. - за безжичната, (BBC, 2008; Sanchez, E., et. al. 2006). Така, ИКТ станаа најбрзо растечка технологија во светската историја - во САД, на пример, требаше 46 години да поминат за 30% од населението да користи електрична енергија, 38 години да поминат за 30% од населението да користи телефон, 17 години да поминат за 30% од населението да користи ТВ, а интернетот само 7 години за 30% од населението да го користи.

1. Методологија на истражување

Трудот е изработен во духот на традиционални истражувања со анализа на релевантна актуелна литература за развој на теоретски концепции, истражување на методи и инструменти, емпириска анализа на податоци од различни извори и опсервации на авторот. Од аспект на литературата се разгледани состојбите, иновативностите и инвентивноста на е-работењето и бенефитите на ИКТ за потребите на е-работењето, а се среќаваат во трудовите на (P.F. Drucker, 1994, Damanpour, 1996, Sundbo, 1998. M. Singh, D. Waddell, 2004; A. Arora, A. Fosfuri, A. Gambardella, 2002). Така иновативноста и инвентивноста во ИКТ, придонесе многу хардверски и софтверски решенија да го унапредат е-работењето, а сè со цел да се зголеми конкурентноста преку зголемување на продажбата (Dubelaar et al., 2005; Scupola, 2009), да се подобрат каналите на дистрибуција (Scupola, 2009; Tan et al., 2010) и да се подобри сервисирањето на потрошувачите (Scupola, 2009). А за да даде тоа резултати, претпријатијата мора да бидат

интерно и екстерно е-подготвени (Su, Tsang & Peng, 2008; Laursen & Salter, 2006; Lu, Tsang, & Peng, 2008; Su, Tsang, & Peng, 2009, Molla and Licker (2005a; 2005b), Chun-Sheng Yu & Xue-Bing Dong, 2013).

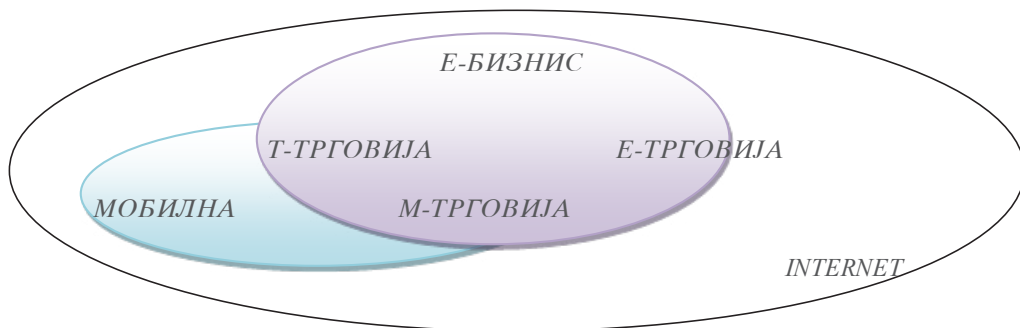
2. Резултати и нивна анализа

2.1. Осврт врз развојот на е-трговијата и е –бизнисот

Зачетоците на е-бизнисот се среќаваат уште во 60-те и 70-те години од XX век, кога не се користи терминот е-бизнис, а функционираше во рамките на едно претпријатие по одделните департмани за нивните активности и со соодветна компјутерска и софтверска опременост (размена на бизнис информации) и правење на е-транзакции – испраќање на е-документи помеѓу две или повеќе претпријатија преку приватни мрежи-VAN. Тоа го овозможувале тогашните технологии EDI и EFT. Терминот е-бизнис се користи од 1996 год. кога прв го вовеле ИБМ, за потоа слични дефиниции да се среќаваат кај многу автори (Davies & Garcia-Sierra, 1999) и други. Е-трговијата профункционира од 1991год., кога интернетот се комерцијализира. Бидејќи е-трговијата за одделни видови производи во почетокот покажа особено видни резултати (Amazon и eBay како чисто интернет компании) присутни се и денес како водечки најголеми интернет трговци на мало, а им се приклучија Dell, Staples, Office Depot, и Hewlett Packard, како и сите други компании кои се присутни на интернет.

Заради постигнатиот голем успех во е-трговијата, иако еден голем дел е-претпријатија бележат колапс во (2000-2002), почнуваат да се пишуваат голем број трудови во вид на книги, статии во дневни, неделни, магазински и научни списанија, така што во тој период и не се прави стриктна дистинкција на термините е-бизнис и е-трговија, туку се користат наизменично. Меѓутоа, веќе од 1996 год. е-бизнисот почнува да се третира како издиференциран широк поим кој во себе ја вклучува и е-трговијата, како нераскинлив дел од бизнис работењето на секое претпријатие, а појавата на мобилните уреди на е-трговијата ѝ додели нов пододдел м-трговија во 1997 и пододдел т-трговија која се базира на уредите (паметен ТВ, таблет и компјутери на допир (Сл.1).

Сл.1. Е-бизнис



Извор: <http://www.cad.gov.sg/topNav/hom/>

Овде припаѓаат и термините интернет и WWW, кои луѓето често ги користат наизменично, иако не се синоними. Интернетот во 1960-те, 1970-тите и 1980-те се користи за е-пошта и трансфер на фајлови и ограничен е само на вработените во државни институции, истражувачи, универзитетски професори и студенти. Кога www почна да се користи преку интернетот со поддршка на HTTP, URL, веб серверите, веб сите-овите и веб браузерите-пребарувачите, се равива сè поголемата примена на интернетот во сите домени на човековото живеење.

2.2. Технологии во е-трговијата и е-бизнисот

Во е-работењето се користат различни типови на мрежи за извршување на различни специфични активности, како интернет со VIS, VCS, VDS, VTS, екстранет и интранет, а од www, комерцијалните веб сајтови, порталите и киосците. Така, интернетот овозможи глобално поврзување и осознавање за постоењето на претпријатијата и комуникација со потрошувачите преку веб сајтови, ефикасна и ефтина е-пошта и онлине продавање/купување. Екстранетот им овозможи на блиските деловни компании меѓусебната соработка - размена на деловни информации на безбеден начин. Интранетот овозможи комуникација и размена на информации помеѓу вработените по департмани без да ги напуштаат своите работни места. Порталот е веб

сајт што нуди голем број на ресурси и услуги, како е-пошта, онлине групи за дискусија, пребарувачки машини и онлине схопинг молови; водечки портали се Yahoo!, Netscape, Microsoft и AOL; чисти (еднородни) портали се Garden.com за градинари, Fool.com за инвеститори и SearchNetworking.com - за мрежен администратор и многу други. Киоск е јавен компјутерски систем кој дозволува интерактивно пребарување на информации каде програмот се користи на цел екран (showroom на производител на коли каде се разгледуваат моделите на коли).

Компјутерството во облак овозможува без да се располага со моќни хардверски уреди и софтверски програми, претпријатијата ефикасно можат да работат само со минимална хардверска опрема (таблет, паметен мобилен телефон, ноутбук компјутер или наједноставен персоналец), бидејќи сето друго се наоѓа на далечински сервер со кој управуваат провајдери за услугите од (SaaS-инфраструктура како сервис- корисникот наместо да има свој сервер, софтвер, хард диск, мрежа, се користат како виртуелна услуга за да ја користи дадената апликација на пример Gmail; PaaS- не се потребни софтверски инсталации за програмери-на пример Google App Engine; IaaS- не се потребни хардверски инсталации за мрежно администрирање. Со LAN, TT, GSM, GPRS, UMTS, WAP се овозможи мобилните уреди да се користат и за сите ситуации на е-трговијата.

2.3 Сегашна состојба на е-трговијата и на е-бизнисот

Моментално, е-бизнисот и е-трговијата кај различни претпријатија се карактеризира од користење на едноставни сајтови кои пружаат корпоративни информации до сајтови кои нудат производи и услуги за продажба online и сајтови што нудат ретки производи. Но, исто така, интернетот овозможува користење на различни иновативни алатки и ресурси што помагаат за намалување на трошоците и зголемување на продуктивноста. За тоа да се оствари ефикасно, потребно е поддршка од електронско сместување на бизнис информациите и записите за кои е потребно и моќна хардверска опрема: сервер со терабајтна моќност, хард или екстерни дискови со исто така голема моќност заради сместување на текстовни фајлови, на табеларни прикази и различни структурирани и неструктурирани податоци, содржини од социјални медиуми што засега

само 9-12% од претпријатијата ги зачувуваат овие содржини, мобилните уреди 33% од вработените ги користат, а 52% се служат со столните компјутери или портабл компјутерите, (Osterman Research).

Помеѓу најголемите светски канали на малопродажба е воведувањето на omni channel услуги (општи каналски точки), покрај multi-channel (повеќе каналски) и cross-channel (меѓу каналски) услуги на малопродажба. Omni channel значи употреба на два канали симултано-користење на мобилен додека сте во продавница или таблет додека гледате телевизија. Multi-channel означува купување преку различни канали-продавница, центар за повик или преку пошта врз база на каталог. Cross-channel значи комбинирно купување од неколку различни канали за иста куповна трансакција- купопродажна трансакција преку вебсајт, а подигање на производот во продавница.

Користењето на повеќе видови на начини на купопродажба е потребна поради фактот што потрошувачите некогаш не можат да дојдат до саканиот бренд локално или цените се поефтини online или сервисирањето е подобро при класично купување, или им е подобро купопродажната трансакција да ја направат online, а да го подигнат производот во класична продавница или да пазарат во класична продавница, а производот да го добијат на домашна адреса. Заради тоа се претпочита користењето на каналските точки со кои се опфатени сите можни канали на продажба, при што со терминот мулти се мисли на повеќе, а со омни се мисли на сите канали (мобилен интернет уреди, десктоп, ноутбук или лаптоп компјутери, таблети, паметни мобилни и ТВ уреди, радио, директна пошта, каталожка продажба и класични продавници - за купувачи кои сèуште одредени производи сакаат да ги видат во живо, да ги допрат и да ги пробаат, а тоа се, на пример, 75% купувачи во САД и 80% купувачи во Велика Британија). Но, во класичните продавници, особено младите користат и мобилни уреди за купување во ситуации кога големината на саканиот производ ја нема моментално во продавницата или одредениот производ во таа продавница има повисока цена (K.Romanowska, 10.04.2015). Заради тоа, продавачот користи технологии на користење на слични креативни решенија на десктоп и мобилни уреди заради поголема ефикасност и посилен ефект на препознавање на брендот преку поголема фреквенција и конзистентност на огласните пораки, за таргетирање на десктоп уреди, мобилните уреди кои овозможуваат тесно и локациско таргетирање: на ниво на улица или град, со што значајно се намалуваат трошоците на залихата, се зголемува

сервисирањето на потрошувачот и техниката на синџири на снабдување за подобро менаџирање, а се максимизира бруто-добивката. Така купувачот може да пребарува, да се распрашува преку е-пошта, преку усна препорака да размени искуства, да користи социјални пораки на (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Pinterest), посета на веб сајтот на продавачот, разговор преку паметен мобилен телефон итн. За сето ова да биде возможно, ИТ инженерите, девелоперите на сајтови и менаџерите на производството ќе се фокусираат на нивно интегрално работење. Така, CEO на Best Buy, г-н Hubert Jolly (Ozmek. A, 2015) изјавил дека ќе ангажираат околу 100 професионалци за да се применат omni каналски точки за е-трговија. Исто така се атрактивни и добро е помалите е-трговци да им се приклучат на познатите електронски пазари, како Sears со 10000 трговци-продавачи и 110 милиј. производи, Rakutem со 3000 трговци и 23 милиј. производи- присутен во Европа, Азија и во Америка, Newegg со 4000 трговци, LaRedoute со 1000 трговци – оперира во 16 земји во Европа и има 10 милиј. посетители, Mercadolibre со 52000 трговци и 99.5 милиј. посетители - оперира во 13 латиноамерикански земји итн.

2.4 Нови технологии и трендови во е-бизнисот и во е-трговијата

Во 2017 година ќе има 3.6 милијарди корисници на интернет, а 2.38 милијарди од целиот сообраќај ќе доаѓа од мобилните уреди, кои се очекува да растат и во 2018 година да бидат 1,62 милијарди онлине потрошувачи (Pumnts, 2015) и 2,56 милијарди корисници на паметни телефони во целиот свет (Emarketer.com, 2015). Така и трансакциите во е-трговијата 25.8% ќе припаѓаат на мобилни плаќања (Aduen, 2015).

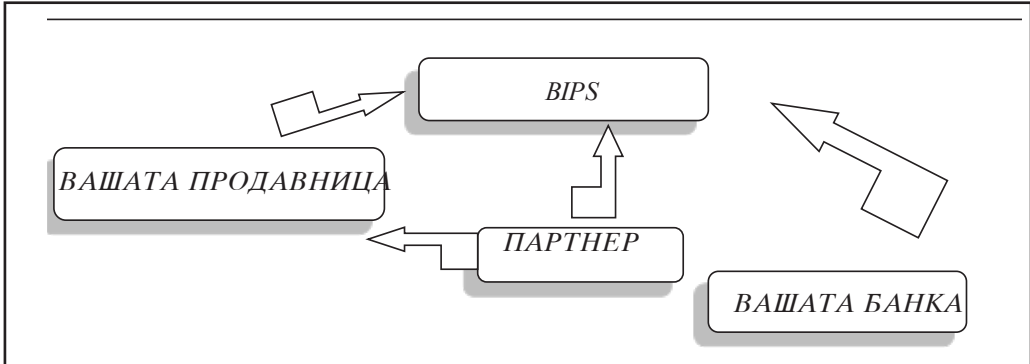
Интернетот го смени начинот на кој потрошувачите комуницираат, се едуцираат, се забавуваат и донесуваат одлуки за купување. Потрошувачите истовремено и без маќа користат повеќе уреди, постојано објавуваат текстови на Twitter, гледаат телевизија на мобилни уреди, праќаат прашања на конференции преку Twitter и купуваат производи преку скенирање на QR кодови, на пример на постери за возила. Мобилните уреди со можности за мобилен трансфер на пари, мобилен АТМ, мобилно купување карти, мобилни ваучери, купони и карти за лојалност, мобилно банкарство, мобилно брокерство, мобилни аукции, мобилно пребарување, мобилно купување,

мобилнн маркетинг и мобилно огласување, се едни од главните двигатели на забрзаниот раст на конзумирањето на содржина преку дигитални медиуми. Паметните мобилни телефони и таблетите се лесни за носење, користење и се сè достапни (не се скапи и може повеќе луѓе да си дозволат да ги купат), овозможуваат пристап на корисниците од било каде, во кое било време, со кого било.

Социјалните мрежи (се користат за претставување на брендови и тоа 80% на Facebook; 82% на Twitter и 60% на YouTube, (K. Romanowska, 2015). Во последно време на Instagram преминуваат сè повеќе брендови во однос на Facebook; бидејќи им овозможува постирање на сè поголема содржина (Ozmek A. (17.03.2015). Тие се исто така растечки медиум каде е-трговското работење е сè позастапено и поактуелно, иако засега доминираат секторите на спорт, миленичиња и рекреација. Но и модните трговци на облека почнуваат да го користат најмногу Instagram (45%) како продажно место за своите модни дизајнерски луксузни производи на кои пристапуваат нивните фанови. Преку слики се креираат вредностите на брендот, како што го прави тоа Наик (Nike's Instagram page). Потоа на потрошувачите одделни компании веќе не ги нудат производите за облека преку модни лица на модни писти, туку во секојдневни ситуации со слики или со виео клипови се прикажуваат за какви ситуации се наменети, како се носат, потоа обувки, наменети за разни терени, како се носат во конкретните услови (GoPro's Instagram profile) итн. Според истражувањата на Deloitte Touche, Tohmatsu Limited (Deloitte Global компаниите од сервиси за храна, пијалци и трговија на мало се смета дека ќе бидат опремени да поддржат мобилни плаќања). Deloitte смета дека во 2015 год. 5% од сопствениците на телефони со NFC, чија светска база е 600-650 милиони, ќе се користат најмалку еднаш месечно без контактно плаќање во продавниците во однос на 2014 год., кога тоа го направиле 0.5% од NFC сопствениците на мобилни телефони, чии вкупен број бил 450-500 милиони (Deloitte, 2015).

ALLUnite, основано на крајот од септември 2013 год. од Kasper Gevalding i Esben Elmoe, развиле Wi-fi кутија преку која се испраќаат огласи директно на паметните мобилни телефони на потрошувачите, додека тие пазаруваат во класична продавница. Ова решение е раширено во Данска, Шведска, Шпанија, Франција, Италија, Полска и во Романија, потоа глобално во Кина, Тајланд, Пакистан, Чиле, Австралија и во Јужна Африка.

Сл.2. Функционирање на iBeacon



Извор: <http://www.coindesk.com/information/bitcoin-retail-pos-systems/>

Што се однесува до дигиталните пари, Apple-вата iBeacon технологијата (Сл.2) со софтверските апликации (BigCommerce, WooCommerce, Shopify) за iPhone и iPad може да ја детектира локацијата каде е мобилниот уред преку безжичен сензор наречен беацон, лансирана во декември 2013год. Со iBeacon се праќаат пораки на паметните мобилни телефони додека се пазарува физичка продавница, бидејќи веќе 30% од сопствениците на паметните мобилни телефони користат апликации за трговија на мало, а се користи во Велика Британија и во Франција (CoinDesk, 2014). Rakuten – јапонската интернет компанија за е-трговија има прифатено bitcoin плаќања, а се очекува тоа да го направи и Rakuten од САД и од Германија, а PayPal има прифатено ограничен вид на Bitcoin плаќања. Во ноември 2013год. Аргос, објавува дека ќе лансира 6 нови дигитални продавници низ Велика Британија, кои би дозволиле потрошувачите да користат iPad додека пазаруваат преку апликации за пазарување со видео презентации за производот, подготвен со Wi-fi.

Постојаната иновација и кастамизација на вебот ќе продолжи да ја диверзифицира трговијата. Онлине трговците ќе се доближуваат до потрошувачите преку персонализирани можности за секој во онлине пазарувањето со следење на потребите на потрошувачите преку апликација за менаџмент со информации за производите. Ќе има сè повеќе воведување на мобилни апликации за мобилно пазарување, бидејќи веќе 2/3 од е-пошта се отвора преку мобилните уреди. Ќе се става на видео и визуелна содржина, потоа вработените кои се поврзани на социјалните мрежи најчесто на

Twitter, LinkedIn и Facebook, ќе можат да шират запознавање со сопственото претпријатие, така што ако претпријатието има 1000 вработени, значи дека има 3000 пристапи на напред предочените 3 социјални мрежи и ако во просек се има 400 клика на пријатели, фанови и набљудувачи, тоа значи дека 1200000 луѓе ќе дознаат за претпријатието, односно на овој начин вработените стануваат амбасадори на брендот на претпријатието. Користењето на каналски точки на продажба е сè позастапено, ставањето на банери на најпосетуваните сајтови од страна на лојалните потрошувачи (Newreople, 2015), директен пристап до далечни пазари, пократок ланец на испорака (се смета дека дроновите можат да придонесат за побрза испорака ако дистрибуираат производи во одредени центри, блиски до дигиталните купувачи, а потоа со друг вид на превоз се достават до купувачите. Но, сèуште постои недоверба во дроновите - на пример во Велика Британија само 17% испитаници сметаат дека е возможно да се воведат, бидејќи постојат и негативни искуства за нивното користење (Emarketer, april, 2015), лесно ажурирање на податоците, овозможува поголема ефикасност и конкуритивност во е-работењето.

Во наредните години ќе бидеме сведоци на драматичен раст на примена на различни ИКТ технологии, кои се базираат на користење на сè поинтелигентни уреди за лична употреба и за употреба во сите сфери на бизнис работењето, кое ќе ја глобализира локализираноста и сè повеќе луѓе на своите работни места ќе бидат приклучени на интернет.

Се работи на *DBaaS*, при што претпријатијата од сите големини ќе можат да ги елиминираат трошоците и комплексноста во администрирањето со базите на податоци, администрација, архитектура и хардверот. Apple-овиот iPhone 5s има технологија на отпечаток на прст, која како нова биометриска идентификација ја рedefинира мобилната сигурност, што ќе претставува предност за м-трговијата. Овој вид на идентификација почнува да се применува во iTunes продавниците, App и iBook продавниците.

Амазон има воведено нова технологија, која помага потрошувачите да купуваат производи без да платат за нив моментално во продавницата на каса. Технологијата вклучува камера, сензори и RFID тагови што идентификуваат клиенти и производи со нивните кошници за купување. Така се настојува и во индустријата-фабриките преку сензори да ја следат работата на машините и тој обем на податоци го праќаат во компјутерски системи кои можат да се наоѓаат на веб Облак компјутерство и, врз основа

на анализа на добиените податоци од системот, предвидуваат дефекти-расипувања на уредите пред тие да се случат (анализа на предвидување), како и кај временските прогнози.

Безжичната комуникација, како пренос на информации на растојание, било да е кратко далечинско или долго далечинско, примерно има свој развоен пат, којшто се нарекува генерации на технолошки развој на комуникациите. Така, во раните 1970-ти год. имаме 0 генерација на мобилни, за од 1980-те год. да имаме 1 генерација (1Г) со мобилни телефони, потоа се воведува 2Г со дигитален систем, каде што имаме и две ревизии наречени 2.5Г со користење на GPRS и 2.75 Г со користење на EDGE и WAP, потоа во 2001год. се користи 3Г, од 2011год. се воведува 4Г и од 2013год. имаме 5Г со можности за многу брз проток на пакети на податоци кои се смета дека ќе се омасови до 2020 год. и ќе биде WWW. Се среќава и 6Г систем кој ќе интегрира 5Г безжичен мобилен систем и сателитска мрежа, а веќе се конструирани во САД како GPS, во Кина како COMPASS, во ЕУ како Galileo, и во Русија како GLONASS. Понатаму, во одделни напредни истражувачки трудови се среќаваат и 7Г мобилна мрежа, како сателит за мобилна комуникација и новите усовршувања во мобилните технологии кои сега се навестуваат како 7.5Г или 8Г со поголеми можности на мобилните уреди, а со пониски трошоци. (enгр. M Farooq, Enгр. M Ishtiaq Ahmed, Enгр. Usman M Al, 2013).

Заклучок

Постојаното унапредување на сите полиња на ИКТ доведува да имаме конкурентско, одржливо, иновативно и инвентивно е-работење, т.е е-бизнис. Конкурентноста во е-бизнисот доведува до подобрување на квалитетот на производите, унапредување со синцирот на снабдување со добавувачите и со потрошувачите, осовременување со сервисирањето на купувачите, базирано на постојано пазарно истражување. Одржливоста во е-бизнисот овозможува постигнување на енергетска ефикасност, помало користење на необновливи ресурси, поекономично користење на суровини и на други ресурси. Иновативноста и инвентивноста во е-бизнисот овозможува постојано усовршување на работните процеси, на финалните производи, осовременување на сервисирањето на потрошувачите и на организациската

структура на претпријатијата. Затоа, ИКТкористена во бизнисот, не е само первазивна, туку и иновативна и иновациска и прогресивна кон нудење на напредни и софистицирани хардверски и софтверски решенија, при што мора да се почитува изреката “иновирај или исчезни”, која содржи длабока вистина.

Сите овие домени на ИКТ се релевантни на различни нивоа: на микро ниво за индивидуални компании, на мезо ниво за индустриите и на макро ниво за економиите на секоја земја, па и во целина во светот, а мерењето ЕУ го изразува со DESI индексот.

Користена литература:

1. Ayden, (2015): *Mobile Payments Index Q4 report*. 28.01.2015 Adyen, The global payments technology company, <https://www.internetretailer.com/2015/01/28/26-web-transactions-are-mobile-adyen-reports>.
2. BBC News Wire, (2008): Nokia Pushes 4G Wireless Plans, *BBC News Wire*; April 15, 2008;
3. Belobrov Angela, Breban Claudia Maria, (2014): Innovation in E-business Systems: Possibility of Application on Regional Level, Annals of the „Constantin Brâncuși” University of Târgu Jiu, Economy Series, Special Issue/2014- *Information society and sustainable development*.
4. Bartholomew, Aleke; Wainwright, David; and Udechukwu, Ojiako, (2010): “Diffusion of ICT Innovation and E-Business Adoption in Agribusiness SMR’s: A Developing Country Perspective”, *UK Academy for Information Systems Conference Proceedings 2010*. Paper 4. <http://aisel.aisnet.org/ukais2010/4>
5. Davies, A. J. and Garcia-Sierra, A. J. (1999): Implementing electronic commerce in SMEs – three case studies. *BT Technology Journal*, 17(3): 97-111
6. David A. Marca, E-business, (2008): Innovation- *Surviving the Coming Decades* , ICE-B 2008, Proceedings of the 2008 International Conference on e-Business, ICE-B is part of ICETE - The International Joint Conference on e-Business and Telecommunications. Porto, Portugal. PP.5-16, July, http://www.openprocess.com/e-Business_Innovation.pdf
7. Damanpour, F., (1996): Organizational complexity and innovation: Developing and testing multiple contingency models. *Management Science*, 42(5), 693–716.
8. Deloitte, (2015): Mobile Payments (Finally) Gain Momentum in 2015, <http://deloitte.wsj.com/cio/2015/03/24/mobile-payments-finally-gain-momentum-in-2015/>.
9. Drucker P.F., (1994): *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*,

Heinemann, London.

10. Dubelaar, C., A. Sohal, et al., (2005): "Benefits, impediments and critical success factors in B2C E-business adoption". *Technovation* 25(11): 1251-1262.
11. Emarketer.com, (2015): 2 Billion Consumers Worldwide to Get Smart(phones) by 2016-Over half of mobile phone users globally will have smartphones in 2018, <http://www.emarketer.com/Article/2-Billion-Consumers-Worldwide-Smartphones-by-2016/1011694#sthash.3NEUnbly.dpuf>
12. Emarketer, (2015), Drone Deliveries Have the Potential for Takeoff in the UK Can drones deliver for UK consumers?, <http://www.emarketer.com/Article/Drone-Deliveries-Have-Potential-Takeoff-UK/1012394/2>.
13. Farooq Engr. Muhammad, Ishtiaq Engr. Muhammad, Engr. Usman M Al, (2013): Future Generations of Mobile Communication Networks, *Academy of Contemporary Research Journal* Volume 2, Issue 1, pp. 1-7.
14. How to Accept Bitcoin Payments for Your Store, (2015): <http://www.coindesk.com/information/bitcoin-retail-pos-systems/>
15. E-business watch, (2010): ICT and e-Business for an Innovative and Sustainable Economy, 7th Synthesis Report of the Sectoral e-Business Watch (2010), e-business watch, European commission, website, (<http://www.ebusiness-watch.org>).
16. Izakowski L. (2015): Oracle Report: Five best practices for omnichannel success, 10/04/2015, <http://evigo.com/19311-oracle-report-five-best-practices-omnichannel-success/>
17. Laursen, K., & Salter, A., (2006): Open for Innovation: The role of openness in explaining innovative performance among UK manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27(2), 131-10.
18. Laursen, K., & Salter, A., (2006): Open for Innovation: The role of openness in explaining innovative performance among UK manufacturing firms. *Strategic Management Journal*, 27(2), 131-10.
19. Lu, Y., Tsang, E. W. K. & Peng, M., (2008): Knowledge management and innovation strategy in the Asia Pacific: Toward an institution-based view. *Asia Pacific Journal*
20. Lu, Y., Tsang, E. W. K. & Peng, M., (2008): Knowledge management and innovation strategy in the Asia Pacific: Toward an institution-based view. *Asia Pacific Journal*.
21. Marca David, (2008): E-usiness Innovation, Surviving the Coming Decades, *Proceedings of the 2008 International Conference on e-Business*, July.
22. Molla, A., & Licker, P. S. (2005a): E-Commerce adoption in developing countries: A model and instrument. *Information & Management*, 42(6), 877-899.
23. Molla, A., & Licker, P. S. (2005b): Perceived e-readiness factors in e-commerce adoption: An empirical investigation in a developing country. *International Journal of Electronic Commerce*, 10(1), 83-110.
24. Ozmek A. (2015): Report: marketers choosing Instagram over Facebook, 17.03.2015, <http://evigo.com/19111-report-marketers-choosing-instagram-facebook/>.
25. Pymnts, (2015): Developing the Global ecommerce Economy, <http://www.pymnts.com/in-depth/2015/developing-the-global-ecommerce-economy/#.vstytpmueku>,

2015

26. Romanowska Katarzyna, (2015): Report: Brands are taking advantages of Instagram, <http://evigo.com/19281-research-brands-are-taking-advantages-of-instagram/>.
27. Romanowska Katarzyna, (2015): U.S. consumers use smartphones for purchases in-store, 10.04.2015, <http://evigo.com/19333-report-u-s-consumers-use-smartphones-for-purchases-in-store/>.
28. Scupola, A., (2009): SMEs' e-commerce adoption: perspectives from Denmark and Australia. *Journal of Enterprise Information Management*, 22(1/2): 152-166.
29. Sanchez, E., et. al. (2006): Service-Oriented Architecture for Mobile Phones, in proc. ICE-B'06.
30. Sundbo, (1998): *The Theory of Innovation: Entrepreneurs, Technology and Strategy*, Edward Elgar, Massachusetts, 1998.
31. Su, Y. S., Tsang, E., & Peng, M., (2009): How do internal capabilities and external partnerships affect innovativeness? *Asia Pacific Journal of Management*, 26(2), 309-331.
32. Singh M., D. Waddell, (2004): *E-Business Innovation and Change Management*, IRM Press, London.
33. Srinath Perera, Prof., Kirti Ruikar, Dr, Bingunath Ingirige, Dr. (2011): Editorial - innovation in construction e-business, *Journal of Information Technology in Construction (ITcon)*, Vol. 16, pg. 635-636, <http://www.itcon.org/2011/36> Zhang, S., & Li, X. (2008). Managerial ties, firm resources, and performance of cluster firms. *Asia Pacific, Journal of Management*, 25(4), 615-633.
34. Tan, Y. L., L. A., (2007): Adoption of ICT among small business: vision vs. reality., *International Journal of Electronic Business*, 5(2): 188-203.
35. Tan, K. S., Chong, S. C. et al., (2009): Internet-based ICT adoption: evidence from Malaysian SMEs. *Industrial Management & Data Systems*, 109(2): 224 -244.
36. Tan, K., S. Chong, et al. (2010): Internetbased ICT adoption among SMEs, *Management* 23(1): 27-55.
37. Top 10 e-Commerce Trends For 2015, (2015): <http://www.newpeople.nl/marketing-blog/top-10-> *Management*, 25(3), 361-374.
38. Valacich, J., & Schneider, C. (2011): *Information Systems Today Managing In The Digital World*. Pearson Education. ISBN 13: 978-0-273-75681-1

Акроними

ATM (Automated Teller Machine)

DBaaS (Database-as-a-Service)

DESI (Digital Economy and Society Index)

EDGE (Enhanced Data GSM Environment)

GSM (Global System for Mobile communication)

GPRS (General Packet Radio Service)

EDI (Electronic Data Interchange)

EFT (Electronig Funds Transfer)

ISTE (The International Society for Technology in Education) www.iste.org

IaaS (Infrastrucure as a Service)

LAN (Local Area Network)

NFC (Near-field Communications-Equipped)

NYSCATE (The New York State Association for Computers and Technologies in Education) www.nyscate.org

PaaS (Platform as a service)

PP (PowerPoint)

RFID (Radio-Frequency Identification)

SaaS (Software as a Service)

TT (Telecommunications Technology)

QR (Quick Response)

VAN (Virtual Private Network)

VIS (Virtual Information Space)

VCS (Virtual Communication Space)

VDS (Virtual Distribution Space)

VTS (Virtual Transaction Space)

UMTS (Universal Mobile Telecommunications System),

WAP (Wireless Application Protocol),

Wi-fi (Wireless Fidelity)

WWW (World Wide Wireless Web)

THE STASUSES, THE INNOVATION AND THE INVENTION IN E-BUSINESS

Vera Naumovska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
verana@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

ICTs, are continually developing in particular in terms their applicability in all areas of human life, which is becoming increasingly more effective, more efficient and more relaxed. E-businesses, which are based on ICTs have to apply the latest hardware and software solutions, because e-business is not subject only to the limited local competition, but also to the global- regional, continental and intercontinental competition. So, they are compelled to follow the innovations and inventions in ICTs, so that they can be applied and practiced in their activities and operations. The paper presents a retrospective of e-businesses and through examination of importance of innovations and inventions between the businesses and ICTs, which enterprises are following constantly, so as to be able to choose the moment to apply them, as innovations and inventions are inevitable.

Key words: *e-business, e-commerce, ICT, innovations, inventions*

ПРИНОСИТЕ НА ИНДЕКСИРАНО ПОРТФОЛИО НА ПАЗАРОТ НА АКЦИИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА: ПРЕДВИДЕНИ НАСПРЕМА ОСТВАРЕНИ ПРИНОСИ

доц. д-р Александар Наумоски

Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје

Економски факултет – Скопје, Р.Македонија

aleksandar@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Предвидувањата за идните цени на акциите или берзанските индекси се од големо значење за инвеститорите во акции. Во овој труд е направен обид да се предвиди движењето на индексот на пазарот на акции МБИ10 на Македонската берза. Во суштина, извршена е анкета на професори, аналитичари и менаџери за нивните очекувања за вредноста на МБИ10 во иднина. Колективните просечни предвидувања на краток рок беа дека МБИ10 ќе порасне и до крајот на годината ќе се оствари принос од 12,14%. Додека, пак, во следните десет години, просечниот годишен принос ќе изнесува 12,22%. Наспрема предвидените големи, реализираните приноси беа драстично помали. Остварениот принос во 2013 година изнесуваше 0,44% (наспрема предвидените 12,14%), а на крајот од 2014 година остварениот принос изнесуваше 6,06% (наспрема предвидените 12,22%). Исто така, дадени се подетални анализи и дескриптивна статистика на резултатите од анкетата.

Клучни зборови: очекуван принос, пазар на акции, Македонска берза, реализиран принос, анкета

1. Вовед

Учесниците на финансиските пазари вршат предвидувања за идните цени на финансиските инструменти, со цел денес да донесат најдобра

инвестициска одлука. Цените на акциите се волатилни и имаат случен ђд и со тоа нивното предвидување е особен предизвик за инвеститорите со акции кои имаат намера да остварат приноси од своите инвестиции. Предвидувачите на пазарот на акции се фокусираат на развој на најдобар пристап за предвидување на цените на поединечните акции и/или на берзанските индекси.

Голем број на предвидувања се базираат на традиционалните статистичко економетриски модели кои се базираат на анализа на историската временска серија: моделите на случаен ђд, подвижна средина, регресиони модели, ARIMA, ARCH, GARCH и уште многу други модели. Процените на база на историски податоци претпоставуваат дека тие обезбедуваат адекватна насока за идното однесување. Но, цените на акциите постојано се менува во текот на времето, и согласно со тоа, многу е нејасно зошто податоците од некое далечно, па дури и од поблиско минато, може да бидат корисни за предвидување на идните цени. Наумоски А. (2013) ги користи овие пристапи за предвидување на идните приноси на македонската берза на хартии од вредност.

Некои предвидувачи користат пософистицирани техники за предвидување, како што се: Data Mining, Neural Network, Markov Model и Neuro-Fuzzy. Сепак и тие не можат да дадат најдобро и најпрецизно предвидување (Preethi & Santhi, 2012).

Пристапот на анкета како начин за собирање на мислењето на инвеститорската јавност и нивно просечување, со цел да се процени пазарната премија за ризик на акционерскиот капитал, го користат повеќе истражувачи. Во овој труд ќе биде претставена оваа техника за предвидување на пазарниот индекс на акции МБИ10 во случајот на Македонска берза на хартии од вредност. Во случајот на САД постојат континуирани анкети до пазарните учесници кои имаат намера постојано да ги објавуваат нивните колективни очекувања во јавноста, со цел да им послужат на инвеститорите во нивните одлуки. Најпознати во случајот на САД се анкетните истражувања и предвидувања на пазарот на акции во САД: the Gallup investor survey, the Graham-Harvey Chief Financial Officer surveys, the American Association of Individual Investors survey, the Investor Intelligence survey of investment newsletters, Robert Shiller's investor survey, and the Survey Research Center at the University of Michigan. Greenwood и Shleifer (2013) утврдиле дека постои силна корелацијата на историските серии, добиени од овие анкети, како и со реализираните приноси, но слаба корелација со предвидувањата, добиени од

други статистички и фундаментални модели. Некои од забелешките, кои му се упатуваат на пристапот на предвидување преку анкетирање, се следниве: 1) проценките за идните цени на акциите со пристапот на анкетирање повеќе се рефлексивна на неодамнешното минато; 2) одговорот кој ќе го даде испитаникот е сензитивен не само од тоа кому е поставено прашањето, туку и како е поставено прашањето. Инвеститорската јавност е хетерогена во поглед на информациите кои ги поседува, во поглед на аверзијата кон ризик и во поглед на очекувањата и потстрекот за инвестирање. Пристапот на анкетирање на релевантна маса на инвеститори, професионалци, академска средина и менаџери овозможува да се согледа моменталното расположение кај репрезентативниот просечен инвеститор и да се извлече заклучок за премијата за ризик за пазарот како целина; 3) Fisher и Statman (2000) ја покажуваат негативната врска помеѓу расположението на инвеститорите (индивидуални и институционални) и приносите на акциите. Со други зборови, инвеститорите стануваат пооптимистички расположени (и бараат поголеми премии), најверојатно, по период на лоши (отколку добри) пазарни приноси; 4) Ilmanen (2003) тврди дека анкетите можат да водат кон оптимистички ставови: „заради пристрасноста во однесувањето, очекуваните приноси, оценети со пристапот на анкетирање може повеќе да ни укажат на приноси на кои тие се надеваат отколку на нивните барани приноси.“ Со други зборови, тој смета дека анкетираниите субјекти повеќе ќе се искажат за големината која ја посакуваат отколку онаа која навистина ја очекуваат и бараат, која ,ако тие, генерално, се оптимисти како што тврди тој, бараната големина би требало да биде помала од таа која ќе се процени со анкетата. Тука треба да се нагласи дека овие негативности не ги прават неупотребливи колективните просечни предвидувања на пазарните учесници, туку, напротив, тие имаат големо значење и се релевантни за носење на одлуки, а наведените недостатоци треба да се имаат во предвид кога се носи одлука.

Во овој труд ќе бидат презентирани резултатите од предвидувањата за идната големина на индексот на пазарот на акции МБИ10 на Македонската берза на хартии од вредност кои инвеститорите ги направија на почетокот на 2013 за крајот на 2013 и просечните движења за следните 10 години до 2023 година. Во делот 2 најпрво е прикажан пристапот на прибирање на податоците и методологијата на обработка на податоците. Во делот 3 се дадени резултатите. Делот 4 дава заклучни согледувања.

2. Метод

2.1. Дизајн на анкетата

На 4 март 2013 год. беше испратена анкета до исклучително внимателно селектирана маса на професори, аналитичари, инвеститори, менаџери професионалци во областа на пазарот на капитал во Република Македонија. Анкетирањето беше спроведено по електронски пат, а на анкетираните субјекти по пат на и-мејл им беше испратен линк до анонимната анкета¹.

Анкетата содржеше две клучни прашања. Првото бараше од анкетираните субјекти да дадат краткорочна прогноза и гласеше: „на крајот од 2013 година очекувам дека вредноста на МБИ10 ќе биде:“. Второто бараше од анкетираните субјекти да дадат долгорочна прогноза и гласеше: „По 10 години, очекувам дека вредноста на МБИ10 ќе биде:“. Притоа и во двата случаи од анкетираните се бараше да ги искажат своите очекувања за вредноста на МБИ10 во три сценарија: најниска вредност, најверојатна вредност и највисока очекувана вредност. Во третото прашање се бараше да наведат во која област припаѓа компанијата во која работат.

Нашата таргет група беа универзитетски професори по финансии и економија, финансиски менаџери, директори на сметководство, раководители во областа на финансии и сметководство на пониски нивоа, портфолио менаџери, аналитичари, фонд менаџери, брокери, банкари во доменот на корпоративно кредитирање, менаџери на ризици во банки, осигурителни и други компании, менаџери во осигурителни компании, новинари од секциите за економија и бизнис во различни медиуми и индивидуални инвеститори.

Анкетата беше проследена до 145 субјекти, а одговориле 77, што претставува 53,1%, кое во суштина се смета за исклучително висок одзив². Дадени беа четири работни дена за да биде одговорено на анкетата. Најголемиот дел од одговорите беа добиени првиот ден.

1 <https://docs.google.com/forms/d/1Kxc8t2aMqyBt7Quynuwk31jqbktV5com6ZXXL1ThiGg/viewform?c=0&w=1>

2 За споредба, Graham и Harvey (2013) кои континуирано спроведуваат вакво истражување секој квартал, имаат стапка на одзив просечно од 5%-8% и заклучуваат дека е задоволителна големина која им овозможува да приберат 325 договори и да нема пристрасност во анализата.

2.2 Интегритет на податоците

Со цел да не им се даваат сугерирања во поглед на одговорот, не беа дадени никакви информации и дополнителни податоци, со цел да се предизвикаат да одговорат само оние кои добро го познаваат пазарот на акции и целокупната тековна и очекувана макроекономска состојба во Република Македонија. На почетокот беше даден само следниов вовед, со цел да дообјасни што конкретно се бара од анкетираниите субјекти: „На 28.12.2012 година, последниот ден на тргување од годината, вредноста на МБИ10 изнесуваше 1.731,2. Ве молиме, дадете ги вашите краткорочни и долгорочни прогнози за идната вредност на МБИ10.“ Но, и покрај тоа, добивме екстреми во одговорите. Така, некои прикажале дека вредноста на индексот ќе биде 1.000, а оваа вредност всушност е почетното ниво на индексот МБИ10 од 1.1.2005 година. Други прикажале преоптимистички варијанти, така некои очекуваат дека вредноста на индексот ќе достигне 20.000 или дури и 30.000. Историскиот максимум на МБИ10 беше на 31.08.2007 г. од 10.057,77. И едните и другите сметаме дека се нереално песимистички и преоптимистички очекувања, уште повеќе што истите субјекти истовремено дале и премногу ниска долна вредност и превисока горна вредност (на пр., истиот субјект очекува дека МБИ10 ќе се движи од 1.500 најниска вредност, 15.000 најверојатна, до 30.000 највисока вредност). Ваквите одговори ќе придонесат само за преголема стандардна девијација и со тоа до помала доверба во проценетата големина. Затоа, според пристапот на Graham и Harvey (2013), извршена е елиминација на нереално преоптимистичките и препесимистички очекувања, понатаму на одговори со преголем распон на вредностите (на пр. 1.500 до 30.000) и на т.н. мрзеливи одговори, каде беа дадени три исти вредности кај трите сценарија. На крај, тоа доведе да бидат избришани 4 одговори кај двете прашања, а процената е извршена со другите 73 опсервации.

2.3 Методологија

Од анкетираниите субјекти беше побарано да ги искажат своите очекувања за вредноста на МБИ10 по една година и по десет години. За секоја вредност требаше да ги искажат нивните прогнози во три сценарија:

најниска вредност, најверојатна и највисока очекувана вредност. Соодветно, серијата е составена од очекуваните вредности на индексот во идното време t за секое сценарио s ($s=1,2,3$), односно тоа е $МБИ10_{ts}$. Така, вредноста на индексот по една година за сценариото s е $МБИ10_{1s}$, а вредноста на индексот во сценариото s по десет години е $МБИ10_{10s}$. Врз основа на очекуваните вредности најпрво се пресметува приносот кај секое одделно сценарио.

Очекуваниот годишен принос $E(R_s)$ кај краткорочната прогноза, во секое сценарио s е:

$$E(R_s) = \frac{E(МБИ10_{1s}) - МБИ10}{МБИ10} \cdot 100 \quad (1)$$

Тука, $E(МБИ10_{1s})$ е очекуваната вредност на индексот $МБИ10$ по една година во сценариото s , а $МБИ10$ е вредноста на индексот на последниот ден на тргување во претходната година (28.12.2012).

Очекуваниот годишен принос кај долгорочната прогноза за секое сценарио е утврден како просечна стапка на годишен раст на вредноста на индексот со примена на геометриската стапка на раст:

$$E(R_s) = \left(\sqrt[n-1]{\frac{E(МБИ10_{10s})}{МБИ10}} - 1 \right) \cdot 100 \quad (2)$$

Тука $E(R_s)$ е очекуван годишен принос за сценариото s кај долгорочната прогноза (просечна стапка на годишен раст на вредноста на индексот), $E(МБИ10_{10s})$ е очекуваната вредност на индексот по 10 години за сценариото s , а $МБИ10$ е вредноста на индексот на последниот ден на тргување во претходната година (28.12.2012).

Со оглед дека постојат три сценарија, три очекувани вредности на $МБИ10$, најниска, најверојатна и највисока очекувана вредност, тогаш очекуваниот принос кај опсервацијата i се добива како збир на производите од очекуваните приноси $E(R_s)$ и соодветната веројатност $P_{(s)i}$ во секое можно сценарио s . Така, очекуваниот пазарен принос $E(R_i)$ претставува пондериран просек на очекуваните приноси $E(R_s)$ во трите можни сценарија $s = 1,2,3$, каде пондер се веројатностите за тоа сценарио. Притоа, веројатноста за остварување на најниската и на највисоката вредност на индексот изнесуваат

15%, односно $P_{(1)} = P_{(3)} = 0,15$, а веројатноста за најверојатната вредност изнесува 70%, односно $P_{(2)} = 0,70$.

Очекуваниот принос на опсервацијата i се утврдува на следниот начин:

$$E(R_i) = \sum_{s=1}^3 E(R_{si}) \cdot P_{(s)i} \quad (3)$$

Тука, $E(R_i)$ е очекуван пондериран годишен принос за опсервацијата i , $E(R_{si})$ е принос за сценариото s кај опсервацијата i ; $P_{(s)i}$ е веројатноста за остварување на сценариото s кај опсервираниот субјект i .

3. Резултати од анализата и предвидување на приносот на пазарот на акции во Република Македонија

Табелата 5 дава приказ на резултатите од анализата. Академската јавност и практичарите очекуваат дека приносот на МБИ10 во 2013 година ќе изнесува 12,14%. Очекувањата за следните десет години е дека просечниот годишен принос на МБИ10 ќе изнесува 12,22%. Краткорочните прогнози се скоро еднакви со долгорочните, со минимално поголем оптимизам кај долгорочните прогнози.

Табела 1. Сумарна статистика на предвидениот принос на пазарот на акции во Република Македонија врз база на пристапот на анкетирање

	Краткорочна прогноза	Долгорочна прогноза
	Очекуван принос на МБИ10 во 2013	Очекуван просечен принос на МБИ10 во следните 10 години
Mean	12.14%	12.22%
Median	12.35%	12.44%
Maximum	45.71%	25.49%
Minimum	-14.22%	1.09%
Std. Dev.	11.48%	5.68%

Semideviation	11.32%	5.63%
Skewness	0.126	0.066
Kurtosis	3.404	2.409
Jarque-Bera	0.690	1.116
Observations	73	73

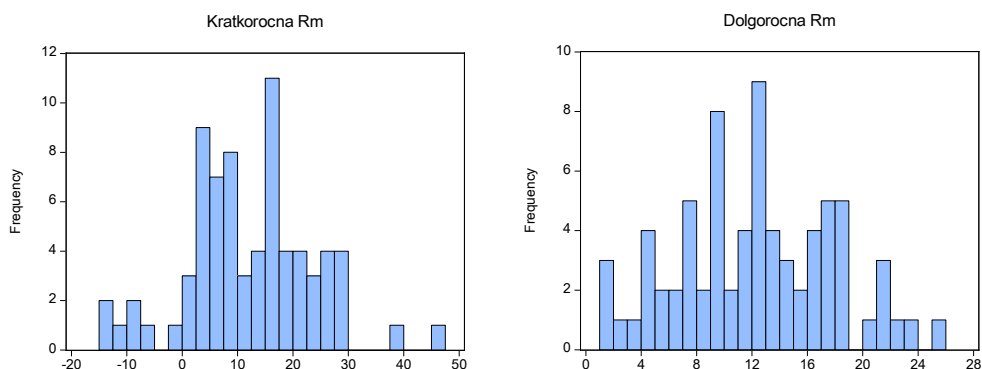
Извор: Собствени пресметки на авторот

Иако приносите се приближни на краток и на долг рок, сепак осцилациите се значително различни. Мерка за ризик е стандардната девијација која истовремено ја земаме како мерка за несогласување на субјектите во поглед на прогнозираната големина. Стандардната девијација кај краткорочните прогнози е двојно поголема отколку кај краткорочните. Полудевијацијата, како мерка за веројатноста за остварување приноси помали од очекуваните, има слична големина како стандардната девијација.

Искосеноста е позитивна, што е нормално, бидејќи инвеститорите сакаат да остварат поголеми приноси од очекуваните. Приносите кај краткорочната прогноза покажуваат помала сплоснатост од нормалната, но поголема е сплоснатоста кај долгорочната прогноза.

Дистрибуцијата не е нормална, ниту кај приносите, ниту кај премијата за ризик. Графиконите 4 и 5 ги прикажуваат дистрибуциите.

Графикон 1. Дистрибуција на приносите



Извор: Собствени калкулации на авторот

Врз основа проценетите приноси на МБИ10, во табелата 6 е дадена очекуваната вредност на МБИ10 на крајот од 2013 год. и по 10 години. Јасно е дека предвидувањата беа дека до крајот на годината индексот нема да надмине 2000. Покрај тоа, предвидувањата се дека по десет години МБИ10 најверојатно ќе достигне вредност близу 6000, што е далеку помалку од историски највисоката вредност.

Табела 2. Очекувана вредност на индексот МБИ10

	Остварена вредност на МБИ10 во 2012	Очекувана вредност на МБИ10 на крајот од 2013 година*	Очекувана вредност на МБИ10 во 2022 година**	Очекувана вредност на МБИ10 во 2022 година***
Mean	1,890.38	1,941.35	5,483.94	5,988.24
Median	1,864.94	1,945.00	5,591.50	6,105.69
Maximum	2,167.67	2,522.50	16,770.31	18,312.48
Minimum	1,704.75	1,485.00	1,929.61	2,107.06

* Вредноста на МБИ10 на последниот ден на тргување, на 28.12.2012, изнесуваше 1.731,18

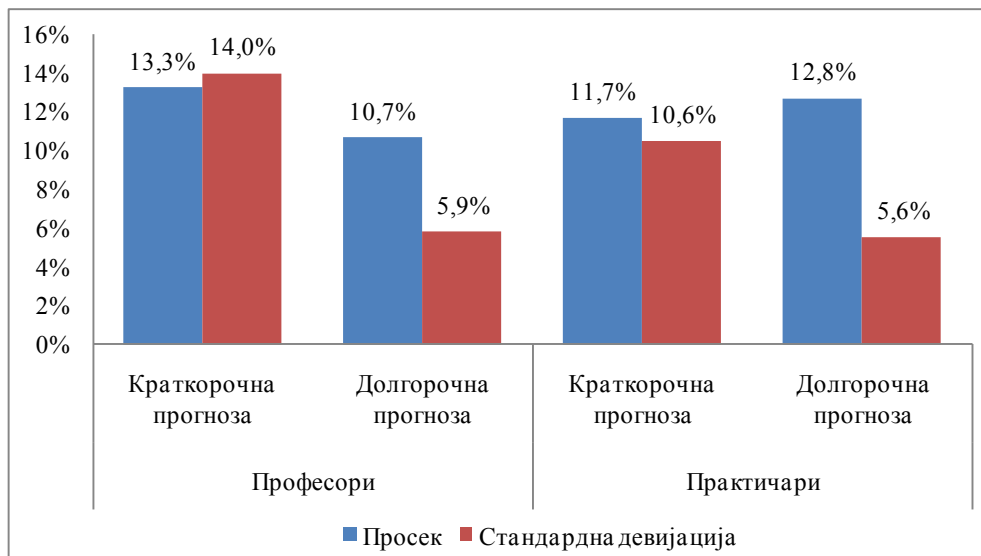
** Врз основа на последната вредност на МБИ10 во 2012 која изнесува 1.731,18

*** Врз основа на просечната вредност на МБИ10 во 2012 која изнесува 1.890,38

Извор: Сопствени калкулации на авторот

Анализата ја продолжуваме со согледување на разликите во очекувањата помеѓу две класи на испитаници: професори и практичари. Графиконите 5 и 6 даваат сликовит приказ на добиените резултати.

На краток рок, очигледно е дека академската јавност е оптимистички расположена отколку практичарите. Професорите очекуваат дека приносот на МБИ10 ќе биде 13,3% и е над просекот на целата маса испитаници (од 12,14%), а практичарите имаат помали очекувања и веруваат дека МБИ10 ќе порасне за 11,7% и е помалку од целиот просек. Но сепак, и степенот на несогласување со прогнозираниот раст мерен преку стандардната девијација е поголем кај професорите.

Графикон 2. Краткорочни и долгорочна прогнози на професори и на практичари

Извор: Собствени калкулации на авторот

Долгорочните прогнози се обратни. Практичарите се повеќе оптимисти и очекуваат просечен годишен раст на МБИ10 од 12,8% во споредба со професорите од 10,7%. Просекот на целата маса испитаници е 12,22%. Стандардната девијација е слична кај двете класи испитаници и е двојно помала отколку краткорочните прогнози.

4. Заклучок

Предвидувањата за идните цени на финансиските инструменти се од големо значење за учесниците на финансиските пазари, бидејќи тие им овозможуваат да донесат подобри инвестициски одлуки. Ова е особено важно кај инвеститорите во акции. Тука постојат голем број методи и техники за предвидување. Предвидувачите најчесто користат некои од статистичко економетриските методи кои се базираат на историските временски серии или користат некои од понапредните методи за предвидување. Сепак, една од техниките која се користи е техниката на анкетање, со која се прибираат

податоци од широка маса на пазарни учесници. Нивните одговори се упросечуваат и на тој начин се добива податок за колективната предвидена големина. Во случајот на САД постојат голем број на континуирани месечни, квартални и годишни анкетирања на пазарни учесници и финансиски експерти за нивните предвидување за идната големина на индексот на пазарот на акции.

Во Република Македонија ова е прво истражување од ваков тип, кое беше спроведено на почетокот од 2013 година. Анкетата беше спроведена по електронски пат и беше испратена до исклучително внимателно селектирана маса на професори, аналитичари, инвеститори, менаџери професионалци во областа на пазарот на капитал во Република Македонија. Од субјектите се бараше да дадат краткорочно предвидување за големината на МБИ 10 на крајот од 2013 и за големината на МБИ 10 до крајот на 2023 година. Од овие големини беше опсервиран предвидениот принос на берзанското портфолио за 2013 година и просечниот предвиден годишен принос до 2023 година.

Економијата на Република Македонија припаѓа во групата на економии во појава, а пазарот на капитал е неразвиен, како во поглед на разновидноста на финансиските инструменти кои се тргуваат, така и според волуменот на тргување. Ако се погледне историската временска серија на цените на акциите покажа голема волатилност. Уште повеќе што во одредени периоди со многу мал обем на тргување се остваруваат поголеми или помали флукуации во цените. Токму малата ликвидност која се должи на преголемата аверзија на ризик на домашните и незаинтересираноста на меѓународните инвеститори ја прават предвидливоста на идните движење многу тешка. Наумоски А. (2013) извршил предвидувања со примена на повеќе статистичко економетриски методи, но остварените големини значајно се разликуваа од предвидените.

Според пристапот на анкетирање на широката маса на пазарни учесници, професионалци и експерти, предвидувања на краток рок беа дека МБИ10 ќе порасне и до крајот на годината ќе се оствари принос од 12,14%. Додека, пак, во следните десет години, просечниот годишен принос ќе изнесува 12,22%. Наспроти предвидените големи, реализираните приноси беа драстично помали. Остварениот принос во 2013 година изнесуваше 0,44% (наспрема предвидените 12,14%), а на крајот од 2014 година остварениот принос изнесуваше 6,06% (наспрема предвидените 12,22%).

Иако некој би можел да заклучи дека инвеститорската и експертската јавност, на колективно ниво, била преоптимистички расположена или дека повеќе се субјективни, сепак може да се дебатира околу тоа дека нивните колективни предвидувања се базирани на согледувањето на реалните потенцијали на македонскиот пазар на акции. Недоволната ликвидност и големата аверзија на ризик, сепак не овозможија овој потенцијал да биде остварен. Разликите помеѓу предвидените и остварените приноси се сосема нормални и присутни и кај развиените и ликвидни пазари на акции, како оној во САД, а не само во случајот на еден мал, неразвиен пазар во појава, како оној во Република Македонија. Сепак, на развиените пазари, разликата помеѓу предвидените и остварените големини е многу помала.

Користена литература:

1. Allee, D. K. (2011). Estimating the Equity Risk Premium with Time-Series Forecasts of Earnings. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1600754> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1600754>.
2. Arnott, R. D., & Bernstein, P. L. (2002). What Risk Premium is 'Normal'?. *Financial Analysts Journal*, 58(2), 64-84.
3. Bostock, P. (2004). The Equity Premium. *Journal of Portfolio Management*, 30 (2), 104-111.
4. Brennan, M. B. (2004). *How Did It Happen?*. Economic Notes by Banca Monte dei Paschi di Siena, 33 (1), pp. 3-22.
5. Campbell, J. Y. (2008). Viewpoint: Estimating the equity premium. *Canadian Journal of Economics, Canadian Economics Association*, 41(1), 1-21
6. Campbell, J. Y., & Thompson, S. B. (2005). *Predicting the Equity Premium Out of Sample: Can Anything Beat the Historical Average?*. National Bureau of Economic Research Working Paper 11468.
7. Claus, J., & Thomas, J. (2001). Equity premia as low as three percent: Evidence from analysts' earnings forecasts for domestic and international stock markets. *The Journal of Finance*, 56 (5), 1629-1666.
8. Damodaran, A. (2013). Equity Risk Premiums (ERP): Determinants, Estimation and Implications – The 2013 Edition. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=2238064> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2238064>
9. Fernandez, P., Aguirreamalloa, J., & Liechtenstein, H. (2009). *The Equity Premium Puzzle: High Required Premium, Undervaluation and Self Fulfilling Prophecy*. IESE Business School Working Paper, Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1274816>

10. Fernandez, P., & Baonza del Campo. J. (2010). Market Risk Premium used in 2010 by Analysts and Companies: a survey with 2,400 answers. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1609563>
11. Fernandez, P., & Baonza del Campo. J. (2010a). Market Risk Premium Used in 2010 by Professors: A Survey with 1,500 Answers. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1606563>
12. Fernandez, P., Aguirreamalloa, J., & Corres Avendaño, L. (2012). Market Risk Premium Used in 82 Countries in 2012: A Survey with 7,192 Answers. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=2084213> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2084213>
13. Fernandez, P. (2013). Equity Premium: Historical, Expected, Required and Implied. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=933070> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.933070>
14. Graham, J. R., and Harvey, C. R. (2001). *Expectations of equity risk premia, volatility and asymmetry from a corporate finance perspective*. National Bureau of Economic Research Working Paper No. 8678
15. Graham, J.R., & Harvey, C.R. (2005). The Equity Risk Premium in September 2005: Evidence from the Global CFO Outlook Survey. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=807867> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.807867>
16. Graham, J.R., & Harvey, C.R.. (2013). The Equity Risk Premium in 2013. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=2206538> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2206538>
17. Hsing, Y. (2011). Macroeconomic variables and the stock market: the case of Croatia. *Ekonomiska istraživanja – Economic Research*, 24 (4), 41-50
18. Ibbotson Associates. (2006). *Stocks, Bonds, Bills & Inflation Yearbook*. Chicago, Ill.: R.G. Ibbotson Associates
19. Ilmanen, A. (2003). Expected returns on stocks and bonds. *Journal of Portfolio Management*, 29 (2), 7-27.
20. Johnson, D.T., Kochanek, T.P., & Alexander, J.M. (2007). The Equity Premium Puzzle: A New Look. *Journal of the Academy of Finance*, 5(1), 61-71.
21. Mahmud, M., & Mirza, N., (2011). Volatility dynamics in an emerging economy: case of karachi stock exchange. *Ekonomiska istraživanja – Economic Research*, 24(4), 51-64.
22. Naumoski, A. (2013). *Estimating Equity Risk Premium in the Republic of Macedonia*. (Unpublished doctoral dissertation). Ss. Cyril and Methodius University in Skopje, Faculty of Economics – Skopje
23. O'Neill, J., Masih, R. & Wilson. D. (2002). *The Equity Risk Premium from an Economics Perspective*. New York, NY: Goldman Sachs
24. Popović, S., Mugoša, A., & Đurović, A. (2013). Adaptive Markets Hypothesis: Empirical Evidence from Montenegro Equity Market, *Ekonomiska istraživanja – Economic Research*, 26 (3), 31-46

25. Welch, I., & Goyal, A. (2007). A Comprehensive Look at the Empirical Performance of Equity Premium Prediction. *Review of Financial Studies*, 21 (4), 1455-1508.
26. Welch, I. (2000). Views of Financial Economists on the Equity Premium and on Professional Controversies. *Journal of Business*, 73 (4), 501-537.
27. Welch, I. (2001). The Equity Premium Consensus Forecast Revisited. Cowles Foundation Discussion Paper No. 1325. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=285169>
28. Welch, I. (2009). Views of economists about the equity premium and policy. Retrieved from <http://welch.econ.brown.edu/academics/equpdate-results2009.html>

RETURNS ON AN INDEXED PORTFOLIO AT THE MACEDONIAN STOCK EXCHANGE: FORECASTED VERSUS REALIZED RETURNS

Aleksandar Naumoski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
aleksandar@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Predictions about future stock prices or stock indices are of great importance for investors in stocks. This paper attempts to predict the movement of the Macedonian Stock Exchange stock market index MBI10. In essence, a survey was conducted among professors, analysts and managers about their expectations regarding the value of MBI10 in the future. The collective average forecasts for the short term were that the MBI10 would grow and yield a return of 12.14% by the end of the year. Over the next ten years, on the other hand, the average annual return was projected at 12.22%. Contrary to such large returns predicted, the actual ones were dramatically lower. The return in 2013 was 0.44% (versus the projection of 12.14%), and that at the end of 2014 amounted to 6.06% (versus the predicted 12.22%). In addition, the paper includes a more detailed analysis and descriptive statistics of the survey results.

Keywords: *expected return, stock market, Macedonian Stock Exchange, actual return, survey*

УДК: 378.014.543-027.555 (497.7)

МЕТОДОЛОШКИ ПРЕДИЗВИЦИ ЗА ФИНАНСИРАЊЕТО НА ЈАВНИТЕ УНИВЕРЗИТЕТИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА НИЗ ПРИЗМАТА НА УКИМ

проф. д-р Пеце Недановски

Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р. Македонија
pecen@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Јавното високо образование во Република Македонија има потреба од реформиран систем на финансирање, кој ќе се темели на нови критериуми и мерила за негова поддршка. Промените во оваа сфера можат да се фокусираат кон користење на искуствата во функционирањето на системите на финансирање на државните универзитети во европските земји, поконкретно системите на земјите-членки на ЕУ. Притоа, пресметката на трошоците претставува еден од неопходните сегменти, бидејќи таа треба да ги даде појдовните сознанија за реалните потреби на високообразовните институции во Р. Македонија. Имајќи ги предвид карактеристиките на одделните пристапи и начини за калкулација на трошоците во јавното високо образование, во студијата на случај реализирана е пресметка на трошоците по отворено студентско место според bottom-up принципот. Истражувањето е направено на репрезентативен примерок од 4 факултети од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј.“

Клучни зборови: *јавно високо образование, финансирање, трошоци по студентско место*

Вовед – за актуелноста на истражуваната проблематика

Во текот на последните 7-8 години високото образование во

Република Македонија поминува низ континуирани реформски процеси, со прокламирана цел, негово полесно вклопување во европскиот образовен простор. Реализацијата на оваа цел, покрај другото, се поврзува со изградбата на систем за ефикасно управување со финансиските ресурси во јавното високо образование, бидејќи целите на една образовна политика претставуваат императивен предуслов при дизајнирање на системите на финансирање на образованието. Имено, јавните универзитети во Р. Македонија во основа се финансираат од државата, односно од централниот буџет, преку Министерството за образование и наука. Процесот на нивно финансирање се реализира врз основа на критериуми кои се застарени и не можат да го издржат товарот на сегашноста. Таков е примерот на „Привремените мерила и критериуми за финансирање на високото образование“, документ кој потекнува од периодот пред транзицијата. Иако содржи одредби и информации кои во одредена мера можат да бидат почетна позиција за пресметка на трошоците во високото образование, сепак неговите појдовни претпоставки мора да бидат ажурирани. Со ваквата поставеност на процесот на финансирање, овозможена е лабава финансиска поддршка на дел од потребите на високото образование, додека поголемиот дел од потребните средства (околу 70%) се покриваат од сопствени извори. Ваквиот начин на финансирање ги соочи универзитетите (факултетите и институтите) со низа проблеми во извршувањето на нивната основна дејност.

Со цел да се решат финансиските проблеми на високото образование, кои произлегуваат од недоволната поддршка за извршување на наставно-образовна дејност, со донесување на Законот за високо образование во 2008 година, беше предвиден нов начин на финансирање преку формирање Фонд за високо образование и Совет за финансирање и развој на високото образование. И покрај актуелноста на прашањето, овој начин на финансирање воопшто не профункционира во практика. Причината треба да се бара во неконзистентните решенија во Законот, односно во нивната неусогласеност со буџетскиот систем, како и во отсуството на потребната реформска волја кај носителите на образовната политика.

Имајќи го предвид претходното, произлегува дека на јавното високо образование во РМ му е неопходен реформиран систем на финансирање, кој ќе се темели на нови критериуми и мерила за негова поддршка. Се разбира, искусвени репери можат и треба да се побараат кај системите

на финансирање на државните универзитети во европските земји, поконкретно, кај системите на земјите членки на ЕУ. Европските практики во овој домен зборуваат за цврста поврзаност на политиките во сферата на високото образование со критериумите за негово финансирање, во услови на отсуство на еден општ модел на финансирање (Canning, Godfrey, and Holzer-Zelazewska, 2007). Сепак и покрај разликите, забележлива е тенденцијата на усогласување на основните принципи врз кои се темелат овие системи. Станува збор во прв ред за глобалниот тренд на поцврсто поврзување на финансирањето на високото образование со целите на соодветните стратегии и политики (Brossard and Foko, 2008), воведувањето нови модели на финансирање, имплементирање на стимулации (поттици) во финансирањето, како и јакнење на финансиската автономија на институциите во високото образование.

Пресметката на трошоците претставува еден од неопходните сегменти во реформирањето на системот на финансирање на јавното високо образование во РМ. Таа треба да ги даде појдовните сознанија за реалните потреби на високообразовните институции. Примерот на Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“, како најстар и најголем универзитет во РМ, несомнено е најадекватен за спроведување на вакво истражување.

Теоретски аспекти на калкулацијата на трошоците во јавното високо образование

Финансирањето на јавното високо образование е многу комплексна проблематика која опфаќа бројни сегменти. Еден од нив е калкулацијата, т.е. пресметката на трошоците и користите (придобивките) од образовниот процес. Јасно е дека во овој случај станува збор за примена на стандардна cost-benefit анализа, како основа за финансирање кое е условено со исполнување претходно утврдени цели во доменот на високото образование т.н. performance-based funding (Herbst, 2007). Сепак, во овој случај со оглед на лимитираноста на просторот, а не заради скептичноста на низа теоретичари околу можноста за мерење на користите од образовниот процес (Barr and Crawford, 2005), фокусот на истражувањето ќе се насочи единствено кон опфатот и пресметката на трошоците (cost analysis).

Во современи услови сè повеќе се инсистира на почитување на

принципот „парите го следат студентот“ како претпоставка за трошковно ориентирана цена на студирањето на јавните универзитети. Тоа подразбира првенствено анализа на трошоците за реализација на наставниот процес. Впрочем, ова во одредена мера е разбирливо, ако се знае дека денес сè повеќе се зголемуваат барањата што владите ги поставуваат пред јавните универзитети во смисла на демонстрирање поголема свесност за трошоците (cost consciousness) од нивното работење (Michael and Kretovics, 2005). Притоа е нужно да се утврди дезагрегиран показател кој трошоците за изведување настава во рамките на студиската програма ќе ги направи компарабилни. Во основа, сите пристапи за пресметка на трошоците за изведување настава на јавните високообразовни институции се делат на три видови: пресметка на трошоци по студент, пресметка на трошоци по дипломиран студент (дипломец) и пресметка на трошоци по (отворено) студентско место.

Секој од трите пристапи поаѓа од пресметка на трошокот на ниво на студиска програма, бидејќи пресметката на ниво на универзитет или факултет може да ги нивелира разликите и да ја замагли вистинската состојба. Во таа смисла, кај првиот пристап, пресметка на трошоци по студент, вкупниот трошок на студиската програма се дели со бројот на студенти. На овој начин ќе бидат опфатени сите студенти и вкупните трошоци за предавање(а), со што трошоците би се поврзале со работното оптоварување на наставниот кадар. Од друга страна, со оглед на фактот што бројот на студенти кај голем дел од студиските програми може да варира во одделни академски години (на пример, во зависност од побарувачката за одредени струки), овој показател се претставува како многу променлив и нестабилен. Кај вториот пристап, трошоци по дипломец, трошокот на студиската програма е поделен со бројот на дипломирани студенти во даден период (академска или календарска година). Со примена на овој пристап се зема предвид ефикасноста, т.е. постигнатиот успех во рамките на студиската програма, но повторно и овој пристап е подложен на флукуации, ако се знае дека бројот на дипломци делумно е условен од бројот на студенти.

Со третиот пристап, трошоци по студентско место, се врши поделба на трошокот на студиската програма со бројот на (отворени) студентски места. Наспроти претходните два пристапи, во овој случај крајниот резултат на анализата не е подложен на флукуации, предизвикани од побарувачката за високо образование, така што дава постабилна слика за структурата на

трошоците за изведување настава во рамките на студиската програма. Од друга страна, добиените резултати даваат значајни информации за ресурсите и капацитетите за изведување настава во рамките на студиската програма и на институцијата. Имено, со нивна помош е можно апроксимирање на маргиналните трошоци што често пати се занемаруваат кога се планира отворање нова студиска програма или проширување на квотите од страна на Министерството/Владата. Во овој случај, показателот за трошок по (отворено) студентско место ќе игра улога на корективен фактор од кој се очекува разбивање на политичката илузија за отворање нови студентски места (нови или проширени квоти), без адаптирање на постојните фондови/буџети за таа намена. Се разбира, флукуации од еден до друг временски период (академска година) се можни и тука, но тие ќе зависат од тоа дали и во која мерка одлуките на Владата и на Министерството за образование и наука во врска со квотите за упис на одделни студиски програми се субоптимални. Сумирајќи ги карактеристиките на трите пристапи, произлегува дека за добивање пореална претстава за состојбите со финансирање на јавното високо образование, најадекватна би била пресметката на трошок по студентско место.

Претходно беше потенцирано дека трите елаборирани пристапи за пресметка на „трошоци по студент“ се засноваат на пресметка на трошоците на студиската програма. Во овој контекст, до вкупните трошоци на студиската програма може да се дојде на 2 начини: одгоре-надолу (top-down) или оддолу-нагоре (bottom-up). Кај првиот начин е евидентно дека постапката започнува со вкупните трошоци на институцијата (факултетот), кои потоа треба да се поделат на поединечните студиски програми. Со оглед на поедноставениот пристап до податоци (на ниво на Деканат, сметководствена служба, служба за студентски прашања, итн.), овој начин може релативно лесно да се примени. Сепак, тука лежи една методолошка замка: ваквата пресметка е под влијание на низа претпоставки и како таква дава само приближна претстава за реалните трошоци на ниво на студиска програма.

Кај вториот начин на пресметка (bottom-up), постапката тече по обратен редослед: најпрвин се утврдуваат и се собираат трошоците, направени за реализирање на студиската програма, а потоа со примена на „ключеви за компензација“ (конкретни алгоритми), индиректните трошоци се дистрибуираат на одделните студиски програми. Очигледно е дека

овој начин е посложен во однос на првиот (top-down), но дава поточни резултати, овозможува систематско опфаќање на сите релевантни трошоци, како и прецизна алокација на трошоците според нивните извори. Сето ова дава релевантни информации, неопходни кај постапките за редирајнирање на постојните студиски програми (како иницијатива на самите факултети/ универзитети) или при отворање нови студиски програми, нови факултети или дисперзирани студии (како иницијатива на Министерството за образование и наука, односно на Владата).

При анализа и пресметка на трошоците, на студиската програма треба да се гледа од динамички аспект. Имено, самата програма во одредени временски периоди е подложна на промени. Притоа, доколку изборот падне на начинот оддолу-нагоре, треба да се има предвид дека кај вкупните трошоци на студиската програма, можат да се разликуваат следните категории:

- Директни трошоци, т.е. трошоци што можат директно да се припишат на студиската програма. Во оваа категорија спаѓаат трошоците за наставниот кадар и трошоците за користење простор за реализирање на предавањата и на испитите. При алокација на директните трошоци се поаѓа од секој одделен предмет во рамките на студиската програма: видот на предавања (вежби, семинари итн.), времетраење на наставата и испитите, статусот на одделните предмети (задолжителни или изборни), итн.;
- Инфраструктурни трошоци на ниво на депарتمان/факултет, т.е. трошоци на ниво на факултет што се генерирани од конкретната студиска програма, но сепак не можат директно да се припишат на самата програма или можат да се припишат, но притоа е потребно да се вложи значителен напор. Тука спаѓаат трошоците за предавални и амфитеатри за изведување настава и испити, за библиотека, Службата за студентски прашања, Деканат итн.;
- Инфраструктурни трошоци на централно ниво, т.е. Ректорат. Студиската програма генерира трошоци и на ниво на Ректорат (компјутерски центри и централна администрација), кои не можат директно да се припишат на програмата, освен со вложување соодветен напор.

Во современи услови се јавува тенденција во пресметката на трошоците за јавното високо образование да се внесе елементот на стимулација, т.е. поттик (incentive). Тоа се прави со цел да се разрешат дилемите што во овој домен добиваат димензија на principal-agent проблем: Министерството за образование и наука (principal) има намера

преку соодветни поттици да го награди однесувањето на универзитетите/ факултетите (agents) што води кон исполнување на стратешките цели. Оттука, сè почеста е употребата и креирањето соодветна формула/алгоритам, со чија помош треба да се постигне incentive compatibility. На овој начин при креирањето на буџетите, всушност се постигнува одреден институционален дизајн (institutional design), т.е. оптимизирање на институционалната рамка (услови) за донесување индивидуални одлуки.

Креирањето вакви формули/алгоритми не е воопшто едноставно. Имено, формулата треба да обезбеди транспарентно придржување кон правилата на игра од страна на сите учесници, легитимизирање на алокацијата на фондовите, децентрализирана автономија на универзитетите при истовремена гарантирана стабилност, како и соодветни поттици за агентите (универзитетите/факултетите). Притоа не смее да се занемари фактот дека наспроти позитивните страни на ваквите формули (транспарентност, објективност, но и нивно користење како помошна алатка во процесите на управување и планирање), тие содржат и одредени слабости: тешкотии за вклучување специфични карактеристики кај одделни случаи, неможност за вклучување на квалитативните аспекти на образованието во анализата, како и проблемот на мерење на перформансите во високото образование. Секако, критиките кои вообичаено ги предимензионираат недостатоците на ваквиот пристап, во основа доаѓаат од агентите кои се чувствуваат ранливи во услови на конкуритивно финансирање на високото образование. Без оглед на тоа, критиките ќе бидат оправдани доколку институционалната рамка и соодветните политики не бидат адекватно конципирани и реализирани.

Студија на случај: Пресметка на трошоци по отворено студентско место на избрани факултети на УКИМ

Имајќи ги предвид карактеристиките на одделните пристапи и начини при калкулација на трошоците во јавното високо образование, се чини дека во дадените околности во РМ, пресметката на трошоците по отворено студентско место според bottom-up принципот претставува најадекватен начин за објективно утврдување реперни големини кои можат да бидат од голема корист во претстојните (очекувани) реформи на системот на финансирање на јавното високо образование. Притоа, треба да

се потенцира дека и досега во Македонија постоеја одредени можности за пресметка на трошоците во високото образование и за нивно дезагрегирање по студент, но сето тоа на ниво на институција (факултет). Сепак, ваквата пресметка не е адекватна, односно таа ќе биде оправдана само доколку се спроведе на ниво на студиска програма и одделни дисциплини.

Конкретната пресметка на трошоците по студентско место е реализирана на примерот на четири факултети од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ - УКИМ: Економски факултет (општествени и хуманистички науки), Фармацевтски факултет (медицински науки и здравство), Технолошко-металуршки факултет (техничко-технолошки науки), Земјоделски факултет (биотехнички науки). Заради нивните специфичности, во анализата не се опфатени репрезенти од природно-математичките науки и уметностите. Во анализата е опфатен само првиот циклус на студии, со користење податоци за 2011 година. Актуелноста на податоците не е доведена во прашање со оглед на идентичноста на структурата на буџетските ставки во текот на последните неколку години.

Анализа на одбраниот модел

За пресметка на трошоците на ниво на студиска програма кај наведените факултети во состав на УКИМ, искористена е следната функција (Stich and all, 2011):

$$f_k(x, m, b) = f_k^{direct}(x, m, b) + f_k^{InfraDept} + f_k^{InfraCentr} \quad \text{каде}$$

- $f_k^{direct}(x, m, b)$ - директни трошоци,
- $f_k^{InfraDept}$ - инфраструктурни трошоци на ниво на департман, факултет,
- $f_k^{InfraCentr}$ - инфраструктурни трошоци на централно ниво (Ректорат).

Директните трошоци можат да се пресметаат со следната функција:

$$f_k^{direct}(x, m, b) = \underbrace{\sum_{i=1}^n \left(\left[\frac{xs_i^V}{m_i} \right] (d_i^V N_i) (0,75 \beta_i + b_i) k_i^L + 0,75 d_i^V N_i FRW_i k_i^R xs_i^V \right)}_{\text{трошоци за настава}}$$

$$+ \underbrace{\sum_{j=1}^p (d_j^P (k_j^P + FRW_j k_j^R) + d_j^K (k_j^K + FRW_j k_j^R)) xs_j^P}_{\text{трошоци за испити}}$$

при што:

- x - број на студентски места;
- $\lceil x \rceil$ - најмал цел број поголем или еднаков на x ;
- $i = 1, \dots, n$ - i -ти предмет во студиската програма;
- $j = 1, \dots, p$ - j -ти испит во студиската програма;
- n - број на предмети во рамките на студиската програма;
- p - број на испити на ниво на студиска програма;
- $s^V = (s_1^V, \dots, s_n^V)$ - дел од генерацијата кој ги посетувал предавањата;
- $s^P = (s_1^P, \dots, s_p^P)$ - дел од генерацијата кој го полага испитот;
- $m = (m_1, \dots, m_n)$ - максимална големина на групата за предавања;
- $d^V = (d_1^V, \dots, d_n^V)$ - времетраење на предавањата за секој предмет (изразено во наставни часови од 45 минути);
- $d^P = (d_1^P, \dots, d_p^P)$ - времетраење на испитите во часови;
- $d^K = (d_1^K, \dots, d_p^K)$ - времетраење на оценувањето на испитните задачи (во часови);
- $d = (d^V, d^P, d^K)$ - вектор на траењето;
- $N = (N_1, \dots, N_n)$ - број на предавања/сесии за секој предмет;
- $b = (b_1, \dots, b_n)$ - дополнителни активности на професорот за нормално одвивање на наставата (придружни услуги), во часови за секој предмет;
- $\beta = (\beta_1, \dots, \beta_n)$ - коефициент на поддршка за секој предмет;
- $k^L = (k_1^L, \dots, k_n^L)$ - трошоци по час (надомест) за наставник по предмет;
- $k^R = (k_1^R, \dots, k_n^R)$ - трошоци за просторија(и) за одржување настава/ испити, по час и по квадратен метар за секој предмет;

- $k^P = (k_1^P, \dots, k_p^P)$ - трошоци (надомест) по час за надгледување при одржување испит;
- $k^K = (k_1^K, \dots, k_p^K)$ - трошоци (надомест) по час за прегледување на испитните задачи за секој испит;
- $k = (k^L, k^R, k^P, k^K)$ - вектор на трошоци;
- FRW - простор по студентско место во квадратни метри за секој вид просторија.

Поаѓајќи од претпоставката дека секоја студиска програма е етаблирана врз основа на одредени општи критериуми, како што се стекнатите знаења и вештини, а потоа врз нивна основа е дефинирана структурата на програмата (број и вид на предмети, наставен кадар и негов статус, итн.), произлегува дека променливите s, d, N, k, FRW можат да се прифатат како егзогени. Оттука, поголемо внимание заслужува разгледувањето на карактерот на променливите x, m, β и b , бидејќи тие можат да претрпат значајни модификации:

- *Број на (отворени) студентски места (x).* Иако не е експлицитно наведено, јасно е дека со оваа променлива е опфатен бројот на расположливи студентски места, односно капацитетот - колку студенти можат да се образуваат во рамките на дадената студиска програма (департман) на еден факултет. Станува збор за главната детерминанта за трошоците на програмата. Потребниот број предмети, бројот на испити и потребниот простор за предавања и испити, зависи од бројот на студентски места.
- *Максимална големина на групите по предмети (m).* Големината на групата (m) покажува колку студенти можат да го слушаат предметот. Оваа променлива е од важност за квалитетот на образованието и за трошоците по предмет, бидејќи од неа зависи односот студенти-наставник, со што дополнително се определува и просечното време кое професорот/асистентот може да го посвети на секој поединечен студент. Погледната од аспект на пресметка на трошоците, големината на групата е значајна променлива во трошковната функција, бидејќи трошоците на студиската програма се менуваат со менувањето на оваа променлива. Имено, трошоците за подготовка и за реализација на наставата по еден предмет се движат во фиксни интервали (без

разлика дали еден или m студенти ќе го слушаат предавањето по тој предмет, часот ќе се одржи и наставникот мора да се подготви за предавањето). Заради тоа, трошоците по студентско место во интервалот $[1, m]$ се фиксни. Меѓутоа, кога мора да се понудат $m+1$ или повеќе студентски места, предавањата по тој предмет мора да се понудат два или повеќе пати во текот на семестарот (т.е. да се формира втора, трета паралелка, итн.), за да можат сите студенти да ја следат наставата на соодветно ниво. Во овој случај, трошоците на програмата се зголемуваат за износот генериран од новоформираните паралелки за настава по дадениот предмет.

- *Дополнителни активности на професорот за нормално одржување на наставата (придружни услуги)*, во часови за секој предмет (b): Овие активности за поддршка имаат сигнификантно влијание врз трошоците за наставниот кадар, односно врз вкупните трошоци на студиската програма. Со нив се опишува напорот на професорите и на асистентите за подготовка на предавањата/вежбите (утврдување, ажурирање и адаптирање на предметната програма, подготовка и ажурирање на наставни материјали, самоевалуација, консултации со студенти, итн.). Опфатот на овие активности може да се изврши на 2 начини: емпириски (бара повеќе време и труд) или преку извештаи на наставниците/асистентите.

При анализа на овие активности, треба да се земе предвид евентуалниот синергиски ефект кој најчесто се утврдува со помош на емпириско истражување. Станува збор за случаите кога кај даден предмет наставата е организирана во повеќе паралелки (најчесто заради бројот на студенти кои го избрале тој предмет. Појавување на ваков ефект може да се очекува кога истиот наставник држи настава на повеќе паралелки, што не е случај кога предавањата во одделни паралелки ги држат различни наставници.

Вообичаено, ако се појде од нормалното времетраење на еден час настава (45 минути), тогаш за подготовка и обработка на предавањето е потребен најмалку ист временски период (45 минути), но многу често соодносот е поголем (често пати се зема 2-3 пати поголем интервал, т.е. 100-120 минути). Оттука, јасно произлегува дека во трошоците за наставен кадар, поврзани со наставата, доминираат трошоците за подготовка на предавањата.

- *Коефициент на поддршка*, β . Со овој коефициент се покажува учеството на времето кое наставникот/предавачот го поминува на час. Кога се работи за предавања, семинари и вежби, тој вообичаено е 100%, а кај менторскиот систем е понизок. Повисокиот коефициент претпоставува повисок квалитет: колку е подолго наставникот присутен на часот, толку повеќе време може да му посвети на поединечен студент. Исто така, овој коефициент служи како своевидна полуѓа за унапредување на образованието, бидејќи ги придвижува трошоците. Повисоките трошоци за наставниците (професорите) подразбираат повисок коефициент на поддршка.

Како што беше претходно наведено, освен директни трошоци, кај секоја студиска програма можат да се препознаат и инфраструктурни трошоци на ниво на департман/факултет, како и инфраструктурни трошоци на централно ниво, т.е. Ректорат. Инфраструктурните трошоци на ниво на департман, т.е. факултет, можат прецизно да се определат преку нотирање на времето и анкетирање на наставниците. Со цел да се избегнат ваквите процедури, во рамките на моделот е предложен компензационен клуч. Имено, направена е разлика помеѓу трошоците, генерирани од страна на професорите/асистентите, како што се трошоци за нивните кабинети, трошоци за канцелариски материјали, наспроти трошоците направени на ниво на факултет (трошоци за предавалните и амфитеатрите во кои се одвивале испитите, Службата за студентски прашања, шефот на департманот/студиската програма, Деканот, итн.). Притоа, се поаѓа од размислувањето дека неопходните трошоци за наставна инфраструктура на ниво на професори/асистенти ќе бидат пропорционални на времето што професорите ќе го посветат за реализација на предавањата и испитите. Оттука, трошоците ќе бидат дистрибуирани пропорционално на секоја студиска програма според процентот на работни часови на професорите за поединечните предмети. Со вака добиениот компензационен клуч (процент од работното време на сите професори на студиската програма за еден предмет), можат да бидат распределени низа инфраструктурни трошоци на ниво на департман/факултет: трошоци за неакадемскиот персонал на наставната единица/факултетот, трошоци за простории за изведување настава на факултетот (пресметана кирија за простории што се неопходни за подготовка и изведување настава, како што се предавални, лаборатории, итн.), материјални трошоци на наставната единица/факултетот

(канцелариски материјал, трошоци за комуникации, итн.). Трошоците на ниво на централни содржини на факултетот (деканат, служба за студентски прашања, итн.), во зависност од услугите што ги даваат на прв, втор или трет циклус на студирање, можат да се распределат пропорционално на бројот на студентски места на одделните студиски програми.

Слична логика може да се следи и кај пресметката на инфраструктурните трошоци на централно ниво (Ректорат): најпрвин треба да се определи делот на трошоците за активности за поддршка на наставата, а потоа овие трошоци би се распределиле пропорционално на бројот на места алоцирани на одделни студиски програми.

Елаборирање на истражувањето и стекнатите сознанија

Пресметката на трошокот по студентско место врз основа на претходно презентираниот модел е направена во програмата Microsoft excel. Поаѓајќи од елементите на моделот, а во интерес на добивање релевантни резултати, направени се одредени приспособувања и претпоставки за одделни специфични влезни варијабли:

- *Број на студентски места по студиска програма.* Оваа големина е земена како просек од бројот на студенти кои студираат на факултетот, односно вкупниот број студенти на прв циклус од сите години е поделен со бројот на департмани (студиски програми). На овој начин може да се превенира пристрасноста што може да резултира од мигрирањето на студенти од еден на друг департман по првата година (каков што е случајот со Економски факултет). Имено, земањето предвид само на еден репрезентативен департман нема да даде реални резултати. Наместо тоа, определувањето просечен број студенти на департман според горниот пристап ќе даде посоодветни резултати. Ова може да се поткрепи со фактот, што според постојните законски прописи, сите предмети на факултетот им стојат на избор на студентите, без разлика на кој департман студираат, а трошокот за плати за наставниците е ист, без разлика на бројот на студентите на кои предаваат (на Економскиот факултет, по надминување на лимитот од 500 студенти, се формира втора паралелка). Сепак, оваа варијабла е специфична во случајот на Фармацевтски факултет, бидејќи на

тој факултет постојат две студиски програми со значителна разлика во бројот на отворени студентски места. Затоа во овој случај е пресметана пондерирана средина.

- *Трошоци за наставен кадар по час.* Оваа големина е изведена според исплатените бруто-плати на наставниците и на асистентите за 2011 година, со што е добиен просечен трошок (плата) за еден работен час на соодветниот наставник. Најпрвин се пресметува просечната годишна бруто-плата по наставник без разлика на звањето (вкупната маса на бруто-плати за наставниците според сметководствена евиденција, поделена со бројот на наставници). Потоа вака добиената просечна бруто-плата по наставник се дели со бројот на работни часови во текот на годината, добиен како производ на работните денови во годината со просечни осум работни часови во текот на денот (252 работни денови во годината \times 8 часа на ден = 2016 часови). Со оглед на тоа, дека ова претставува трошок за вкупниот ангажман на наставникот, вака добиената просечна плата на час е помножена со коефициент 0,5. Имено, во вкупниот фонд на часови, се претпоставува дека наставата во просек учествува со 50%, а другите 50% се придружни услуги (ангажман на наставниците во подготовка на предавањата, проверка на испитните задачи и прием на студенти). На идентичен начин е добиена големината на платите за ангажманот на асистентите.
- *Трошоци за простор (амфитеатар/предавална) по m^2 од час.* Оваа големина е добиена како количник помеѓу претпоставената годишна закупнина за соодветниот простор (опортунитетен трошок за просторот) од една страна и површината во m^2 и бројот на наставни часови од друга страна.
- *Број на часови на одделен предмет.* Одделните предмети имаат различен фонд часови. Со оглед дека е потребно да се внесе една големина за бројот на часови по предмет, пресметан е просечен број часови по предмет (добиен како количник помеѓу вкупниот број наставни часови по сите предмети и вкупниот број предмети).
- *Времетраење на испитите.* Одделните испити имаат различно времетраење. Оваа големина претставува просечно времетраење на испитите, која е различна за одделните факултети и се движи во интервал од 1,5-3 часа.

- *Времетраење на оценувањето.* Претпоставено е просечно времетраење на оценувањето за различните факултети, кое е дефинирано како 1-3 часа.
- *Број на повторувања на испитите за одделни кандидати.* Кај писмените испити претпоставениот број на повторувања е 1. На факултетите, опфатени со истражувањето, во основа не се спроведува усно испитување.
- *Максимална големина на групата.* Максималната големина на групите за предавања е утврдена според информациите, добиени од факултетите.
- *Коефициент на поддршка за секој предмет.* Кај сите факултети е определен компромисен коефициент со вредност 1.
- *Придружни услуги (во часови).* Имајќи ја предвид претходната претпоставка во поглед на распределбата на фондот работни часови кај наставниците и кај асистентите, се смета дека 50% од работното време на наставниците и на асистентите се користи за придружни услуги (подготовка на предавањата, односно на вежбите, проверка на испитни задачи и прием на студенти). Специфична е состојбата кај Земјоделскиот факултет, каде е декларирано дека наставата учествува со 65%, а придружните услуги го исцрпуваат остатокот од времето (35%). Поради тоа, коефициентот за поддршка изнесува приближно 0,5.
- *Листа на предмети.* Иако бројот на предметни дисциплини, потребни за дипломирање на одредена студиска програма (департман) е однапред дефиниран, во листата на предмети се внесени сите дисциплини кои ги нуди факултетот и тоа за секоја студиска програма (департман). Ваквата претпоставка е направена со оглед на потенцијалната изборност на сите предмети, т.е. секоја дисциплина му е на располагање на секој студент, без разлика на департманот.
- *Дел од генерацијата/класата која го полага испитот.* Оваа големина е иста со делот на генерацијата/класата која ги посетува предавањата по предметот (според податоците добиени од одделните факултети).
- *Материјални трошоци.* Искористена е информацијата за материјалните трошоци на одделните факултети според сметководствената евиденција за 2011 година.
- *Капитална потрошувачка.* Внесена е големината на пресметаната

амортизација за 2011 година според податоците за извршениот попис, иако амортизацијата не се признава како расход во билансот на успех во буџетските институции, во кои спаѓаат јавните универзитети.

- *Трошоци за неакадемски персонал.* Станува збор за бруто-платите на администрацијата. Кон нив се додадени наградите за раководење на ниво на факултет (додатоци за декан, продекани, раководители на департмани, секретари на катедри и хонорари, исплатени на различни работни комисии и сл., кои паѓаат на товар на факултетот).
- *Времетраење на студиската програма во години.* Кај сите факултети е земен период од 4 години. Двете студиски програми на Фармацевтскиот факултет се со различно времетраење: едната 5-годишна (заедно со мастер студии), а другата 4-годишна програма. Затоа е земен просек од 4,5 години за секоја студиска програма.

Согласно со наведените претпоставки и прилагодувања, добиени се следниве резултати од истражувањето (Табела 1):

Табела 1 – Трошоци по отворено студентско место на избрани факултети на УКИМ

Факултет	Во денари	Во евра (1€ = 61,60 ден.)
Фармацевтски факултет	428.462,00	6.956
Технолошко-металуршки факултет	383.642,00	6.228
Земјоделски факултет	295.631,00	4.799
Економски факултет	147.272,00	2.391

Извор: Сопствени пресметки.

Истражувањето покажа одредени слабости на моделот. Тие се однесуваат пред сè на претпоставките кај дел од влезните варијабли:

- *Определување бројот на студентски места по студиска програма.* Со оглед на фактот дека бројот на отворени студентски места не е ист за одделните студиски програми на факултетот, ниту е константен на одделните департмани во различни студиски години, определувањето просечен број студентски места по студиска програма (департман) претставува компромисно решение, кое сепак не овозможува строга прецизност во пресметка на крајниот резултат. Земањето предвид само на еден департман не би било излезно решение, со оглед на фактот што сите предмети на ниво на факултет потенцијално му стојат на располагање на секој студент без разлика на кој департман е запишан. Оттука, не може да се направи избор на предмети само

на ниво на департман. Со тоа, изборот на еден департман како репрезентативен, би значело дека целокупниот трошок за изведување настава и испити на сите предмети паѓа на товар на тој единствен департман.

- *Определување на бројот на часови по одделен предмет.* Фондот на часови за изведување настава/вежби по одделен предмет во рамките на студиската програма е различен. Со тоа, една од најголемите слабости на моделот е тоа што бара внесување само една големина за бројот на часови по предмет, каде како решение во анализата го дава просечниот број часови. Тоа во крајна линија се рефлектира во идентичен трошок за секој предмет, што практично не е реално.
- *Времетраење на оценувањето.* Оваа варијабла има огромно влијание врз вкупните трошоци по студент. Минорна промена од само 1 час (повеќе или помалку) по предмет, влијае на значајно зголемување на вкупниот трошок по студент.
- *Листа на предмети.* Заради прилагодување на потребите на истражувањето, сите актуелни предмети на одделните факултети се претставени како изборни, без разлика на нивниот фактички статус (задолжителни или изборни). Според дадениот алгоритам, ова имплицира дека студентот на одделен департман може да ги слуша и да ги полага сите предмети на факултетот. Овој проблем сугерира интересна солуција која сама по себе може да значи драматичен пресврт: пресметката на трошокот по отворено студентско место да се врши на ниво на факултет, наместо на ниво на студиска програма (департман), што е во спротивност со првичната цел.
- *Големина на класата (дел од генерацијата) која го полага испитот.* Моделот не прави разлика помеѓу полагање на испитот во првата испитна сесија непосредно по завршување на предавањата или како просек од сите сесии.
- Во доменот на *индиректните трошоци* не е прецизирано дали треба да се вклучи трошокот за пресметана амортизација кај буџетските институции.

Наведените слабости и пристрасности на моделот укажуваат на неопходната внимателност при толкување на добиените резултати, заради што моделот бара дополнителни прилагодувања, со цел да се стекне соодветна кредибилност и повисока прецизност на резултатите. Сепак, без оглед на пројавените слабости, понудениот модел за пресметка на трошоците по отворено студентско место со примена на bottom-up принципот, се покажува како современ пристап кој овозможува реално согледување на

тежината на студентското место, искажана во парични единици. Како негова позитивна карактеристика може да се издвои водењето сметка за карактерот на образовниот процес, односно објективните разлики што постојат помеѓу различните научни подрачја, така што добиениот износ на трошоци по студентско место го одразува монетарното оптоварување за добивање квалитетен високообразовен процес. Оттука, иако резултатите се добиени на примерот на избрани факултети на УКИМ, тие можат да се прифатат и да се толкуваат како реперни големини за високото образование во РМ, кои можат да бидат од корист при анализа и реформа на постојните студиски програми или при етаблирањето нови програми и институции (факултети).

Заклучок

Системот на финансирање на јавното високо образование во Република Македонија има потреба од реформа со која ќе се воспостават нови критериуми и мерила за негова поддршка. Притоа, многу значајни се искуствата во функционирањето на системите на финансирање на државните универзитети во европските земји, поконкретно системите на земјите членки на ЕУ. Тие упатуваат на почитување на принципот „парите го следат студентот“ како претпоставка за трошковно ориентирана цена на студирањето на јавните универзитети.

Пресметката на трошоците претставува еден од неопходните сегменти на анализата на финансирањето на јавните универзитети. Таа треба да ги даде појдовните сознанија за реалните потреби на високообразовните институции. Во современи услови се јавува тенденција во пресметката да се внесе елементот на поттик, со цел да се разрешат дилемите што во овој домен добиваат димензија на principal-agent проблем. Оттука, сè почеста е употребата на соодветни формули и алгоритми.

Во студијата на случај пресметани се трошоците по отворено студентско место според bottom-up принципот, на примерот на четири факултети од Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“: Економски факултет, Фармацевтски факултет, Технолошко-металуршки факултет и Земјоделски факултет. Притоа е опфатен само првиот циклус на студии. И покрај одредени слабости и пристрасности на моделот, тој овозможи добивање реална претстава за трошоците по отворено студентско место на избраните

факултети, водејќи сметка за карактерот на образовниот процес. Оттука, резултатите можат да се прифатат како реперни големини за јавното високо образование во РМ. Тие можат да бидат од корист при анализа и реформа на постојните студиски програми или при етаблирањето нови програми и институции (факултети).

Користена литература:

1. Akerlof G. A. and Kranton R. E., (2002): "Identity and Schooling: Some Lessons for the Economics of Education", *Journal of Economic Literature*, XL, pp. 1167-1201.
2. Barr N., Crawford I., (2005): *Financing Higher Education – Answers from the UK*, Routledge, London and New York.
3. Bloom D. E., Craig P., and Mitchell, M. (2000): *Public and private roles in providing and financing social services: Health and Education*, World Bank, Washington, DC.
4. Brossard M. and Foko B., (2008): *Costs and Financing of Higher Education in Francophone Africa*, World Bank, Washington D.C.
5. Burke J.C. and Associates (ed.), (2002): *Funding Public Colleges and Universities for Performance: Popularity, Problems, and Prospects*. The Rockefeller Institute Press.
6. Canning M., Godfrey M., Holzer-Zelazewska D., (2007): *Higher Education Financing in the New EU Member States – Leveling the Playing Field*, Working Paper No. 112, World Bank, Washington D.C.
7. Clark B.R., (1998): *Creating Entrepreneurial Universities, Organizational Pathways of Transformation*. Pergamon, Oxford.
8. Frost S., Chopp R., Pozorski, A. L., (2004): "Advancing Universities: The Global City as Guide for Change", *Tertiary Education and Management*, 10(1), pp. 73–86.
9. Herbst M., (2007): *Financing Public Universities – The Case of Performance Funding*, Vol 18, Springer, Dordrecht, The Netherlands.
10. Karmel P., (2003): "Higher Education at the Crossroads: Response to an Australian Ministerial Discussion Paper", *Higher Education*, 45, pp. 1–18.
11. Liefner I., (2003): "Funding, Resource Allocation, and Performance in Higher Education", *Higher Education*, 46, pp. 469–489.
12. Michael S.O. and Kretovcics A. M. (ed.), (2005): *Financing Higher Education in a Global Market*, Algora Publishing, New York.
13. Psacharopoulos G., and Harry P., (2002): *Returns to Investment in Education: a Further Update*, Policy Research Working Paper 2881, World Bank, Washington D.C.
14. Robins K., Webster, F. (eds.), (2002): *The Virtual University? - Knowledge, Markets,*

- and Management*. Oxford University Press, Oxford.
15. Schmidlein F.A., (2004): “Assumptions Commonly Underlying Government Quality Assessment Practices”. *Tertiary Education and Management*, 10(1), pp. 1–23.
 16. Stich A., Ziegele F., Mojsoska-Blazevski N. (2011): *Higher Education Funding in Macedonia*, unpublished, World Bank, project P122452, Skopje.
 17. Trow M., (1996): “Trust, Markets and Accountability in Higher Education: A Comparative Perspective”, *Higher Education Policy*, 9(4), pp. 309–324.
 18. Wagner A., Smith T. M., Healy T., (2000): “Tertiary education: New patterns of learning and earning”, *European Journal of Education*, 35 (1), pp. 45-59.
 19. Winston G.C., Zimmerman D., (2000): “Where is aggressive price competition taking higher education?”, *Change: The Magazine of Higher Learning*, 32(4), pp. 10–19.

METODOLOGICAL CHALLENGES REGARDING THE FINANCING OF PUBLIC UNIVERSITIES IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA FROM THE PERSPECTIVE OF SS. CYRIL AND METHODIUS UNIVERSITY

Pecce Nedanovski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
pecen@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Public higher education in the Republic of Macedonia needs a reformed system of financing, which will be based on new criteria and measures for its support. Changes in this area can focus on using the experiences in financing higher education of the European countries, in particular higher education financing in the European Union Member States. Cost calculation is one of the necessary segments, because it should result in initial findings on the real needs of higher education institutions in the Republic of Macedonia. Taking into account the characteristics of different concepts and ways of calculating costs in the higher education, the case study includes calculation of costs per study place, based on the bottom-up principle. The research was done on a sample of four faculties at Ss. Cyril and Methodius University.

Key words: *public higher education, financing, cost per study place*

ГЛОБАЛИЗАЦИСКИ ПАРАДОКС - ДРЖАВАТА АГЕНТ V. КОЧНИЧАР НА ЕКОНОМСКИОТ РАЗВОЈ (СЛУЧАЈОТ НА Р. МАКЕДОНИЈА)

проф. д-р Наталија Николовска
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
natalija@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Во трудот авторот во почетокот ги идентификува видовите на капитализмот. Потоа го поентира доминантниот тренд на афирмација на неолибералниот пазарен капитализам. Таквиот тренд води кон реализација на сценариото на мега-капитализмот којшто се конфронтира со моделот на социјално-пазарниот капитализам, меѓутоа и со позицијата на националната држава. Консеквенциите од таквата конфронтација ќе се анализираат во контекст на одредувањето на иднината на државата како институција.

Транзиционата држава која со помош на програмите на ММФ директно влезе во „пазарна” трансформација ќе се анализира од стојалиште на догмите на “Вашигтонскиот консензус” и од позиција на Портеровиот научен „дијамант” за да се даде оценка како може државата да биде развоен агент. На крајот, ќе се анализира студија на случај: Р. Македонија пред сè од стојалиште на „освоената,” позиција на државата во глобалното макроекономско опкружување. Посебно ќе се поентираат два фундаментални аспекти на владините политики: макроекономската стабилност, како и контраверзите околу улогата на странските директни инвестиции. Во заклучок следува дијагнозата: паталожкото заболување или трансформацијата на државата во буџетска корпорација ја загрозува мошне скапо платената макроекономска стабилност и го отвора сценариото за банкрот на државата.

Клучни зборови: економска глобализација, глобализација, мега-капитализам, странски директни инвестиции, корпоративна држава, јавен долг

Воведни согледувања околу глобалниот натпревар помеѓу видoвите на капитализмот

Современата глобална економска криза, која ја преокупира научната јавност, исфрли на површина многу контраверзии, меѓу другото и прашањето за улогата на државата во економијата. Согласно со званичното толкување на америчката администрација дека кризата е резултат на недоволна потрошувачка повторно се актуелизира Кејнс¹. Менаџментот на побарувачката на државата сè повеќе се става во својата мисија на антициклично влијание преку експанзивна фискална политика.

Контрадикторноста на неолибералниот подем така стига во фаза на кулминација – промовираната до скоро потреба државата да се повлече од економијата сега се ревидира, меѓутоа, повторно по мерка на односите на силите. Помалите држави, региони треба да ја намалат моќта (трошоците) меѓутоа САД остануваат монополистички стожер на геополитичката и на геоекономската моќ. Државата всушност во глобалистичкиот амбиент е проактивен чинител и ја користи идеолошката матрица на глобализацијата за зголемувањето на моќта на транскорпоративниот бизнис. САД и GE 7 дизајнираат и етаблираат меѓународни трговски договори (организации, законодавство) кои ги поддржуваат преку граничните инвестиции производните мрежи, како и пенетрација на пазарот. Напредните капиталистички земји ги користат наднационалните политики на институциите (ММФ, ЦБ и СТО) за да ги обликуваат одлуките и политиките во нивна корист. Меѓутоа, овој клуб на развиени не е хомогена заедница. Всушност, глобалниот капитализам има повеќе варијации (моделн). Разликите во моделите се експлицираат пред се во релациите помеѓу капиталот – трудот. Така, неолибералната форма на капитализмот етаблира политики кои, пред сè ги штитат интересите на капиталот, додека другите видови го „омекнуваат“ капитализмот преку давање на поголеми права на трудот“. Универзалната идеологија на капитализмот се манифестира преку диференцирани системи на организирање на економијата, од кои најзначајни се следниве три²:

1 Денеска голем дел од светската економска мисла, следејќи го Кејнс, ја поентира недоволната потрошувачка како основна причина за економската криза. Тука спаѓаат: Krugmana (2006,2007), С. Stigliza (2007), Vadea (2008), Swartz-Nelsona (2007), Barnankea (2002), Pitelis-Argitesa, (2008).

2 Berger,S. and Dore, R. (1996) National Diversity and Global Capitalism, Ithaca, NY: Cornell University Press. Hall, P.A. and Soskice, D. (2001) Varieties of Capitalism: The Institutional Foundation of Comparative Advantage, Oxford: Oxford University Press. Hollingsworth, J.R. (1997) Contemporary Capitalism: The Embeddedness of

- Неолиберален пазарен капитализам – практикуван од страна на САД и во помала мера од В. Британија;
- Социо пазарен капитализам – практикуван од Германија, скандинавските земји и од други европски држави;
- Развоен капитализам – практикуван од Јапонија, Јужна Кореа, Сингапур и од повеќето источноазиски земји³.

Табела 1: Карактеристики на трите видови на капитализам

Карактеристики	САД	Германија	Јапонија
	Нео-либерален	Социо пазарен	Развоен
Доминантна идеологија	Либерализам	Општествено Партнерство	Техноационализам
Политички Институции	Либерална демо-гратија поделена власт	Социјална демократија, слаба бирократија, корпоративно право	Развојна демократија, силна бирократија, реципроцитет помеѓу фирмата и државата
Економски Институции	Децентрализиран, отворен пазар, флуиден пазар на капитал	Организиран пазар, посветен и банкарски централизиран пазар	Цврсти бизнис врски, затвореност, картели во Sunset индустрии

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

Всушност,кај овие модели различни се концептите на владите во регулирањето на политиката и на економијата.(Види Табела бр. 1).

Во современата епоха се случува падот на стапката на маргинална ефикасност на капиталот, со што се изоструваат методите на експлоатација на трудот, а тоа, пак, води кон заострување на конкуретноста помеѓу различни капиталистички системи на штета на тие коишто ги развиват хуманите видови на капитализам (социјално пазарниот и развојниот). Неефикасноста на овие видови на капитализмот се перцепира како неспособност на државите да генерираат развојни перформанси, наспротив евидентните проблеми околу кумулирање на јавните долгови.⁴ Неолибералниот капитализам на тој начин

Institutions, Cambridge: Cambridge University Press. Chapter9.

3 Покрај овие три главни модели на капитализам, може да се додаде и четврти, односно комунистичко-капиталистички систем кој го практикува Кина. Во овој модел имаме високо централизиран политички систем кој е комбинирани со брзо растечки отворен капиталистички пазарен систем.

4 Јавниот долг на најзадолжената земја во рамките на ЕУ - Грција е 180% од ОБП, додека, пак, најразвиената Германија има јавен долг од -70% од ОБП. Речиси сите земји во ЕУ го надминуваат воспоставениот таргет во Мастрих од максимум дозволено задолжување 60% од ОБП. (просечниот јавен долг на ЕУ е 91%).

го расчистува патот за своја потполна доминација, подготвувајќи го светот за новиот Кондрадиев технолошки циклус.⁵

Мега капитализмот и перспективите на државата

Трансформацијата на националната држава од социјална или развојна провиниенција во насока на чисто корпоративна пазарна држава е во сржта на глобализацијата. Реализацијата на ваквата визија отвара голем фронт на конфликтности со другите модели на капитализмот, но и со концептот на националната држава. Таквиот фронт всушност ги засилува активностите во насока на развој на неолиберален мега капитализам. Заради реализација на таквата цел се користат инструменти на државен инетервенционизам, коишто до скоро беа туѓи на неолибералната економска догма⁶.

Во рамките на постојниот економски и политички догматизам во тек е следново сценарио: Големите финансиски инјекции (субвенции) и новата регулатива без промени во економско-политичка платформа понатаму ќе ја изоструваат концентрацијата и централизацијата на капиталот во глобални размери. Мега капитализмот е всушност новиот поредок во којшто светот ќе се менаџира од страна на мега корпорации и мега банки со посредништво на еден вид светска влада, а работникот станува проектиран – кибернетизиран објект што значи робот кој има единствена функција да придонесе кон морбидна интензификација на првиот принцип на капитализмот – профитот. Глобалната корпоративизација треба да го расчисти патот за воспоставување, пред политичкиот сооднос на релација на капиталот – трудот, којшто ќе вклучува сè помалку државно посредништво.

Реализацијата на ваквата визија на мега капитализмот носи низа потенцијални опасности и бариери во рамките на процесот на чистењето

5 Според анализите на Томсон ние се наоѓаме во 5-ти К бран и тоа во фазата на „длабока зима“. Во 2013 година фазата на рецесија премина во фаза на депресија која треба да трае приближно од 2017 до 2020. После тоа се очекува да се случи технолошки бран, којшто секторски како идни технологии ги назначува: нано технологијата, биомедицината, биотехнологијата ...Меѓутоа од стојалиште на носителите на таквиот бран, перспективите се мошне неизвесни, т.е. антиципациите се дека глобални придвижувања ќе се случува во насока на поместување на лостот на моќта кон Пацифичкиот регион (P. Dicken, 2007).

6 Политичкиот и интелектуален естаблишмент на американската економија во 2008 година предложи пакет тежок 700 мил. американски долари. Тој пакет претставува најголема финансиска интервенција од почетокот на развојот на капиталистичката пазарна економија. Пред десетина години самиот предлог за државна интервенција во ваква форма би била сериозна грешка за економист или политичар. Денеска, таквата форма на државниот интервенционизам продолжува: преку Јункеровиот инвестиционен план (315 мил. ЕУ), повторно се вбризува финансиска инјекција за докапитализација на банките заради спасување на Европската монетарна унија.).

на должничкото салдо на државите, кумулирано во пазувите на фазата на “иррационалниот еинтузијазам”:

Првата опасност што се отвоара на патот кон мега капитализмот е конечната пресметка меѓу чистата форма на неолибералниот капитализам и социјалниот пазарен капитализам. Во случајот конфликтот се изострува во рамките на функционалната интеграција на капиталот како процес во текот на кој треба да се намалат дисторзиите од неекономска природа и да се ослободи капиталот од акумулираниот социјален багаж на државата, којшто во последното столетие беше придобивка на развојот на капитализмот со човечки лик⁷. Токму затоа булдожерот на неолибералниот капитализам го лоцира епицентарот на болеста - ЕУ и го почна деструктивниот поход за намалување на социјалните права на граѓанинот, работникот, редуцирање на јавниот сектор, што со оглед на постојниот демократски капацитет во ЕУ носи опасности од мошне широк спектар на конфликти (социјални немири, политички екстремизми, терористички активности, воени судири). Всушност, доколку ескалираат различните конфликтни состојби, ќе застанат реформите и иновациите во ЕУ што, пак, ќе ги исцрпи капацитетите за раст на мега капитализмот на САД, којшто во голема мера зависи од глобалните перформанси, а пред се од перформансите на ЕУ.

Големата пак trade-off дилемма за ЕУ е дали социјалната држава ќе капитулира пред пазарната? Разврската на дилемата има далекусежни цивилизациски последици, бидејќи се работи за деструкција на со векови градениот концепт на мултидимензионален одржлив развој врз принципи на територијална кохезија.⁸

Втората опасност е тоа што корпоративниот глобален развој го отвара круцијалниот конфликт со националната држава. Всушност, ТНК ја најдоа волшебната формула за богатење: капитализам без работа плус капитализам без даноци. Токму на тој пат основната бариера е националната држава која во текот на процесот на арбитража и создавање на единствен пазар преку функционална интеграција на глобалниот капитал

7 Големината на средствата прибрани од јавните приходи што се дистрибуираат преку јавната каса (буџетот) меѓу европските земји се движат помеѓу 30% и 50% (конкретно, на ниво на ЕУ, тие просечно изнесуваат 44,6%) додека во САД и во Јапонија јавните расходи се околу 20% од БДП.

8 ЕУ е фатена во замката помеѓу виртуелната неокласика којашто се прокламира како процес којшто води кон регионална конвергенција и кохезија. Во реалитетите, пак пазарната држава стана основна на манифестацијата на противречностите на ЕУ преку функционалната интеграција на капиталот која сè повеќе ги еродира фундаментите на заедништвото на државите. Така, интересите на Германија се противставени со интересите на Грција, Шпанија, Италија. Токму оттука иднината на ЕУ е крајно неизвесна..

се претвоара во мега држава⁹. Националната држава своите апетити ги разви врз кејсијанскиот концепт на менаџмент на потрошувачка и мутираше во паталоски тип на политичка структура – буџетска држава. Енормното задолжување на државите кои си најдоа ефикасен инструмент (емисија на обврзници) ги исцицува фондовите на националната економија, ослободувајќи ја суб политиката во сосема нов сооднос со несогледливи последици, т.е. ја поткопуваат способноста на владите да управуваат со националните економии. Контурите на таквите процеси се видливи насекаде во светот.¹⁰ Всушност новиот бран на историјата нè конфронтира со состојба во која националните влади нема да можат да ги плаќаат долговите кон финансиерите или да ги сервисираат обврските на граѓаните (социјално, здравствено, пензиско), така што државата ќе рудимендира кон форма на минималистичка држава која ќе функционира преку изнајмувањето на колективната инфраструктура по највисока цена. Така распадот на националната држава ја отвоара Пандорината кутија од која излегуваат низа прашања: Кој ќе се грижи за човековите права во свет кој ја напуштил националната држава? Како може социјалната гаранција која во голема мерка беше облигација на националната држава да биде засочувана во услови на зголемување на светската сиромаштија и намалување на платите? Ако националните држави се распаѓаат, дали ќе следат нови религиозни, граѓански војни, можеби придружени од еколошки катастрофи?

Токму ваквата анархистичка утопија на мега капитализмот со слободен пазар и минималистичка државна регулација создава социјален, културен и политички отпор спрема процесите чија ирационалност ја потценува цивилизациската разумност и хуманост.

9 Обврската што ја преземаат националните држави спрема транснационалните корпорации всушност може да се опишат со метафората “има четири гриза на грешата: првиот е добивање на најдобрата инфраструктура; вториот е собирање на различни догации; трето, редукција на данокот на минимум; и четврто, прикажување на трошоците на невработените”. Така, државите отварајќи го процесот за влез на ТНК државите постепено си го копаат гробот за сопственото пропаѓање, т.е. “во партија на покер губат значителен дел од контролата врз даноците” (Урлих Бек, 2007).

10 Во Либија државите се заменети со племенски организации кои војуваат меѓу себе. Формирањето на парадржавната институција Исламска држава која ја шири моќтан а Блискиот Исток со претензии за експанзија и кон Стариот континент со исклучително екстремно насилничко кредо веќе формира различни форми на заедница (заедничка валута, заеднички кујни, примарна медицинска заштита, собирање даноци). Разградувањето на Украина како држава е во тек преку воени судири и акции коишто го рушат кребилитетот на федералната држава и формираат паралелни регионални политички структури. Во Европската Унија процесите на нарушувањето на моќта на националната структура ескалира во Грција која се најде во позиција да биде фатена во замката на проблемот на презадоленост на државата и болните реформи кои треба да ги плати граѓанството, а таквиот пример всушност ги очекува и другите презадоленени економии.

Позицијата на транзицната држава

Во рамките на глобалистичката идеологија за транзиција на државата кон пазарна корпоративна држава како последната станица на трансформацијата во 90-те години се најдоа транзиционите економии. Државата во бившите комунистички земји поради минатото искуство на хиперрегулација во економијата се сметаше за исклучително „контра продуктивен актер” кој требаше да претрпи значајна пазарна трансформација. Токму таквиот став се рефлектира во сите транзициони пакети кои се креирани. Така, како фундаментален аспект на проектот „Вашингтонски консензус”. Џ. Вилјамсон го истакнува „редуцирањето на улогата на државата и нејзино сведување на креирање на услови за нормално работење на приватниот бизнис”. Таквиот став понатаму се операционализира во рамките на програмите за стабилизација и за структурно прилагодување на ММФ во којшто значаен критериум за успешноста на транзицијата се поентира – рестриктивната фискална политика, со цел ограничување на јавните расходи. Во контекстот на приоритизирањето на прашањето за минимизирањето на улогата на државата се случи глобализацискиот парадокс: раст на улогата на државата во сите сегменти на економијата и општеството и нејзина трансформација во мега држава.

Еволуцијата на таквиот процес настана како последица на пресијата на транзиционите задачи на пакетот Вашингтонски консензус во рамките на кои се најдоа:

- Приватизацијата.
- Стабилизацијата на цените и интерната конвертибилност на валутата.
- Дерегулацијата.
- Либерализацијата на секторот на надворешно-трговската размена.
- Развивањето на стратегии за привлекување на странските директни инвестиции како фундаментална детерминанта за трансвер на капитал и технологија.

Така се случи најголема контрадикција на транзицијата, т.е. историскиот идеолошки парадокс на јакнење на државниот интервенционизам наспротив афирмација на пазарната економија. Изворите на грешката се во „идеолошката бубачка“ која е уфрлена во епицентарот на општествено-политичка трансформација, а доктринирано гледано е во експерименталниот процес на монетарната алхемија како фаза на оспособувањето на државите

за операциите на глобалниот пазар.

Спектакуларните решенија за економска реконструкција за бившите социјалистички земји се случува во форма на вулганизрана фетишизирање на процесите – стабилните цени, валутите и либералната шпекулативна методологија за урамнотежување на билансите, што се сметаше за претпоставка за take off, а всушност го отвори пороцесот на атрофија на производствените фундаменти (дезиндустријализацијата, дезаграризацијата) на периферните економии.

Изместувањето на лостовите на рамнотежата во насоката на менаџментот на побарувачката ја активира улогата на државата во насока на посветеност на две цели: **надворешна** - интегрирање во глобалната економија и **внатрешна** – моделирање на културите и практиките коишто ги рефлектираат многубројните мултидимензионални аспекти на живеењето. Надворешната мисија на државата или интегрирањето во глобалната економија како врвен постулат ја промовира макроекономската стабилност. Од програмите на ММФ, па сè до критериумите на номиналната конвергенција на ЕУ, нагласена е одговорноста на државата за одржувањето на макроекономската стабилност како Sine qua non на „природниот” поредок на глобализацијата.

Втората голема надворешна задача се однесува на посветеноста на економијата на привлекувањето на странски директни инвестиции како основен извор на инвестиционен капитал. Она што е посебно значајно од стојалиште од меѓународните финансии е дека транснационалните корпорации, како основен субјект на новиот економски поредок, дефинитивно ги профилирале акциите на меѓународните финансиски институции, а посебно на ММФ и на Светската банка. Токму оттука познатиот Вашингтонски конзенсус се темели на интересите на корпоративниот капитал како доминантен субјект во современи услови, а не на интересите на државата за просперитет и развој. Така, во коренот на проблемот на неразвојните стратегии лежи противречноста на интересите на крупниот капитал и транзиционите држави.

Контрадикторностите во случајот се потенцираат од научно стојалиште и се посебно нагласени во однос на улогата на државата да ја доведе економијата до фаза кога таа ќе генерира раст и развој. Доколку се тргне од моделот на Портер, секоја земја поминува низ следниве фази на економскиот развој:

- Фаза водена од факторите.
- Фаза водена од инвестиции
- Фаза водена од иновации
- Фаза водена од богатство.

Фазата водена од факторите е иницијална фаза во која развојот се реализира врз основа на некои фундаментални фактори на производство. Во „дијамантот“ само рудиментираните фактори на производство се компаративна предност. Технологијата доаѓа од други држави странските фирми овозможуваат најголем дел од пристапот кон надворешни пазари ... Економијата, водена со факторите има слабо темпо на раст.

Фазата водена од инвестиции - во оваа фаза конкурентската предност на државата се темели на можноста и спременоста на државата и нејзините фирми агресивно да инвестираат. Технологијата е обично за една генерација по лидерските на меѓународно ниво, меѓутоа во оваа фаза странската технологија и методи, не само што се применуваат, туку и се унапредуваат. Во повоениот период само Јапонија, а во последно време и Кореја биле успешни во оваа фаза.

Фаза водена со иновации - оваа фаза се карактеризира со тоа што не само што се трансферираат и се унапредуваат технологиите и методите на другите нации, туку државата и сама креира иновации. Глобализациската стратегија на фирмата се базира не само на увоз, туку и на извоз на капитал.

Фаза водена со богатство - за разлика од претходните, оваа фаза се карактеризира со ентропија. Проблемот е во тоа што економијата водена од некогашното богатство не е во состојба да го задржи таквото богатство. Општеството заспива на ловориките.

Портер во своето познато дело наведува „единствен разумен концепт на конкурентноста на национално ниво е de facto национална продуктивност на трудот. Животниот стандард во земјата зависи од капацитетите на домашните фирми да достигнат високо ниво на продуктивноста на трудот и во текот на времето постојано да го подигаат“ (Porter 1998). Одтука произлегува дека стратегиите на националните економии, а посебно во помалку развиените земји, не смеат да се потпираат исклучиво на транснационалните компании. Во тој случај, земјата рескира да биде т.н. factor driven economics, т.е. економија која има статичен карактер и е извозник на природни ресурси. Систематизацијата на Портер доколку се аплицира во современи услови ќе се заклучи дека глобализацијата е

фатена во замка од причини што империјалистичката неоколонијалистичка поделба на светот создава статичка поделба на државите на Центарот кои се во фаза на богатство (САД, ЕУ) и државите кои се водени од факторите (експлоатираната периферија, т.е. најголемиот дел од другиот свет).

Глобалната финансиска криза ја рефлектира токму таквата состојба каде што државите не успеваат да етаблираат стратегии и политики коишто ќе ја реанимираат можноста за влез во фазата на иновации. Всушност, т.н. „заспани” држави во современи услови се мисионери на интересите на корпоративниот капитал, чишто пазари се во сатурација. Така, во иднина може да се очекува да се отвори патот на „одумирање” (банкротства на државите) заради намалување на непродуктивните трошоци (кумулираните должнички салда), со цел да се спречи понатамошниот пад на маргиналната профитна стапка.

Студија на случај: Макроекономската позиција на Р. Македонија

Влегувањето на Република Македонија во глобалниот економски систем започна со програмите за стабилизација и структурно приспособување на ММФ и на Светската банка. На тој начин, македонската економија која долг период беше затворена (гравитираше кон југословенски пазар) сосема неподготвена и со штотуку започнат процес на институционално пререструктурирање влезе во системот на глобалната конкуренција.

Резултатите после две децении се видливи преку Глобалниот индекс на конкурентност. Република Македонија се наоѓа на 63-тата позиција од вкупно 144 земји на листата на конкурентност за 2014 год., направена од страна на Светскиот економски форум¹¹. Глобалниот економски форум пронаоѓа низа компаративни недостатоци во однос на конкуренцијата и тоа пред сè во улогата на државата и на корпоративниот сектор, како и во однос на заштитата на интересите на 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

11 Концептот којшто се застапува во трудовите во Global Competitiveness Forum и транзициските земји ја симплифицира конкурентноста како макроекономски феномен кој е пред се детерминиран од макроекономската стабилност. На тој начин, на прв план избиваат критериумите на номиналната конвергенција (стабилноста на цените, курсот ...), а не индустриската политика и подигањето на националната продуктивност како пат кон реална конвергенција (Pitelis 2008).

на платниот биланс како трајна компонента на македонските економски односи со глобалниот пазар е извор на дополнителна акумулација, меѓутоа и израз на прекумерна апсорпција и станува ограничувачки фактор за идниот стопански развој.

Класичните теории на платните биланси тргнуваат од дефицитот на тековниот платен биланс како состојба која укажува на здраво наспротив болно стопанство. Новот природна ММФ сугерира финансирање на дефицитот на тековниот платен биланс со увоз на капитал, како долгорочен, така и краткорочен, дозволувајќи значително поголемо задолжување на државата со што и концептот на дефинирањето на нивото на ризично надворешно задолжување е проширен. Така, неолибералната економска доктрина на ММФ формираат солидна платформа за создавање на должничка криза во текот на времето, а државата за тоа да не е свесна. Мисијата на државата е успешна доколку го одржува стабилно нивото на цените и курсот. Така во Македонија имаме речиси состојба на "currency board" и по согледувањата на голем број автори курсот е преценет. Меѓутоа, во концептот на „overall balance" увозот на капиталот и меѓународното задолжување се извор на понуда на девизниот пазар и водат кон апрецијациски притисоци на курсот, па дури и кога извозот и домашното стопанство стагнираат, а дефицитот е стабилно висок. Излезот е во увоз на капитал од меѓународниот пазар. Тој, пак, зависи од кредитниот рејтинг. Кредитниот рејтинг на Р. Македонија е стабилен В.В.В. кај сите кредитни агенции (Standard and Poor's). Меѓутоа, макроекономската стабилност како основен столб на компаративните предности на државата не е доволно за привлекување на капитал од меѓународниот пазар. Така, македонското економско опкружување го рефлектира парадоксот: Исполнување на Мастрихтовите критериуми 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 мил. евра (1998) на 1.756,6 мил. (2013), што е пред сè резултат на отворениот процес на дезиндустријализација и деаграризација во земјата. Како резултат на тоа, стапката на невработеност се движи околу 30%, со што Македонија е на лидерска позиција во недоволно користење на продуктивниот работен контингент во регионот. Во контекстот на состојбата на атрофијата на производствениот потенцијал на земјата се случува постојан раст на бруто задолженост на земјата, коешто

во 2014 година достигна 67,6% од БДП¹². (Во 2004 година надворешниот долг изнесуваше 49,8%).

Контраверзии и дилеми околу странските директни инвестиции

Макроекономската стабилност како мисија на државата е пледоаје за нејзината круцијална улога во глобалниот поредок, а тоа е привлекување на странските директни инвестиции. Токму затоа, речиси целата своја активност државата ја посетува 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 на бизнис и представуваат ориентири за насочување на инвестиционите текови во глобалниот економски перодок. Иако овие рејтинзи се повеќе рефлексја на критериумите на економскиот империјализам (интересите на корпорациите), тие отвораат низа прашања и контраверзии.

Една од отворените котраверзии се однесува во однос на објективноста на проценката, а ргоро можноста во таквите рејтинзи да се рефлектираат други владини активности, како, на пример, (лобирање, корупција итн.) Така, на пр., според индексите на UNCTAD, потенцијалот за СДИ на македонската економија е лимитиран, а земјата беше рангирана на 100-та позиција од вкупно 141 држави во 2008 година, и покрај позитивната слика за „подобноста” на инвестициската клима, споредбено со другите земји од регионот. Според World Bank Doing Business 2013, Македонија го достигна високото 23 место и постигна скок кој е невообичаен и кои малку држави успеале да го достигнат. Се поставува прашање на што се должи „кенгурскиот скок” на владините политики: радикална трансформација на бизнис опкружувањето, административно технички подобрувања во бизнис процедурите или други фактори?

Наредната котраверза се однесува на прашањето: Доколку владините политики биле така успешни зошто не се инкорпорирале на реалните инвестициони текови или зошто е Македонија на дното на листата на инвестициони дестинации. Така, во првите 8 месеци од 2014 година,

12 Државен завод за статистика на Република Македонија (www.stat.gov.mk), последно пристапено 13.03.2015 година.

македонската економија привлела 176 милиони САД долари вредност на странски директни инвестиции што е за 11 милиони САД долари помалку од истиот период за 2012 година (според податоци од НБРМ). Во текот на 2013 година, вредноста на СДИ била 251 милион САД долари, најлош ранг во регионот и помалку од соодветниот показател на Косово (259 милиони САД долари). Како контраст, Црна Гора, која има популација една третина од популацијата на Македонија, привлела скоро 350 милиони САД долари СДИ во 2013 година, Албанија 920 милиони, Србија 780 милиони, додека Босна и Херцеговина ја завршила 2013 година со 300 милиони САД долари странски директни инвестиции.¹³

Наредната контраверза се однесува на *de jure* еднаквиот статус на странските директни инвестиции со домашните инвеститори, а *de facto* ставање во поповолна позиција од домашните.¹⁴ Всушност, фаворизирањето на странските директни инвестиции при истовремено дискриминирање на домашните инвеститори се рефлектира мошне негативно на мобилизацијата на домашната акумулација – малиот и средниот бизнис кој треба да биде стожер на економскиот развој.

На крајот се актуализира потребата да се објективизираат резултатите од владините проактивни политики за привлекување на странските инвестиции. Таквото барање посебно се нагласува од стојалиште на одредени истражувања коишто укажуваат дека владините стимулации не се секогаш ефективни, посебно кога се имаат во предвид основните детерминанти на СДИ¹⁵. Понатаму, се укажува на фактот дека стимулациите за странски директни инвестиции не се секогаш праведни, бидејќи се случува трансфер на ресурси и акумулација од земјата домаќин кон странската компанија, па доколку изостанат видливи макроекономски ефекти се работи за дотации кои сиромашните земји ги даваат на богатиот транснационален бизнис¹⁶.

Токму заради погоре наведеното произлегува потребата да се направат

13 <http://www.balkaninsight.com/en/article/Macedonia-fdi-worse-last-year>.

14 Земјата има рамна даночна стапка од 10% за данок на добивка и данок на личен приход. Дополнителна специфика за системот на оддачување на странските компании е што данокот на добивка се применува само по дистрибуција на профитот, а Законот за технолошко индустриски развојни зони обезбедува специјални даночни поволности за секој инвеститор кој ќе инвестира во зоните – даночно ослободување од 10 години, ослободување од ДДВ за трговски трансакции во рамки на зоните, како и ослободување од данок на личен приход за вработените во тие компании за период од 10 години на спроведување на бизнис активности во рамки на зоните.

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

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

Cost-benefit анализа за да се согледаат резултатите од странските директни инвестиции. Во тој контекст треба да се валоризира:

- Колку СДИ во Македонија се промотори на нова технологија; менаџмент, нови пазари, нови вештини и знаниа во обука на работната сила;
- Колку СДИ влијаат врз зголемување на вработувањето во земјата.
- Како тие се рефлектираат врз платниот биланс на земјата (увозната компонента во производот, репатрација на добивката ...);

Придобивките треба да се споредат со трошоците од СДИ како што се:

- Изгубениот потенцијален приход од даноците, царините и другите бенефиции;
- Реални трошоци околу субвенциите;
- Трошоци за изградба и експлоатација на техничката инфраструктура во зоните;
- Трошоци за економската дипломатија (економските промотори).
- Трошоци за Road Show, бизнис форуми, панел дискусии, учество на саеми;
- Трошоци за издржување на институционалната мрежа за привлекување на СДИ¹⁷.

Таквата анализа е пледоаје на заклучокот во однос на прашањето: Дали Р. Македонија во конкуренцијата за наклоноста на корпорациите е вклучена во „трката до дното“ којашто на земјата < отвара виртуелни развојни перспективи при очигледна и видлива реалност во која наемниците и социјалните услови опаѓаат до очајнички размери.

Заклучок

Најдинамичната категорија во македонската економија е буџетската потрошувачка. Буџетската експанзија станува мошне евидентна последните години, посебно кога државата, вклопувајќи се во сценариото на антикризните мерки, си дозволи пречекорување на фискалниот дефицит во однос на планираниот и мастрихтовиот таргет. Така, последните три години буџетското салдо изнесува -3,8%; -3,9%; -3,7% респективно (2012;

17 Институционалната рамка за привлекување на инвестиции ја сочинуваат: заменик претседателот на Владата, задолжен за економски прашања, Министер без ресор за СДИ, Комитет за инвестиции, ТИМ Македонија, Агенција за СДИ и промоција на извоз на Р. Македонија, Дирекција за технолошки индустриски развојни зони (Програма за поттикнување на инвестициите 20011-2014, Скопје).

2013; 2014) и на тој начин продолжи кумулирањето на јавниот долг којшто од 26,2% (2009) порасна на 45,98% (К-4 2014)¹⁸ или изнесува 3.927 милиони ЕУ, а 36% од оваа сума се однесува на плаќањето на камати. Енормното зголемување на јавниот долг укажува на фактот дека македонската држава станува сè повеќе зависна од туѓа акумулација, којашто патем ја троши за да ја моделира економската и општествена реалност според политичките вредносни перспективи кои се олицетворени во проекти кои не имплицираат директно генерирање на приходи (најтипичен пример за тоа се милионски суми потрошени за имплементација на проектот Скопје 2014). Циничен исход на битката помеѓу стопанството и државата со резултатот: државата се претвори во корпорација којашто оданочува, редистрибуира и вработува не според критериумите на пазарната економија, туку според вредностите на политичка (партииска) диоптрија.

Експанзивната фискална политика во Р. Македонија (или било каде во ЕУ) се финансира непосредно по пат на емисија на обврзници кои се пласираат на меѓународниот (евро обврзницата) или на домашниот финансиски пазар. На тој начин се канализираат заштедите на секторот на стопанството и населението во непродуктивното трошење на државата. Така финансискиот сектор се дистанционира од својата природна функција да служи како извор на дополнителна акумулација на стопанството (да создава претпоставки за стимулирање на финансиот циклус), и се ориентира кон државата како “сигурен комингент” Симбиозата на банкарскиот сектор со државата е пледоаје за песимистичко развојно сценарио во услови кога не се респектираат пазарните критериуми за инвестирањето. Во Македонија проблемот дополнително се комплицира со тоа што не постои секундарен пазар на капитал на којшто би се проверила реалната вредност на обврзниците. Тоа, пак, ги прави мошне неизвесни предвидувањата во однос на развојот на активата на билансите на банките. Посебно во случај кога намалениот кредибилитет на државата ќе се рефлектирал врз падот на вредноста на обврзниците, со што ќе се отвори процесот на декапитализација на имотот на банките. Дополнително зголемената јавна потрошувачка врши пресија врз растот на цените на нетрговските стоки (Самуелсон – Балансов ефект) и понатаму ја еродира конкурентноста на македонската економија преку растот на апрецијацијата на курсот. Намалувањето, пак, на меѓународната конкурентност се случува во исклучително невралгичен

18 Во структурата на јавниот долг компонентата надворешен јавен долг порасна од 1280,3 мил. ЕУ (2009) на 2725, мил.ЕУ (К-4 2014). Компонентата, пак, внатрешен јавен долг исто така се дуплира и изнесува 492, мил ЕУ (2009) на 1196,2 мил. ЕУ (К-4 2014) Билтен на Министерство за финансии на РМ 2014.

амбиент (глобална економска криза). Државата влијае на продлабочување на платно билансната дубиоза која сè потешко ќе може да биде покриена од надворешни извори на финансирање (пад на странските директни инвестиции, намалено меѓународно кредитирање). Од тука произлегува дека токму затоа корпоративната држава заробена во кусогледноста на сопствените интереси преку “партија покер“ води ризична игра со мошне скапо платениот транзиционен таргет – макроекономската стабилност.

Користена литература:

1. Porter, M. (1990) *Managing Reforms in the Eastern European Countries*, Cambridge UN
2. Bernanke, B. (2002) *Deflation: Making Sure “It” Does not Happen Here*, remarks by Governor Ben Bernanke Before the National Economists Club, The Federal Reserve Board
3. Stiglitz, J. (2008) *The financial Crisis of 2007/2008 and its Macroeconomic Consequences*
4. Serra, N., Stiglitz, J. (2008) *Washington Consensus Reconsidered*, Oxford University Press
5. Murakami, Y., (1996) *An Anti-classical Political – Economy Analysis*, Stanford University Press
6. Stiglitz, J., Ocampo, J.A., (2008) *Capital Market Liberalization and Development*, Oxford University Press
7. Stiglitz, J., Serra, N. (2008) *The Washington Consensus Reconsidered*, Oxford University Press
8. Hall, P.A, and Soskice, D, (2001) *Varieties of Capitalism: The Institutional Foundation of Comparative Advantage*, Oxford: Oxford University Press.
9. Hollingsworth, J.R. (1997) *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions*, Cambridge: Cambridge University Press Chapter9.
10. Romer, C. (2002) *Back to the Future Lessons from the Great Depression*, IMF Survey, December 2
11. Taylor, I. (2009), *The Financial Crisis and the Policy Responses: an Empirical Analysis What Went Wrong*. NBER, working paper No 14631

GLOBALIZATION PARADOX – STATE AS AN AGENT V. BRAKE ON ECONOMIC GROWTH (THE CASE OF R.MACEDONIA)

Natalija Nikolovska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
natalija@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

In this paper, the author aims to identify the types of capitalism and strives to point out the dominant trend of promotion of neoliberal market capitalism. Such a trend leads to realization of the scenario of mega-capitalism which confronts the model of social capitalism but also confronts the position of the nation state. The consequences of this confrontation will be analyzed from the perspective of the future role of the state as an institution.

In order to answer the issue of how a state can be the agent of development, the position of the transition state, which with the help of IMF's programs was directly included in the 'market transformation, will be analyzed from the perspective of the dogmas of 'Washington Consensus' and the scientific Porter's Diamond.

At the end, an analysis will be provided of the case of the Republic of Macedonia primarily from the aspect of 'achieved' position of the state in the global macroeconomic environment. Mainly, two fundamental aspects of government policies will be pointed out: the macroeconomic stability and the controversies about the role of foreign direct investments. As a conclusion, a diagnosis will be made: pathological disease or transformation of the state into the budget corporation which endangers the costly macroeconomic stability and leads to a scenario of state's bankruptcy.

Key words: *economic globalization, mega-capitalism, foreign direct investments, corporate state, public debt*

УДК: 336.71: 005.336.3].025 (497.7)

SERVQUAL НАСПРОТИ SERVPERF: АЛТЕРНАТИВНИ МОДЕЛИ ЗА МЕРЕЊЕ НА КВАЛИТЕТОТ НА БАНКАРСКАТА УСЛУГА ВО Р. МАКЕДОНИЈА

доц. д-р Николина Паламидовска-Стерјадовска
Универзитет „Св. Кирил и Методиј” во Скопје,
Економски факултет - Скопје, Р. Македонија
nikolina@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Предмет на истражување на овој труд е тестирање на валидноста на SERVQUAL скалата и SERVPERF скалата и утврдување на моќта за предвидување на алтернативните мерки на квалитетот на услугата, со цел да се утврди која скала нуди посоодветна мерка на квалитетот на услугата во банкарскиот сектор во Р. Македонија. Истражувањето е спроведено на примерок од 119 испитаници и резултатите од спроведената анализа покажуваат дека SERVPERF скалата има повисоко ниво на конвергентна валидност и има поголема моќ на предвидување на вкупниот квалитет на услугата. Добиените заклучоци од спроведеното истражување се од особено значење за идните истражувања во оваа област, кои пред себе би имале емпириски валидирана скала за мерење на квалитетот на услугата во банкарскиот сектор во Р. Македонија.

Клучни зборови: квалитет на услугата, SERVQUAL, SERVPERF

1. Вовед

Фокусот на науката за маркетинг е значајно променет во однос на минатото, последователно на структурните промени во економијата. Така, прогресивниот раст на услужниот сектор во светската економија неминовно резултираше со пораст на маркетинг-истражувањето во овој сектор. Дополнително, проблемот на квалитетот на услугата не се однесува

само на традиционалните услужни гранки. Многу производни компании вложуваат големи напори за да го подобрат квалитетот на услугите што го поддржуваат нивниот производ, затоа што услугата ја користат како средство за диференцијација од своите конкуренти. Притоа, мерењето на перципираниот квалитет на услугата се смета за основа во развивањето стратегија, ориентирана кон потрошувачите, но и основа за развој на стратегија на максимирање на профитот на компанијата на долг рок.

Концептуализацијата и мерењето на квалитетот на услугата претставуваат најконтроверзни и најобработувани теми во литературата за услужниот маркетинг (Brady and Cronin, 2001). Голем број истражувачи се обидуваат да го дефинираат концептот на квалитет на услугата, разгледувајќи ги неговите различни аспекти. Со оглед на тоа што перцепциите за квалитетот на услугата тешко може да се измерат, оваа тема сè уште побудува интерес во академските и во бизнискруговите. Квалитетот е комплексен и интердисциплинарен концепт и како резултат на тоа постојат различни аспекти на дефинирање и не постои една прецизна дефиниција која во целост го објаснува овој концепт. Сепак, истражувачите постигнале консензус дека квалитетот на услугата треба да се дефинира и да се мери од аспект на потрошувачите (Golder et al., 2012).

Поради нестандардизираноста во дефинирањето и мерењето на квалитетот на услугата, постојат и различни модели на квалитет на услуга кои го објаснуваат овој концепт и нудат начини за негово мерење. Најширока емпирска примена има SERVQUAL моделот (Parasuraman et al., 1985, 1988) којшто нуди и генеричка скала за мерење на квалитетот на услугата, составена од 22 пара тврдења коишто ги мерат очекувањата и перцепциите на потрошувачите во врска со различните аспекти на квалитетот на услугата. Од друга страна, SERVPERF скалата (Cronin and Taylor, 1992) претставува модификација на SERVQUAL скалата, мерејќи ги само перцепциите на потрошувачите во врска со квалитетот на услугата.

Со цел да се утврди која скала нуди посоодветна мерка на квалитетот на услугата, во овој труд се врши тестирање на валидноста на SERVQUAL скалата и на SERVPERF скалата и се утврдува моќта за предвидување на алтернативните мерки на квалитетот на услугата. Во емпирискиот дел од трудот беше спроведено пилот-истражување на примерок од 119 испитаници кои одговараа на прашалник, структуриран во согласност со препораките на овие две скали. Истражувањето ги вклучуваше корисниците на банкарски

услуги во Република Македонија. Целта на ова истражување е да се избере скала којашто претставува валиден инструмент за мерење на квалитетот на услугата во банкарскиот сектор во Република Македонија.

Понатаму, во трудот се елаборираат теоретеските аспекти на концептот на квалитет на услугата, како и методолошките аспекти за мерење на овој концепт. На крајот, се презентираат резултатите и заклучните согледувања од спроведеното емпириско истражување.

2. Преглед на литературата

Традиционално, теоријата за квалитетот на услугата се базира на литературата за квалитетот на производот и задоволството на потрошувачите (Brady and Cronin, 2001), односно на парадигмата за несоваѓање на очекувањата (expectancy disconfirmation) (Oliver, 1980). Дефинициите за квалитетот на услугата, генерално произлегуваат од идејата дека овој концепт е резултат на споредбата помеѓу очекувањата на потрошувачите за услугата и нивните перцепции за тоа како е извршена услугата (Lehtinen and Lehtinen, 1991; Parasuraman et al., 1985, 1988; Gronroos, 1984). Lehtinen and Lehtinen (1991) сметаат дека квалитетот на услугата претставува споредба помеѓу она што чувствуваат потрошувачите дека треба да понуди компанијата и перцепциите за перформансите на услужната компанија. Gronroos (1984, p.37) го дефинира квалитетот на услугата како „резултатот од процесот на оценување, каде што потрошувачот ги споредува своите очекувања со перцепциите за добиената услуга“. Во таа насока, Parasuraman et al. (1988, p.16) перципираниот квалитет на услугата го дефинираат како „глобална проценка или став, кој се однесува на супериорноста на услугата“. Според нив, потрошувачите ја оценуваат услугата преку споредба на услугата што ја добиваат (перцепции) и услугата што ја посакуваат (очекувања). Оттаму, перципираниот квалитет на услугата се гледа како степен и насока на отстапувањето помеѓу перцепциите и очекувањата на потрошувачите (Parasuraman et al., 1988).

Различната концептуализација на квалитетот на услугата резултира со креирање на различни модели на квалитет на услуга. Генерално, најголем дел од истражувањата во оваа област се базираат на двата модела кои ја поставиле основата на концептуализацијата и мерењето на квалитетот на

услугата:

- Моделот на Gronroos– нордиска школа (Gronroos, 1984).
- Моделот на јаз (SERVQUAL модел) – американска школа (Parasuraman et al., 1985, 1988).

Во литературата не постои консензус во врска со тоа кој од овие два модела нуди посеопфатна концептуализација на квалитетот на услугата, но SERVQUAL моделот има доминантна примена во емпириските истражувања на квалитетот на услугата (Bahia and Nantel, 2000; Sureshchandar et al., 2001; Yavas et al., 2004; Caruana, 2002; Lai et al., 2007; van der Wal et al., 2002). Моделот на Gronroos, всушност, нуди само теоретска рамка која го концептуализира квалитетот на услугата преку техничката и функционалната димензија. Parasuraman et al. (1985, 1988), преку низа емпириски истражувања успеале да понудат мерен инструмент (SERVQUAL скалата) кој се состои од 22 пара тврдења (очекувања и перцепции), групирани во 5 димензии (материјални елементи, доверливост, подготвеност, сигурност и емпатија).

SERVQUAL модел

SERVQUAL моделот, т.е. моделот на јаз (Parasuraman et al., 1985) претставува значајна алатка за систематско следење и идентификување на недостатоците во испорачувањето на квалитетот на услугата. Овој модел се базира на разликата помеѓу перцепциите и очекувањата во врска со квалитетот на услугата. Притоа, очекуваното ниво на услуга е под влијание на личните потреби, минатото искуство, комуникацијата „од уста до уста“ и екстерната комуникација на компанијата. Перципираниот квалитет на услугата се наоѓа некаде помеѓу идеалниот квалитет и целосно неприфатливиот квалитет, меѓу кои постои некоја точка која го претставува задоволителното ниво на квалитет (Parasuraman et al., 1985). Овој модел прикажува пет јаза кои можат да бидат главни пречки во обидот да се испорача високо ниво на перципирана услуга. Петтиот јаз се однесува на разликата помеѓу очекувањата и перцепциите на потрошувачите, т.н. потрошувачки јаз. За да се максимира квалитетот на услугата, треба да се максимира разликата помеѓу оцените за перцепциите и за очекувањата, односно да се надминат очекувањата на потрошувачите.

Врз основа на овој модел, генералната равенка за математичко претставување на квалитетот на услугата како функција на перцепциите и очекувањата е (Parasuraman et al., 1988, p. 19): $SQ_i = \sum_{j=1}^k (P_{ij} - E_{ij})$

каде што:

SQ_i - вкупен перципиран квалитет на секој поединечен испитаник;

P_{ij} - перцепции на испитаникот за соодветните димензии;

E_{ij} - очекувања на испитаникот за соодветните димензии;

k - број на атрибути.

И покрај широката примена на SERVQUAL скалата, голем број истражувачи го оспоруваат и го критикуваат овој начин на концептуализација и мерење на квалитетот на услугата. Најострите критики на SERVQUAL скалата се однесуваат на концептуализацијата на очекувањата на потрошувачите и користењето на разликата помеѓу перцепциите и очекувањата како мерка за квалитетот на услугата (Teas, 1993; Cronin and Taylor, 1992, 1994). Дополнително, се оспоруваат и психометриските карактеристики на скалата, односно се доведуваат во прашање доверливоста и валидноста на скалата. Овие истражувања сугерираат дека мерењето на квалитетот на услугата само врз основа на перцепциите на потрошувачите има поголема моќ за објаснување на квалитетот на услугата и задоволството на потрошувачите, отколку мерењето на квалитетот на услугата како отстапување помеѓу перцепциите и очекувањата. Врз основа на овие критики е развиен моделот на Cronin and Taylor (1992), т.н. SERVPERF, којшто ги исклучува очекувањата на потрошувачите при мерењето на квалитетот на услугата. Овие истражувачи сметаат дека оценката на перцепциите има главен придонес во вредноста на пресметаниот SERVQUAL јаз, затоа што скоро сите испитаници ги оценуваат очекувањата во многу тесен распон (вообичаено даваат оценка 6 или 7 на Ликертовата скала со седум позиции). Притоа, овие истражувања не го оспоруваат ефектот што очекувањата го имаат врз перцепциите на потрошувачите во врска со квалитетот на услугата. Дури и Parasuraman et al. (1994) се согласуваат дека мерењето само на перцепциите е погодно кога квалитетот на услугата треба да ја објасни варијансата на некоја зависна варијабла во одреден модел. Сепак, тие напоменуваат дека моделот на јаз (мерење и на очекувања и перцепции) нуди поголема дијагностичка вредност при идентификување на одделните отстапувања во испорачувањето на квалитетот на услугата.

SERVPERF модел

SERVPERF моделот се базира на тврдењето дека квалитетот на

услугата е форма на потрошувачки став и, според тоа, треба да се мери само врз основа на перформансите на квалитетот на услугата, исклучувајќи ги очекувањата на потрошувачите. Математички, квалитетот на услугата може да се прикаже на следниов начин:

$$SQ = \sum_{j=1}^k P_{ij}$$

каде што:

SQ - вкупен перципиран квалитет;

P_{ij} - перцепции за перформансите на стимулот i , согласно атрибутот j ;

k - број на атрибути.

Cronin and Taylor (1992) сметаат дека SERVQUAL скалата на перцепции (составена од 22 тврдења) адекватно го дефинира квалитетот на услугата и тие ги користат истите овие тврдења за тестирање на алтернативната скала, наречена SERVPERF. Тие ја споредувале SERVPERF скалата со SERVQUAL скалата, пондерираната¹ SERVQUAL скала, како и пондерираната SERVPERF скала. Истражувањето покажало дека непондерираната SERVPERF скала објаснува поголем процент од варијансата на квалитетот на услугата отколку SERVQUAL скалата (Cronin and Taylor, 1992). Дополнително, SERVPERF скалата е поефикасна од SERVQUAL скалата, затоа што користи двојно помал број тврдења за мерење на квалитетот на услугата. Всушност, SERVPERF скалата претставува методолошко подобрување на SERVQUAL скалата (Tam, 2004).

Иако SERVPERF моделот не ја достигнал масовната примена на SERVQUAL моделот, голем број истражувања ја потврдуваат супериорноста на мерењето на квалитетот на услугата само врз основа на перформансите (Boulding et al., 1993; McAlexander et al., 1994; Zeithaml et al., 1996; Van Dyke et al., 1997; Lee et al., 2000; Cronin et al., 2000; Dabholkar et al., 2000; Zeithaml et al., 2002; Brady et al., 2002; Beerli et al., 2004; Culiberg and Rojšek, 2010).

3. Методологија на истражување

Со цел да се обезбедат примарни податоци за тестирање на валидноста на SERVQUAL и SERVPERF скалата, беше користен методот на испитување во форма на анкета, мерејќи ги перцепциите и очекувањата

1 Пондер е релативната важност на одделните тврдења од скалата.

на клиентите во врска со квалитетот на услугата на одделните банки во Р. Македонија. Прашалникот беше дистрибуиран на пригоден примерок од 180 испитаници, од кои 119 го пополнија прашалникот (66% - стапка на одговор). По извршеното испрлање на неупотребливите прашалници, останаа 114 прашалници кои беа вклучени во пилот-тестирањето.

Прашалникот ги содржеше оригиналните SERVQUAL тврдења (22 пара тврдења - 22 тврдења за очекувањата и 22 тврдења за перцепциите), како и прашања за оценка на вкупниот квалитет на услугата и задоволството од соодветната банка. За секое тврдење, испитаниците го изразуваа својот степен на согласување на Ликертовата скала со седум позиции (1 – силно не се согласувам, 7 – силно се согласувам). Испитаниците го изнесуваа своето ниво на очекувања во врска со квалитетот на услугата во истражуваниот сектор (22 тврдења за очекувањата), а потоа ги оценуваа перформансите на конкретна услужна компанија (22 тврдења за перцепциите). Притоа, за тестирање на SERVPERF скалата се користеа само перцепциите, додека за тестирање на SERVQUAL скалата, перципираниот квалитет на услугата беше пресметан како разлика помеѓу перцепциите и очекувањата за секој пар тврдења. Поголемата позитивна разлика помеѓу перцепциите и очекувањата е индикатор за повисокото ниво на перципиран квалитет.

За обработка и анализа на добиените податоци се користеше SPSS20.0 статистичкиот софтвер. Така, за тестирање на валидноста на скалите беше користен методот на корелација, додека за утврдување на предвидувачката моќ на алтернативните скали беше спроведена регресиона анализа.

4. Резултати од спроведеното истражување

Со цел да се тестира валидноста на двете скали (SERVQUAL и SERVPERF), беше оценета нивната конвергентна и дискриминантна валидност (табела 1). Конвергентната валидност се дефинира како „*степен до кој мерната варијабла е во корелација со друга мерна варијабла, дизајнирана да го мери истиот концепт*“ (Hair et al., 2006, p.771). Оттука, конвергентната валидност се оценува преку корелацијата на алтернативните скали и оценката за вкупниот квалитет на услугата (Angure et al., 1999; Cronin and Taylor, 1992; Parasuraman et al., 1994). Од добиените резултати може да се заклучи дека SERVPERF скалата има повисок степен на корелација со

вкупниот квалитет на услугата (0.793), во однос на степенот на корелација помеѓу SERVQUAL скалата и вкупниот квалитет на услугата (0.619). Според ова, може да се заклучи дека SERVPERF скалата има повисок степен на конвергентна валидност од SERVQUAL скалата.

Табела 1. Коefициенти на корелација помеѓу SERVQUAL вредностите, SERVPERF вредностите, вкупниот перципиран квалитет на услугата и вкупното задоволство на потрошувачите

		Вкупен квалитет на услугата	Задоволство на потрошувачите	SERVQUAL	SERVPERF
Вкупен квалитет на услугата	Pearson-ов коефициент на корелација	1,000	0,830	0,619	0,793
	Значајност (двонасочна)		0,000	0,000	0,000
	N	114	114	114	114
Задоволство на потрошувачите	Pearson-ов коефициент на корелација	0,830	1,000	0,663	0,844
	Значајност (двонасочна)	0,000		0,000	0,000
	N	114	114	114	114
SERVQUAL	Pearson-ов коефициент на корелација	0,619	0,663	1,000	0,829
	Значајност (двонасочна)	0,000	0,000		0,000
	N	114	114	114	114
SERVPERF	Pearson-ов коефициент на корелација	0,793	0,844	0,829	1,000
	Значајност (двонасочна)	0,000	0,000	0,000	
	N	114	114	114	114
**	Корелацијата е значајна на ниво од 0,01 (двонасочна).				

Извор: Податоци од истражувањето.

„Дискриминантната валидност е степенот до кој мерната варијабла е различна од други мерки“ (Hair et al., 2006, p. 771). Дискриминантната

валидност се оценува преку корелацијата на алтернативните мерки на квалитетот на услугата со други варијабли (во случајот, задоволството на потрошувачите). За да се постигне задоволително ниво на дискриминантна валидност, потребно е степенот на корелација помеѓу скалите за мерење на квалитетот на услугата да биде повисок од степенот на корелација со другите варијабли (Anguretal., 1999; Cronin and Taylor, 1992; Parasuraman et al., 1994). Резултатите покажуваат дека и двете скали (SERVQUAL и SERVPERF) имаат незадоволително ниво на дискриминантна валидност, затоа што степенот на корелација со задоволството на потрошувачите (0,844-SERVPERF и 0,663-SERVQUAL) е повисок во однос на степенот на корелација со вкупниот квалитет на услугата (0,793-SERVPERF и 0,619-SERVQUAL). Ниското ниво на дискриминантна валидност ги потврдува сугестиите на некои истражувачи (Lassar et al., 2000; Dabholkar et al., 2000) дека квалитетот на услугата и задоволството на потрошувачите имаат голем степен на меѓузависност и дека постои преклопување на овие два концепта. Доколку се земе предвид полибералното правило за тестирање на дискриминантна валидност, како што е методот на корелација ($r < 0,85$) (George and Mallery, 2003), може да се заклучи дека степенот на корелација на одделните мерки на квалитетот на услугата и задоволството на потрошувачите е понизок од предложениот праг (0,844-SERVPERF и 0,663-SERVQUAL). Според ова, SERVPERF и SERVQUAL скалата имаат задоволително ниво на дискриминантна валидност, при што SERVQUAL скалата има повисоко ниво на дискриминантна валидност (пониско ниво на корелација со задоволството на потрошувачите), отколку SERVPERF скалата.

Со цел да се утврди моќта за предвидување на алтернативните мерки на квалитетот на услугата, спроведени се регресиони анализи во кои зависна варијабла е вкупната оценка на квалитетот на услугата, додека независни варијабли се перцепциите за квалитетот на услугата (SERVPERF), односно разликата помеѓу перцепциите и очекувањата (SERVQUAL).

Резултатите од спроведената регресиона анализа во која независни варијабли се одделните тврдења од SERVPERF скалата, а зависна варијабла е вкупниот квалитет на услугата, покажуваат дека независните варијабли објаснуваат 61,32% од вкупните варијации на вкупниот квалитет на услугата (табела 2).

Табела 2. Регресиона анализа помеѓу перцепциите за квалитетот на услугата и вкупниот перципиран квалитет на услугата

Модел	R	Коефициент на детерминација (R^2)	Прилагоден коефициент на детерминација (R^2)	Стандардна грешка на проценката
1,0000	0,8297	0,6885	0,6132	0,6936
A	Предвидувачи: (Константа), VAR00022, VAR00009, VAR00004, VAR00019, VAR00005, VAR00018, VAR00010, VAR00003, VAR00020, VAR00001, VAR00017, VAR00007, VAR00015, VAR00011, VAR00006, VAR00021, VAR00016, VAR00013, VAR00002, VAR00008, VAR00012, VAR00014			
B	Зависна варијабла: Вкупен квалитет на услугата			

Извор: Податоци од истражувањето.

Резултатите од спроведената регресиона анализа во која независни варијабли се пресметаните разлики помеѓу одделните перцепции и очекувања од SERVQUAL скалата, а зависна варијабла е вкупниот квалитет на услугата, покажуваат дека независните варијабли објаснуваат 43,1% од вкупните варијации на вкупниот квалитет на услугата (табела 3).

Табела 3. Регресиона анализа помеѓу разликата помеѓу перцепциите и очекувањата за квалитетот на услугата и вкупниот перципиран квалитет на услугата

Модел	R	Коефициент на детерминација (R^2)	Прилагоден коефициент на детерминација (R^2)	Стандардна грешка на проценката
1	0,736	0,542	0,431	0,841
A	Предвидувачи: (Константа), VAR00022, VAR00003, VAR00010, VAR00019, VAR00005, VAR00002, VAR00009, VAR00004, VAR00018, VAR00015, VAR00007, VAR00014, VAR00017, VAR00016, VAR00020, VAR00001, VAR00006, VAR00011, VAR00012, VAR00021, VAR00008, VAR00013			
B	Зависна варијабла: Вкупен квалитет на услугата			

Извор: Податоци од истражувањето.

Од прикажаните резултати може да се забележи дека прилагодениот коефициент на детерминација (R^2) е значајно повисок кога независни варијабли во моделот се перцепциите (0,6132), во однос на моделот кога независни варијабли се разликите помеѓу перцепциите и очекувањата ($R^2 = 0,431$). Според ова, SERVPERF скалата објаснува поголем процент од

варијациите на варијаблата, вкупен квалитет на услугата и во согласност со тоа, претставува посоодветна мерка на овој концепт.

Според погоре презентираниите резултати, авторот препорачува при мерење на квалитетот на услугата во банкарскиот сектор во Р. Македонија да се користи SERVPERF скалата, односно квалитетот на услугата да се мери само преку тврдењата што се однесуваат на перцепциите на потрошувачите во врска со квалитетот на услугата. Оваа препорака се базира врз основа на следниве согледувања кои произлегуваат од резултатите од спроведеното емпириско истражување:

- SERVPERF скалата има повисоко ниво на конвергентна валидност;
- SERVPERF скалата има поголема моќ на предвидување на вкупниот квалитет на услугата;
- SERVPERF скалата има поголема ефикасност (со исклучување на тврдењата за очекувањата, двојно се намалува бројот на тврдења во прашалникот).

5. Заклучок

Квалитетот на услугата станува сè позначајно конкурентно оружје во динамичното и комплексно опкружување во кое делуваат современите компании. Концептуализацијата и мерењето на квалитетот на услугата е комплексно и интригантно прашање, што сè уште буди интерес во академската и во бизнис-заедницата. Генерално, квалитетот на услугата се дефинира како резултат на споредбата помеѓу очекувањата на потрошувачите за услугата и нивните перцепции за тоа како е извршена услугата. Дебатата околу дефинирањето и мерењето на очекувањата на потрошувачите резултирало со предлагање нови пристапи на концептуализација на квалитетот на услугата, според кои тој се поистоветува со перципираните перформанси на потрошувачите во врска со испорачувањето на услугата.

Анализирано на ниво на банкарски сектор, не е утврдена стандардна и јавно достапна скала за мерење на перципираниот квалитет на банкарските услуги. Најголем дел од истражувачите ги користат веќе утврдените генерички методи и модели за мерење на овој концепт, адаптирајќи ги на културните специфики и спецификите на банкарскиот сектор. Иако најголемиот дел од истражувањата во банкарскиот сектор се

базираат на SERVQUAL скалата, постојат и истражувања кои успеале да креираат специфичен инструмент за мерење на квалитетот на услугата во банкарството (Avkiran, 1994; Bahia and Nantel, 2000; Aldlaigan and Buttle, 2002; Guo, et al., 2008). Неретко, квалитетот на услугата во банкарскиот сектор се мери и со помош на SERVPEF скалата.

Со цел да се утврди која скала нуди посоодветна мерка на квалитетот на услугата во банкарскиот сектор во Република Медонија, беше спроведено пилот-истражување на примерок од 119 испитаници. Со помош на добиените податоци беше тестирана валидноста на SERVQUAL скалата и SERVPERF скалата и беше утврдена моќта за предвидување на алтернативните мерки на квалитетот на услугата. Спроведеното пилот-истражување покажа дека SERVPERF скалата, која ги опфаќа само перцепциите на потрошувачите, има поголема предвидувачка моќ и повисоко ниво на конвергентна валидност, во однос на SERVQUAL скалата, која се базира на разликата помеѓу перцепциите и очекувањата.

И покрај ограничувањата на користениот примерок, добиените заклучоци од ова емпириско истражување претставуваат солидна основа за понатамошни истражувања за мерење на квалитетот на услугата во банкарскиот сектор во Република Македонија, особено затоа што не постои стандардизирана скала за мерење на квалитетот на услугата во овој услужен и културен контекст. Во иднина, истражувачите треба да се фокусираат и на истражување на различните димензии на квалитетот на услугата во банкарскиот сектор во Република Македонија и на причинско-последичните врски на овој концепт со задоволството на потрошувачите, лојалноста и задржувањето на потрошувачите, како и со перформансите на компаниите.

Користена литература:

1. Aldlaigan, A.H., Buttle, F.A., (2002): "SYSTRA-SQ: a new measure of bank service quality", *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 13 No. 4, pp. 362-381.
2. Angur, M.G., Nataraajan, R., Jahera, J.S., (1999): "Service quality in the banking industry: An assessment in a developing economy", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 17 No. 3, pp. 116-125.
3. Avkiran, N.K., (1994): "Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 12 No. 6, pp. 10-18.

4. Bahia, K., Nantel, J., (2000): "A reliable and valid measurement scale for the perceived quality of banks", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 18 No. 2, pp. 84-91.
5. Beerli, A., Martin, J.D., Quintana, A., (2004): "A model of customer loyalty in the retail banking market", *European Journal of Marketing*, Vol. 38 No. 1-2, pp. 253-275.
6. Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., Zeithaml, V.A., (1993): "A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 30 No. 1, pp. 7-27.
7. Brady, M.K., Cronin, J., (2001): "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach", *Journal of Marketing*, Vol. 65 No. 3, pp. 34-49.
8. Brady, M.K., Cronin, J.J., Brand, R.R., (2002): "Performance-only measurement of service quality: A replication and extension", *Journal of Business Research*, Vol. 55 No. 1, pp. 17-31.
9. Caruana, A., (2002): "Service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction", *European Journal of Marketing*, Vol. 36 No. 7-8, pp. 811-828.
10. Cronin, J.J., Brady, M.K., Hult, G.T.M., (2000): "Assessing the effects of quality, value and customer satisfaction on consumer behavior intentions in service environments", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, pp. 193-218.
11. Cronin, J.J., Taylor, S.A., (1992): "Measuring service quality: A reexamination and extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56 No. 3, pp. 55-68.
12. Cronin, J.J., Taylor, S.A., (1994): "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality", *Journal of Marketing*, Vol. 58 No. 1, pp. 125-131.
13. Culiberg, B., Rojšek, I., (2010): "Identifying service quality dimensions as antecedents to customer satisfaction in retail banking", *Economic and Business Review*, Vol. 12 No. 3, pp. 151-166.
14. Dabholkar, P.A., Shepherd, C.D., Thorpe, D.I., (2000): "A comprehensive framework for service quality: An investigation of critical conceptual and measurement issues through a longitudinal study", *Journal of Retailing*, Vol. 76 No. 2, pp. 139-173.
15. George, D., Mallery, P., (2003): *SPSS for Windows Step by Step*, Allyn & Bacon/Pearson, Boston.
16. Golder, P.N., Mitra, D., Moorman, C., (2012): "What is quality? An integrative framework of processes and states", *Journal of Marketing*, Vol. 76 No. 4, pp. 1-23.
17. Gronroos, C., (1984): "A service quality model and its marketing implications", *European Journal of Marketing*, Vol. 18 No. 4, pp. 36-44.
18. Guo, X., Duff, A., Hair, M., (2008): "Service quality measurement in the Chinese corporate banking market", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 26 No. 5, pp. 305-327.
19. Hair, J.F., Black, B., Babin, B., Anderson, R.E., Tatham, R.L., (2006): *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey.

20. Lai, F., Hutchinson, J., Li, D., Bai, C., (2007): "An empirical assessment and application of SERVQUAL in mainland China's mobile communications industry", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 24 No. 3, pp. 244-262.
21. Lassar, W.M., Manolis, C., Winsor, R.D., (2000): "Service quality perspectives and satisfaction in private banking", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 2-3, p.244-271.
22. Lee, H., Lee, Y., Yoo, D., (2000): "The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction", *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 3, pp. 217-231.
23. Lehtinen, U., Lehtinen, J.R., (1991): "Two approaches to service quality dimensions", *The Service Industries Journal*, Vol. 11 No. 3, pp. 287-303.
24. McAlexander, J.H., Kaldenberg, D.O., Koenig, H.F., (1994): "Service quality measurement", *Journal of Health Care Marketing*, Vol. 14 No. 3, pp. 34-40.
25. Oliver, R.L., (1980): "A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 17 No. 4, pp. 460-469.
26. Parasuraman, A., Berry, L.L., Zeithaml, V.A., (1994): "Alternative scales for measuring service quality: A comparative assessment based on psychometric and diagnostic criteria", *Journal of Retailing*, Vol. 70 No. 3, pp. 201-230.
27. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., (1985): "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*, Vol. 49 No. 4, pp.41-50.
28. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., (1988): "SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 64 No. 1, pp. 12-40.
29. Sureshchandar, G.S., Chandrasekharan, R., Kamalanabhan, T.J., (2001): "Consumer perceptions of service quality: A critique", *Total Quality Management*, Vol. 12 No. 1, pp. 111-124.
30. Tam, J.L.M., (2004): "Customer satisfaction, service quality and perceived value: An integrative model", *Journal of Marketing Management*, Vol. 20 No. 7-8, pp. 897-917.
31. Teas, R.K., (1993): "Expectations, performance evaluation, and consumers' perceptions of quality", *Journal of Marketing*, Vol. 57 No. 4, pp. 18-34.
32. Van der Wal, R.W.E., Pampallis, A., Bond, C., (2002): "Service quality in a cellular telecommunications company: A South African experience", *Managing Service Quality*, Vol. 12 No. 5, pp. 323-335.
33. Van Dyke, T.P., Kappelman, L.A., (1997): "Measuring information systems service quality: concerns on the use of the SERVQUAL questionnaire", *MIS Quarterly*, Vol. 21 No. 2, pp. 195-208.
34. Yavas, U., Benkenstein, M., Stuhldreier, U., (2004): "Relationship between service quality and behavioral outcomes: A study of private bank customers in Germany", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 22 No. 2, pp. 144-157.
35. Zeithaml, V.A., Berry, L.L., Parasuraman, A., (1996): "The behavioral consequences

- of service quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 60 No. 2, pp. 31-46.
36. Zeithaml, V.A., Parasuraman, A., Malhotra, A., (2002): “Service quality delivery through web sites: A critical review of extant knowledge”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 30 No. 4, pp. 362-375.

SERVQUAL VS SERVPERF: ALTERNATIVE MODELS FOR MEASURING BANK SERVICE QUALITY IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Nikolina Palamidovska-Sterjadovska, PhD
Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
nikolina@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The purpose of this research is testing the validity of SERVQUAL and SERVPERF scales and determining the predictive power of this alternative service quality metrics, in order to choose the more appropriate scale for measuring service quality in the banking sector in the Republic of Macedonia. The research is conducted on a sample of 119 respondents and the results of the analysis suggest that the SERVPERF scale has a higher level of convergent validity and greater power of predicting the total service quality. The conclusions presented in this paper would be of great importance for future studies in this area, which would have an empirically validated scale for measuring the service quality in the banking sector in the Republic of Macedonia.

Key words: *service quality, SERVQUAL, SERVPERF*

УДК: 330.55: 330.322]: 303.712 (4-672 ЕУ)
330.55:330.322]:303.723(4-672 ЕУ)

ВЛИЈАНИЕТО НА ИНСТИТУЦИОНАЛНИТЕ ИНВЕСТИТОРИ ВО ПОТТИКУВАЊЕТО НА ЕКОНОМСКАТА АКТИВНОСТ КАЈ ЗЕМЈИТЕ ЧЛЕНКИ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА

проф. д-р Михаил Петковски

Универзитет „Св.Кирил и Методиј во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
mihail.petkovski@eccf.ukim.edu.mk

доц. д-р Елена Наумовска

Универзитет „Св.Кирил и Методиј во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
elenan@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Предмет на анализа на овој труд е улогата и значењето на институционалните инвеститори во развиеноста на финансискиот сектор и промовирањето на економската активност кај земјите членки на Европската унија. Основна цел на трудот е врз основа на анализа на дескриптивната статистика и методот на корелација да се констатираат состојбите и трендовите кои се однесуваат на заемната поврзаност помеѓу БДП пер capita и одбрани варијабли за различните институционални сегменти на финансискиот сектор, споредбено - кај земјите кои пристапија кон ЕУ заклучно со 1995 година (група ЕУ15) од една страна и земјите кои подоцна се вклучија кон Унијата (група ЕУ13), од друга страна. Дополнително, трудот има за цел да ги потенцира причините за констатираните состојби и трендови, како и да укаже на можните идни правци на делување. Согласно со извршените анализи, генерална е оценката дека постојат значително повисоки вредности кај сите показатели во земјите од групата е ЕУ15 во однос на земјите од групата ЕУ13. Врз основа на добиените резултати при примена на методот на корелација, БДП пер capita има посилено изразено меѓусебно влијание со средствата на инвестициските фондови и средствата на осигурителните компании кај земјите од групата ЕУ15, додека врската помеѓу БДП пер capita и банкарските кредити е незначајна. Компаративно, резултатите

укажуваат дека БДП пер капита има силно меѓусебно влијание со банкарските кредити и средствата на пензиските фондови во случајот на ЕУ13 земјите.

Клучни зборови: *институционални инвеститори, небанкарски финансиски институции, пензиски фондови, осигурителни компании, инвестициски фондови.*

Вовед

Трудот е конципиран во 2 целини. Во првиот дел е направен осврт на финансиските функции преку кои институционалните инвеститори влијаат врз развојот на финансискиот сектор, како и можните канали низ кои придонесуваат во поттикнувањето на економската активност. Во рамките на вториот дел од трудот е направена споредба помеѓу резултатите, добиени од дескриптивната статистика и методот на корелација врз основа на панел податоците кои се однесуваат на следниве показатели: БДП пер капита, средства на осигурителните компании како % од БДП, средствата на инвестициските фондови како % од БДП, средствата на пензиските фондови како % од БДП, пазарна капитализација и банкарски кредити кај две одделни групи членки на Европската унија (ЕУ) - земјите кои пристапија кон ЕУ заклучно со 1995 година (група ЕУ15) и земјите кои подоцна пристапија кон Унијата (група ЕУ13).

1. Улогата и значењето на институционалните инвеститори

Институционалните инвеститори се очекува да ја подобрат ефикасноста на финансискиот сектор со позитивни ефекти на целата економија. Во рамките на овој дел од трудот е направен осврт на улогата на институционалните инвеститори во поефикасно реализирање на функциите на финансискиот сектор и можните канали низ кои тие придонесуваат во поттикнувањето на економската активност.

1.1 Улогата на институционалните инвеститори во поефикасно реализирање на функциите на финансискиот сектор

Проучувањето на институционалните инвеститори во функционалната рамка на Merton & Bodie's (1995) го формализира влијанието на институционалните инвеститори на финансиските пазари. Merton & Bodie (1995) истакнуваат шест функционални улоги на финансиските институции кои поединечно ќе бидат анализирани, со цел да се забележи уделот на институционалните инвеститори во развојот на финансискиот сектор. Овие функции, вообичаено, поефикасно се реализираат во земјите чии финансиски пазари се повеќе насочени кон пазарот на капитал, отколку кон банките. Растот на институционалните инвеститори влијае врз преминување на финансиските пазари од банкарски кон капитално ориентирани (Beck, Kunt, Levin & Maksimovic, 2000).

Порамнување на плаќањата и олеснување на размената

Институционалните инвеститори играат клучна улога во модернизацијата на пазарното тргување. “Тие вршат притисок за модерни, ефикасни и сигурни бек –офис операции” (Vittas 1998). Инфраструктурната модернизација на пазарите на капитал овозможува поефикасно извршување на функциите на клиринг и порамнување од една и обезбедување на посензитивни ценовни информации од друга страна, што, во крајна линија, води кон подобрена алокација на ресурсите од страна на институционалните инвеститори. Ова може да резултира со намалени трошоци и зголемена достапност на средства на пазарите на капитал. Пазарите кај кои постои можност да се купи или да се продаде одредена хартија од вредност брзо, со мали трошоци и со незначителни ефекти врз пазарната цена, ја олеснуваат размената и го намалуваат ликвидносниот ризик. Ликвидниот пазар на капитал го стимулира инвестирањето во подолгорочни проекти поради тоа што инвеститорите имаат можност лесно да ги продадат своите удели во одреден проект, доколку имаат потреба од вложените средства. Притоа, компаниите имаат перманентен пристап до капиталот инвестиран од иницијалните акционери. Растот на институционалните инвеститори претставува зголемена конкуренција на банкарскиот сектор со потенцијално позитивно влијание врз поттикнување на развиеноста на финансискиот

сектор во целост. Со оглед на тоа што и банките и институционалните инвеститори се способни да нудат ликвидност, платежни услуги и штедни услуги, суштинската разлика е во природата на даденото ветување од страна на финансиската институција и во ризикот, преземен од страна на инвеститорите. Банките ветуваат дека ќе отплатат фиксен износ, додека институционалните инвеститори ветуваат пазарно ориентиран поврат.

Здружување на средствата

Способноста на институционалните инвеститори за ефикасна мобилизација на заштедите за огромен број домаќинства ги шири и ги продлабочува пазарите на капитал. Нивното професионално спроведување на инвестициите креира поттик за подобрување на перформансите, притисок за намалување на ризикот и охрабрување на побарувачката за подобра финансиска инфраструктура, информираност и управување. Главниот придонес на институционалните инвеститори кон пазарот е нивното функционирање како големи и сигурни извори на финансиски ресурси. Во однос на корпоративниот сектор, пристапот кон долгорочни извори на финансирање и акционерски капитал расте со порастот на расположливите средства на институционалните инвеститори. Притоа, сè поочигледно е дека секторот на домаќинства ги намалува директните имоти на хартии од вредност со повисок ризик, повисоки трошоци и ниска ликвидност, додека делот од акциите и обврзниците кои го држат институциите има тенденција да расте.

Трансфер на економските ресурси низ времето и географските региони

Прашањето за тоа дали институционалните инвеститори имаат придонес во квантитативното зголемување на заштедите на домаќинствата е сè уште дискутабилно. Сепак, постои генерален консензус во однос на тоа дека институционализацијата влијае врз квалитативната промена на пазарот на капитал преку понудата на долгорочни средства. Impavido, Musalem & Tressel (2002a) имаат емпириски докажано дека пензиските фондови и осигурителните компании колективно “обезбедуваат институционална рамка која ја фаворизира акумулацијата на долгорочен капитал”. Давајќи им долгорочна природа на обврските, институционалните инвеститори можат да се сконцентрираат кон портфолио со долгорочно и со високоприносно

достасување на средствата. Во однос на просторниот трансфер на економските ресурси надвор од националните граници, постои зголемување на волуменот на меѓународното инвестиционо портфолио од страна на институционалните инвеститори. Зголеменото чување на странски средства од страна на институционалните инвеститори е поттикнато од подобрите глобални комуникации, зголемената либерализација и конкурентност на финансиските пазари, укинувањето на девизните контроли и дерегулацијата на странските портфолија на институционалните инвеститори.

Управување со несигурноста и контролирање на ризикот

Улогата на институционалните инвеститори во управувањето со несигурноста и контролирањето на ризикот води кон развој на иновативни финансиски продукти и инвестициони стратегии. Деривативите и хибридниите финансиски инструменти се специјално воведени и развиени за потребите на институционалните инвеститори. Покрај поттикнувањето на иновативноста во развивањето на новите инструменти, институционалните инвеститори, исто така, го охрабруваат влезот на пазарни учесници, какви што се агенциите за преземање на ризици, советниците, консултантите и чуварите на имот. Растот на институционалните инвеститори, исто така, води и кон развој на иновативни инвестициони стратегии кои го олеснуваат управувањето со ризикот и неизвесноста. Притоа, можни се и важни индиректни предности, со оглед на тоа што институционалните инвеститори вршат притисок за унапредување на т.н. “архитектура на алокативниот механизам”, која вклучува подобро сметководство, ревизија, посредување и откривање на информации.

Обезбедување на ценовни информации

Важен ефект, поврзан со институционалните инвеститори, е нивната потреба за навремено, сигурно и соодветно информирање за операциите, инвестициите и платежните политики на корпорациите во кои е инвестирано. Институционалните инвеститори, кои како резултат на економијата од обем имаат помали трансакциони трошоци и повеќе информации, е поверојатно дека ќе имаат забрзано приспособување на цените на средствата кон нивната основна вредност. Зголемената ефикасност која се рефлектира во располагање со точни информации за пазарните цени, насочувајќи го капиталот кон правецот на неговата најпродуктивна намена, им овозможува

на штедачите да ги максимизираат своите приноси (Davis, 2002). За разлика од банките, институционалните инвеститори повеќе се потпираат на јавни отколку на приватни информации при инвестирањето, што подразбира релативно пониски трошоци за стекнување на информации. Економијата од обем, специјализираноста, поврзаноста со инвестиционите банки, ја прави нивната информираност супериорна и во однос на индивидуалните инвеститори.

Справување со проблемите на информационата асиметричност и високите трошоци на индивидуалните инвеститори

Поединечните штедачи немаат време, ресурси и способност да соберат и да анализираат информации за должниците, што може да резултира во проблем на негативна селекција или дури и во неподготвеност да ги позајмуваат своите средства. Предностите на институционалните инвеститори во алокацијата на ресурсите од аспект на индивидуалните економски единици се пристапот до релевантни информации, знаењето и намалените трошоци за обработка на информациите. Дополнително, со оглед на тоа што институционалните инвеститори имаат континуиран интерес за фирмите на кои им ги позајмуваат своите средства, тие се повеќе специјализирани и со пониски трошоци ги следат менаџерите за да ги осигурат правата на акционерите и да постигнат високи стандарди на корпоративното управување. На овој начин, институционалните инвеститори ја намалуваат информационата асиметричност и проблемот на моралниот hazard и придонесуваат за поефикасна алокација на капиталот.

1.2 Улогата на институционалните инвеститори во поттикнувањето на економската активност

Претходно беше разгледана улогата на институционалните инвеститори во поефикасното реализирање на основните функции на финансискиот сектор. Во продолжение следи дополнителен осврт на можните канали низ кои институционалните инвеститори имаат придонес во поттикнувањето на економската активност.

Способноста на институционалните инвеститори да обезбедат ликвидност, согласно со специфичните потреби на своите инвеститори,

воведувањето на иновативни продукти и инвестициони стратегии, искористувањето на арбитражните можности и диверзификацијата на инвестициите низ различните продукти и националните граници, ја зголемува ефикасноста на финансискиот сектор со прелевање на позитивните ефекти низ целата економија.

Институционалните инвеститори ги намалуваат трансакционите трошоци или постигнуваат економија од обем, прибирајќи средства од дисперзираните економски единици кои вложуваат помали износи и насочувајќи ги средствата кон дефицитните економски единици, со цел финансирање на поголеми проекти. Поконкретно, институционалните инвеститори нудат механизам за здружување на средствата на поединци заради полесно финансирање на големи неделиви проекти. На овој начин, институционалните инвеститори ја зголемуваат изводливоста на големите и високоприносните реални инвестиции. Економиите од обем им овозможуваат да ги здружат средствата и да го максимизираат нивниот поврат. Дополнително, институционалните инвеститори полесно ги диверзифицираат големите износи на акумулирани средства отколку што тоа го прават индивидуалните економски единици кои се ограничени во можноста за постигнување на диверзификација на нивните мали заштеди. И на двата начина тие ја подобруваат алокацијата на ресурсите и ја поттикнуваат економската активност (Narichandra & Thangavelu, 2004).

Зголеменото агрегатно штедење несомнено претставува важен канал преку кој институционалните инвеститори влијаат врз поттикнување на економската активност. Понекогаш е дискутабилно дали зголемените заштеди ќе се преточат во инвестиции и, во крајна линија, дали преземените инвестиции ќе бидат насочени кон доволно квалитетни проекти кои би имале позитивно влијание врз стапката на економски раст. Сепак, доминира ставот дека институционалните инвеститори се специјализирани за селекција на високопродуктивните проекти. Ова резултира со алокација на средствата кон проекти со повисока маргинална продуктивност на капиталот и позитивно влијание врз економската активност.

Од аспект на капитално финансираните пензиски фондови, како резултат на пензиските реформи и воспоставената директна врска помеѓу придонесите и пензиите, доаѓа до редуцирање на дисторзиите на пазарот на работна сила. Знаејќи дека нивните придонеси се влогови кои би им донеле оплодени и зголемени приноси по пензионирањето, вработените се мотивирани

за зголемено ангажирање во работењето, зголемена економска ефикасност и потенцијално позитивно влијание врз стапката на економски раст.

Преку креирање на посигурно опкружување, осигурувањето ги забрзува инвестициите и иновациите, односно економскиот раст. Со можноста за пренесување на различните видови на ризици на осигурителните компании, осигурувањето ја одржува потрошувачката на добра и услуги, ги охрабрува производството и вработеноста и, во крајна линија, ја поттикнува економската активност. Компаниите кои се изложени на различни ризици за нивните средства и обврски, како и ризици за животот, здравјето и способноста за работа на нивните вработени, имаат можност да управуваат со ваквите ризици, пренесувајќи ги на осигурителните компании. Ова им овозможува вниманието и ресурсите да ги насочат исклучиво кон клучните сегменти на сопствениот бизнис. Во таа насока, тие се поподготвени и поспособни за преземање на попродуктивни инвестициони активности. Дополнително, претприемачите се охрабрени да ги преземат не само оние инвестиции кои ги опфаќаат постојните производи и производни процеси, туку и оние инвестиции кои вклучуваат технолошки иновации. Имено, да се биде иновативен подразбира подготвеност да се преземе ризик. Иако осигурувањето не може да го смени ставот на економските единици во однос на ризикот (аверзијата кон ризик не се менува со осигурувањето), тоа игра клучна улога во ослободувањето на претприемничкиот дух (СЕА, 2006). Оттука, осигурувањето им помага на претприемачите да преземаат иновативни и високоприносни проекти. Без механизмот на меѓусебно споделување, здружување и пренесување на ризикот кој го обезбедуваат осигурителните компании, еден дел од економските активности нема да биде преземен и нема да се реализираат позитивните ефекти на економската благосостојба.

2. Анализа на врската помеѓу небанкарските финансиски институции и економската активност кај земјите членки на Европската унија

Во рамките на овој дел на трудот, врз основа на резултатите, добиени од дескриптивната статистика и методот на корелација, ќе биде извршена споредбена анализа помеѓу две одделни групи членки на Европската унија (ЕУ) - земјите кои пристапија кон ЕУ заклучно со 1995 година (група

ЕУ15) и земјите кои пристапија кон ЕУ почнувајќи од 2014 година (група ЕУ13). Анализата ќе биде извршена врз основа на панел податоците кои се однесуваат на вредностите на БДП пер capita, средствата на осигурителните компании како % од БДП (INSURANCE), средствата на инвестициските фондови како % од БДП ((INVEST), средствата на пензиските фондови како % од БДП (PENSION), пазарната капитализација (MARKETCAP) и банкарските кредити (BANKCREDIT), обезбедени од Светската банка и Еуростат за периодот од 1999 до 2014 година.

2.1 Анализа со употреба на дескриптивна статистика

Анализата на дескриптивната статистика ги вклучува оценките на панел податоците за средната вредност, медијаната, максималните вредности и стандардната девијација за периодот од 1999-2014 година за двете групи земји.

Табела број 1. Дескриптивна статистика на варијаблите за двете групи ЕУ земји за периодот 1999-2014 година

<i>Варијабла</i>	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Maximum</i>	<i>Std. Dev.</i>	<i>Observations</i>
GDP_PER_CAPITA_15	31827.92	30700.00	88500.00	13090.67	240
GDP_PER_CAPITA_13	9716.82	9800.00	23900.00	5314.06	208
PENSION 15	23.88	5.74	184.60	36.50	240
PENSION 13	4.38	3.14	19.72	4.85	208
INSURANCE 15	61.32	52.45	300.30	52.78	240
INSURANCE 13	8.45	4.93	132.50	16.86	208
INVEST 15	153.27	26.04	5287.30	711.13	240
INVEST 13	8.02	3.20	107.30	18.08	207
MARKETCAP 15	66.33	58.82	337.53	50.68	240
MARKETCAP 13	20.11	16.08	124.29	19.14	208
BANKCREDIT 15	96.14	94.43	202.18	47.58	240
BANKCREDIT 13	64.87	47.80	311.77	58.93	208

Извор: Сопствени пресметки на авторите во Eviews.

Презентираните податоци за БДП per capita за првата група од 15 земји членки укажуваат на неколкукратно поголема вредност на добиените резултати во однос на втората група од 13 земји членки. Пропорционално

изразено, кај средната вредност, медијаната и регистрираниот максимум, вредностите на ЕУ групата со 15 земји членки се три пати, додека кај стандардната девијација четири пати поголеми од вредностите на ЕУ групата со 13 земји членки.

Врз основа на анализата на средствата на осигурителните компании во однос на БДП, во случајот на ЕУ групата од 15 земји, средната вредност и медијаната изнесуваат 61.32 и 52.45, соодветно, додека кај ЕУ13 групата тие изнесуваат 8.45 и 4.93, соодветно. Ваквите вредности укажуваат на значително поголемите средства на осигурителните компании кај земјите од групата ЕУ15 во однос на земјите од групата ЕУ 13. Соодносот помеѓу средната вредност и медијаната кај поодделните групи, укажува на поголема хомогеност на вредностите на овој показател кај поединечните земји од групата ЕУ15, а поголеми варијации на индивидуалните вредности околу просекот кај групата ЕУ13. Ваквата состојба се должи на фактот што во втората група просечната вредност на показателот средства на инвестиционите фондови / БДП (%) во 2014 година изнесува 19,54%, при што најмала е вредноста во Романија (2,4%) и во Литванија (2,7%), а најголема е вредноста во Малта од 132,5%.

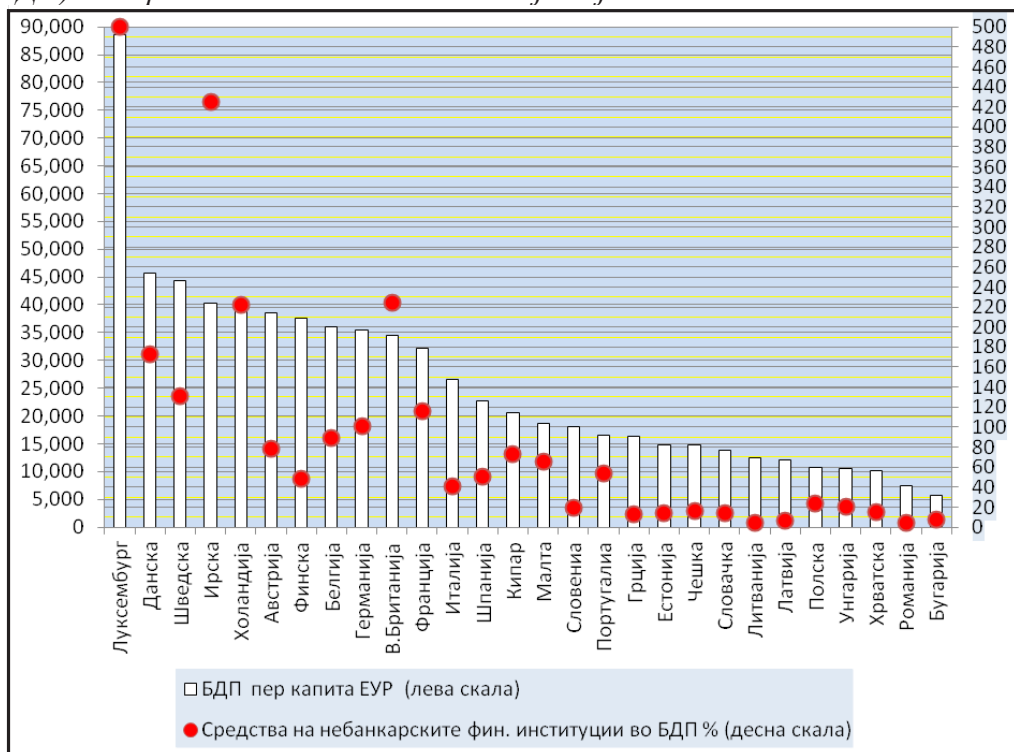
Доколку ги анализираме средствата на инвестициските фондови во однос на БДП, кај групата ЕУ15 средната вредност и медијаната изнесуваат 153.27 и 26.04, соодветно, додека кај ЕУ13 групата тие изнесуваат 8.02 и 3.20, соодветно. И во овој случај добиените вредности укажуваат на значително поголемите средства на инвестициските фондови кај земјите од групата ЕУ15 во однос на земјите од групата ЕУ13. За разлика од осигурителните компании, кај инвестициските фондови соодносот помеѓу средната вредност и медијаната кај поодделните групи, укажува на поголема хомогеност на вредностите на овој показател кај поединечните земји од групата ЕУ13, а поголеми варијации на индивидуалните вредности околу просекот кај групата ЕУ15. За разлика од земјите од групата ЕУ13 кои, вообичаено, имаат едноцифрени вредности на овој показател, во групата ЕУ15 постојат земји како Луксембург и Ирска со четирицифрени, односно трицифрени вредности на овој показател, додека преостанатите земји од оваа група бележат просечна вредност на показателот од околу 40%.

Резултатите од дескриптивната статистика за средствата на пензиските фондови за групата ЕУ15 презентираат износ од 23.88 за средната вредност и 5.74 за медијаната, додека за ЕУ13 групата изнесуваат

4.38 за средната вредност и 3.14 за медијаната. Податоците за разликата помеѓу средната вредност и медијаната укажуваат на големи разлики на вредностите на средствата кај пензиските фондови кај земјите од ЕУ15 групата (просечна вредност на показателот во 2014 година од 30,18 %, при што најмала вредност бележи во Финска од 1,5%, а најголема вредност во Холандија од 154,7%), додека разликата кај групата ЕУ13 укажува на многу помали разлики и изедначено ниво на пензиски средства помеѓу поединечните земји (просечна вредност на показателот во 2014 година од 9,46 %, при што најмала вредност бележи во Романија 3,8% и во Унгарија 4,10%, а најголема вредност во Хрватска од 18,7% и во Полска од 17,75%). Вредностите на средната вредност и медијаната, како и малата разлика помеѓу нив кај земјите од групата ЕУ15 укажуваат на постоење на приближно исто ниво на банкарски кредити во однос на БДП во рамките на групата без поголеми варијации во однос на просечната вредност која изнесува 113,40%. Кај поодделните земји од групата ЕУ13 вредноста на овој показател бележи поголеми варијации во однос на просекот за целата група кој изнесува 74,64%. Имено, тој во 2014 година се движи од 34,20% во Романија до 253,45% во Кипар. При анализа на пазарната капитализација, повторно се појавуваат поголеми разлики во нивоата на пазарната капитализација кај земјите од групата ЕУ15 во однос на земјите од групата ЕУ13 земјите, како што беше случај и со другите валијабли. Дополнително, врз основа на малите разлики во вредностите на медијаната и средната вредност кај двете групи земји земјите може да се каже дека во рамките на секоја поодделна група нема поголеми разлики во нивото на пазарна капитализација кај поединечните земји.

Согласно со претходно презентираната анализа на дескриптивната статистика, генерална оценка е дека постојат занчително повисоки вредности кај сите показатели во земјите од групата ЕУ15 во однос на земјите од групата ЕУ13. На Графиконот број 1 на левата скала се прикажани вредностите на БДП пер capita во 2014 година кај сите земји членки на ЕУ, почнувајќи од Луксембург, како земја со највисоко ниво на БДП per capita од над 80.000 ЕУР, а заклучно со Бугарија, како земја со најниска вредност на овој показател од 5.800 ЕУР. Притоа, забележливо е дека земјите од групата ЕУ15 имаат повисоки вредности на овој показател (во просек 36.973 ЕУР) од земјите од ЕУ13 (во просек 13.062 ЕУР).

Графикон број 1. БДП пер capita (ЕУР) во 2014 година и просечната вредност на средствата на небанкарските финансиски институции (% од БДП) во периодот 1999-2014 година кај земјите членки на ЕУ



Извор: World Databank, Global Financial Development и Eurostat.

Дополнително, на истиот графикон, на десната страна е прикажана анализа на големината на небанкарските финансиски институции (пензиски фондови, осигурителни компании и инвестициски фондови) како просечна вредност за периодот од 1999 до 2014 година кај земјите членки на Европската унија. Притоа, забележливо е дека земјите од групата ЕУ15 (кои истовремено бележат повисока вредност на БДП пер capita) имаат поголем небанкарски сектор, мерен преку показателот вкупни средства на небанкарските финансиски институции/БДП. Притоа, во рамките на оваа група поодделните земји прикажуваат поголеми варијации на вредноста на овој показател во однос на просекот кој важи за целата група. На пример, овој показател во овие земји, главно, се движи од околу 12% во Грција до над 425% во Ирска, не земајќи го предвид Луксембург со четирицифрена

вредност на овој показател. За разлика од нив, кај земјите од ЦЈИЕ (ЕУ 13 со исклучок на Кипар и Малта), поодделните земји не бележат значителни варијации на вредностите на овој показател во однос на просечната вредност од околу 13%. Притоа, земјите од Централна Европа (Полска, Чешка, Словачка, Словенија, Унгарија) бележат просечна вредност од околу 18%, додека Балтичките земји бележат едноцифрена вредност на овој показател.

2.1 Анализа со употреба на методот на корелација

Во табелата број 2 е презентирана анализата на коефициентите за корелација помеѓу БДП и средства на осигурителните компании, инвестициските фондови, пензиските фондови, пазарна капитализација и банкарски кредити.

Коефициентот на корелација помеѓу БДП пер капита и средствата на осигурителните компании за групата ЕУ15 е статистички значаен (со ниво на значајност од 1%) со меѓусебното поединечно влијание на 73,6% согласно со вредноста на коефициентот (0.736207). Овој коефициент за земјите од групата ЕУ13 е статистички значаен (со ниво на значајност од 1%) и укажува на меѓусебна детерминација од 42% согласно со вредноста на коефициентот (0.42087). Коефициентот на корелација помеѓу БДП пер капита и средствата на инвестициските фондови за групата ЕУ15 е статистички значаен (со ниво на значајност од 1%) со меѓусебното поединечно влијание на 59,4% согласно со вредноста на коефициентот (0.594065). Овој коефициент кај групата ЕУ13 земји е статистички значаен (со ниво на значајност од 1%) и укажува на меѓусебна детерминација од 52% согласно со вредноста на коефициентот (0.52596). Коефициентот на корелација помеѓу БДП пер капита и средствата на пензиските фондови укажува на детерминација до 12% согласно со вредноста на коефициентот (0.120819) и е статистички значаен со ниво на значајност од 10%. Овој коефициент за групата ЕУ13 земји е статистички значаен на ниво од 1% и укажува на меѓусебна детерминација од 49% согласно со вредноста на коефициентот (0.496162). Согласно со вредноста на коефициентот на корелација, помеѓу БДП пер капита и банкарските кредити за групата ЕУ15 и неговата веројатност, може да се каже дека тој не е статистички значаен, што го оспорува меѓусебното поединечно влијание од 9% согласно со вредноста на коефициентот (0.099002). Во случајот на овој коефициент за

земјите од групата ЕУ13, тој е статистички значаен (со ниво на значајност од 1%) и укажува на меѓусебна детерминација од 71% согласно со вредноста на коефициентот (0.708545). Коефициентот на корелација помеѓу БДП пер capita и пазарната капитализација на инвестиционите фондови за групата ЕУ15 е статистички значаен со меѓусебна детерминација од 23,1% согласно со вредноста на коефициентот (0.231844). Овој коефициент кај земјите од групата ЕУ13 е статистички значаен и укажува на меѓусебна детерминација од 26% согласно со вредноста на коефициентот (0.261113).

Табела број 2. Оценки за корелација на варијаблите за двете групи ЕУ земји за периодот 1999-2014 година

Варијабла	Коефициенти	GDP_PER_CAPITA_15	GDP_PER_CAPITA_13
GDP_PER_CAPITA	Correlation	1	1
	t-Statistic	-----	-----
	Probability	-----	-----
BANKCREDIT	Correlation	0.099002	0.708545
	t-Statistic	1.534871	14.37623
	Probability	0.1261	0*
INSURANCE	Correlation	0.736207	0.420887
	t-Statistic	16.78249	6.643255
	Probability	0*	0*
INVEST	Correlation	0.594065	0.522596
	t-Statistic	11.39308	8.776227
	Probability	0*	0*
MARKETCAP	Correlation	0.231844	0.261113
	t-Statistic	3.676899	3.872923
	Probability	0.0003*	0.0001*
PENSION	Correlation	0.120819	0.496162
	t-Statistic	1.877659	8.182106
	Probability	0.0617***	0*

Извор: Сопствени пресметки на авторите во Eviews.

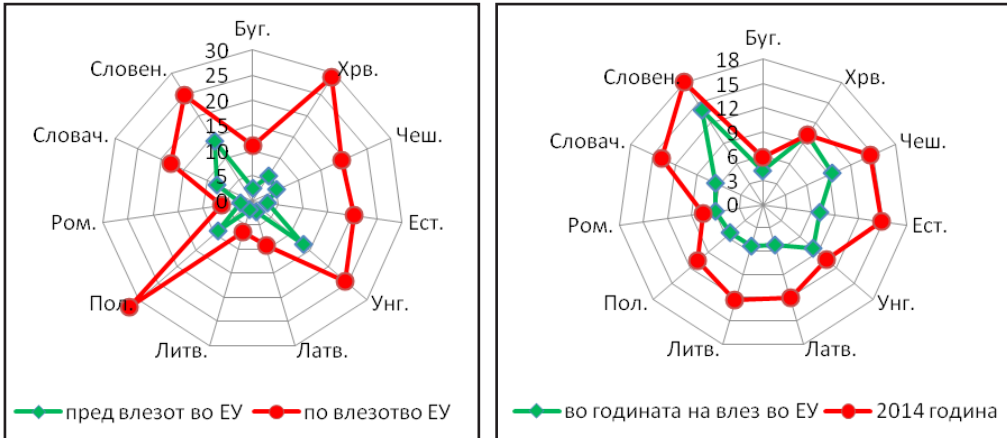
Забелешка: ***значајностна t-статистиката на коефициентот од 10%, ** значајност на t-статистиката на коефициентот од 5%, *значајност на t-статистиката на коефициентот од 1%.

Согласно со претходно презентираниот анализа, генерална оценка е дека кај земјите од групата ЕУ15 се појавува причинско последична врска помеѓу БДП пер capita и средства на осигурителните компании, инвестициските фондови, пензиските фондови и пазарна капитализација. Дополнително, кај групата ЕУ15 констатирана е статистичката незначајност на коефициентот на корелација помеѓу БДП и банкарските кредити. Високите вредности на детерминација од коефициентите на корелација на БДП пер capita и средства на осигурителните компании кои изнесуваат кај земјите од групата ЕУ15 73.6% и 42% кај земјите од групата ЕУ13, укажуваат на силно влијание помеѓу овие варијабли кај двете групи земји. Вредности на детерминација од коефициентите на корелација на БДП пер capita и средства на инвестициските фондови кои изнесуваат 59.4% кај земјите од групата ЕУ15 и 52,2% кај земјите од групата ЕУ13, укажуваат на силно влијание помеѓу овие варијабли кај двете групи земји. Кај коефициенти на корелација кај ЕУ13 групата земји има силна поединечна детерминација помеѓу БДП и банкарските кредити од 70% и поединечна детерминација помеѓу БДП и средствата на пензиските фондови од 49%. Врз основа на добиените резултати БДП пер capita има посилено изразено меѓусебно влијание со средствата на инвестициските фондови и средствата на осигурителните компании кај земјите од групата ЕУ15. Компаративно, резултатите укажуваат дека БДП пер capita има силно меѓусебно влијание со банкарските кредити и средствата на пензиските фондови во случајот на ЕУ13 земјите. Ваквата состојба се должи на изразената банкоцентричност на земјите од оваа група, особено на земјите од ЦЈИЕ, каде банкарските кредити се доминантен извор на финансирање на реалниот сектор, а пензиските системи, бележејќи растечка актива како резултат на спроведените пензиски реформи, имаат сè поголемо влијание врз заживувањето на пазарот на капитал и поттикнувањето на економската активност.

И покрај изразената банкоцентричност и многу помалата актива на небанкарските финансиски институции во однос на земјите од групата ЕУ15, сепак земјите од ЦЈИЕ кои се членки на ЕУ, во периодот по влезот во Унијата бележат раст на средствата на небанкарскиот финансиски сектор, проследен со раст на реалниот БДП пер capita.

Графикон број 2 (лево). Средства на небанкарските финансиски институции (% од БДП)

Графикон број 3 (десно). Вредност на БДП пер capita во илјади ЕУР



Извор: Сопствени анализи на авторите врз основа на податоците од WB и Eurostat.

На Графиконот број 2 е прикажана анализа на просечната вредност на средствата на небанкарските финансиски институции како % од БДП кај овие земји, при што анализираниот период од 1999 до 2014 година е поделен на два под-периоди – период пред и период по влезот во Европската унија на секоја поединечна земја. На Графиконот број 3 е прикажана споредбена анализа на БДП пер capita кај земјите од анализираната група, при што е забележливо неколкукратно зголемување на овој показател во однос на периодот на влез во Европската унија, особено кај оние земји кои први пристапија кон Унијата.

Заклучок

Овој труд укажува на важноста на институционалните инвеститори во развојот на финансискиот сектор преку реализирање на нивните основни финансиски функции. Способноста на институционалните инвеститори да обезбедат ликвидност согласно со специфичните потреби на своите инвеститори, воведувањето на иновативни продукти и инвестициони стратегии, можноста за финансирање, големите и високоприносните реални

инвестиции, диверзификацијата на инвестициите низ различните продукти и националните граници, ја зголемува ефикасноста на финансискиот сектор со прелевање на позитивните ефекти низ целата економија.

Согласно со оценките на резултатите од анализата на дескриптивната статистика и анализата на коефициентите на корелација помеѓу БДП пер capita и одбрани варијабли кои се однесуваат на финансискиот сектор (активата на поодделните небанкарски финансиски институции, дадените банкарски кредити и пазарната капитализација) аргументирано се потврди тезата за улогата и значењето на институционалните инвеститори и финансискиот сектор во промовирањето на економската активност кај земјите членки на Европската унија.

Согласно со претходно презентираната анализа на дескриптивната статистика, генерална оценка е дека постојат занчително повисоки вредности кај сите показатели во земјите од групата ЕУ15 во однос на земјите од групата ЕУ13. Врз основа на добиените резултати при примена на методот на корелација, БДП пер capita има посилно изразено меѓусебно влијание со средствата на инвестициските фондови и средствата на осигурителните компании кај земјите од групата ЕУ15, додека врската помеѓу БДП пер capita и банкарските кредити е незначајна. Компаративно, резултатите укажуваат дека БДП пер capita има силно меѓусебно влијание со банкарските кредити и средствата на пензиските фондови во случајот на ЕУ13 земјите.

Ваквата состојба се должи на изразената банкоцентричност на земјите од оваа група, особено на земјите од ЦЈИЕ, каде банкарските кредити се доминантен извор на финансирање на реалниот сектор, а пензиските системи, бележејќи растечка актива како резултат на спроведените пензиски реформи, имаат сè поголемо влијание врз заживувањето на пазарот на капитал и поттикнувањето на економската активност. И покрај изразената банкоцентричност и многу помалата актива на небанкарските финансиски институции во однос на земјите од групата ЕУ15, сепак земјите од ЦЈИЕ кои се членки на ЕУ, во периодот по влезот во Унијата бележат раст на средствата на небанкарскиот финансиски сектор, проследен со раст на реалниот БДП пер capita. Високиот степен на финансиско продлабочување, поголемата финансиска интегрираност и поголемата развиеност на финансиските пазари резултира со порамноправен третман на различните институционални сегменти на финансискиот сектор и нивно поголемо значење за вкупната економија на земјите од групата ЕУ15. Земјите од ЦЈИЕ

кои подоцна се приклучија кон Унијата, како резултат на сè поголемата изложеност на процесите на интеграција и глобализација, се стремат да се приближат кон нивото на институционална развиеност и финансиско продлабочување, карактеристично за постојните земји членки. Растот на БДП пер капита кој доведува до подобрување на животниот стандард, пораст на расположливиот доход и зголемени потенцијали за штедење, во услови на поголема развиеност на финансиските пазари и поголема свесност и едуцираност за придобивките од долгорочното отстапување на заштедите има потенцијали за повратно позитивно влијание во поттикнувањето на развојот на институционалните инвеститори.

Ваквите констатирани состојби и трендови за заемната врска на различните сегменти на финансикиот сектор и животниот стандард на земјите членки на Европската унија претставуваат солидна основа за следни истражувања со користење на посложени техники и економетриски модели, насочени кон добивање одговор на нови прашања и дилеми. Прво, дали развиеноста на финансиските пазари е предуслов за раст на институционалните инвеститори или институционалните инвеститори го стимулираат развојот на финансиските пазари. Второ, дали институционалните инвеститори имаат директен придонес врз поттикнувањето на економската активност или економската активност го поттикнува развојот на институционалните инвеститори.

Користена литература:

1. Beck T., Kunt A. D., Levin R. and Maksimovic V. (2000), „Financial Structure and Economic Development“.
2. Davis, E. P. (2002), “Institutional investors, corporate governance and the performance of the corporate sector”, *Economic Systems*, Vol. 26, No.3, pp.-203-229.
3. Harichandra, K., & Thangavelu, S. M. (2004), “Institutional investors, financial sector development and economic growth in OECD countries”. *National University of Singapore Department of Economics Working Paper*, 405.
4. Impavido, G., Musalem, A. R., & Tressel, T. (2002), “Contractual savings, capital markets, and financing choices of firms”. In *World Bank Economists’ Forum* (p. 179). World Bank Publications.
5. Merton, R. C., & Bodie, Z. (1995), “A conceptual framework for analyzing the financial system”. *The global financial system: A functional perspective*, 3-31.
6. Vitas, D. (1998), *Institutional investors and securities markets: which comes first?* (Vol. 2032). World Bank Publications.

THE IMPACT OF INSTITUTIONAL INVESTORS ON THE PROMOTION OF ECONOMIC ACTIVITIES IN EUROPEAN UNION COUNTRIES

Mihail Petkovski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
mihail.petkovski@eccf.ukim.edu.mk

Elena Naumovska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
elenan@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The subject of this paper is the role and importance of institutional investors in the development of the financial sector and the promotion of economic activity in the EU countries. The main goal of the paper is - based on an analysis of the descriptive statistics and the correlation method - to ascertain the conditions and trends related to the correlation between GDP per capita and selected variables for different institutional segments of the financial sector, as a comparison between the countries that joined the EU by and inclusive of 1995 (EU15 Group), on one side, and those that joined the EU later on (EU13 Group), on the other. In addition, the paper aims to highlight the reasons behind the findings and trends, and to indicate possible future courses of action. According to the analysis, the general assessment is that there are considerably higher values of all indicators in the EU 15 Group in comparison with the countries of the EU13 Group. Based on the results of the application of the method of correlation, there is a more strongly expressed mutual influence between GDP per capita and the assets of investment funds and insurance companies in the EU15, while the relationship between GDP per capita and bank loans is insignificant. Comparatively, the results suggest that GDP per capita has a strong mutual influence with bank loans and pension fund assets in the case of the EU13 countries.

Keywords: *institutional investors, non-banking financial institutions, pension funds, insurance companies, investment funds.*

ПРИДОНЕСОТ НА МИЛТОН ФРИДМАН ВО ЕКОНОМСКАТА НАУКА

проф. д-р Горан Петревски
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р. Македонија
goran@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Според многумина, Милтон Фридман е најголемиот економист по Втората светска војна. Сепак, уште од самите почетоци, неговото творештво е проследено со остри критики. По Глобалната финансиска и економска криза, паралелно со критиката на либералната идеологија, зачестија и нападите врз Фридмановите идеи, особено изразени во Krugman (2013a, 2013b). Во овој труд е даден кус преглед на клучниот придонес на Фридман во повеќе подрачја на микроекономијата, економската историја, монетарната теорија и економската политика.

Клучни зборови: *Милтон Фридман, монетарна теорија, монетарна политика, методологија, економија*

Вовед

Нема никакво сомневање дека Фридман е едно од врвните имиња во економската наука по Втората светска војна - мислење кое го делат голем број познати академски економисти. Така, според Bordo and Rockoff (2013a), Ирвинг Фишер и Милтон Фридман се најистакнатите американски економисти во првата и во втората половина на XX век, соодветно; Poole (2007) го нарекува најголемиот интелектуалец во втората половина на XX век; Алан Мелцер смета дека Фридман го променил светот (наведено според Lothian, 2009); Bernanke (2002), во својство на претседател на Фед,

изјавил дека меѓу академските економисти Фридман нема конкурент, додека според Varro (2007), Laidler (2006, 2007) и Summers (2006), единствено Кејнз претставува сериозен ривал за титулата најголем економист на XX век. Во 1987 година, по повод 75-от роденден на Фридман, двајца големи економисти, Томас Сарџент и Роберт Хол, организирале симпозиум посветен на неговиот научен придонес (Sargent, 1987). Исто така, уште еден поранешен претседател на Фед, Алан Гринспен, како потврда на значењето на Фридман, во 1986 година изјавил дека Фридман е еден од големите интелектуалци на XX век и дека ниту еден друг економист од втората половина на XX век не извршил толкаво влијание врз монетарната политика (Nelson, 2007; Taylor, 2001). Дури и големиот критичар и идеолошки противник на Фридман, Пол Кругман, го оценил Фридман како „многу голем човек – еден од најголемите економски мислители на сите времиња и, веројатно, најбрилијантниот комуникатор на економските идеи во широката јавност кој воопшто живеел“ (Krugman, 2007).

Научното творештво на Фридман е обемно и разновидно, т.е. тој дал придонес во повеќе области на методологијата на економската наука, економската теорија и економската политика. Во продолжение ќе дадеме кус осврт врз неколку подрачја во кои најмногу доаѓа до израз придонесот на Фридман во економијата. Притоа, целта на овој преглед е да се нагласат клучните Фридманови идеи кои оставиле далекусежно влијание врз натамошниот развој на економската теорија и врз практичното водење на економската политика.

Методологија на економската наука

Во целокупното творештво на Фридман провејува залагањето за економијата како објективна наука, чија основна цел е да ги објасни економските појави и врз таа основа да понуди препораки за водење на економската политика. Во тој поглед, тој смета дека економијата нема потреба од поинаква методологија од онаа која веќе се применува во природните науки, бидејќи општествените и природните науки ги делат истите карактеристики: не постои сигурно знаење, туку само хипотези кои можат да се отфрлат (или да не се отфрлат) во споредба со некои алтернативни хипотези; довербата во хипотезите зависи од нивата способност да

ги предвидат појавите кои настојуваат да ги објаснат; знаењето расте постепено и кумулативно, преку пронаоѓање нови хипотези кои се подобри од претходните; најпосле, вредностите се присутни и во општествените и во природните науки (Friedman, 1977).

Според Фридман, крајната целна економската наука е да развие теорија или хипотеза која ќе произведе валидни и разумни заклучоци за појавите кои таа настојува да ги објасни. Во таа смисла, единствениот исправен тест на некоја хипотеза е споредбата на нејзините предвидувања со искуството, т.е. само фактите можат да покажат дали теоријата е „исправна“ или „погрешна“ (дали може да се прифати или да се отфрли). Ако, пак, постојат повеќе алтернативни хипотези кои се конзистентни со емпириските докази, тогаш тие треба да се оценуваат според „едноставноста“ и „плодноста“. Теоријата е „поедноставна“, ако е потребно помалку претходно знаење за да даде предвидувања во одредена област; теоријата е „поплодна“, ако дава попрецизни предвидувања, ако е применлива во поширока област и ако отвора повеќе можности за дополнителни истражувања (Friedman, 1953б). Во голем дел од своето повеќедецениско творештво, Фридман доследно се придржувал кон својата позитивистичка методологија, истакнувајќи дека основните разлики меѓу економистите се емпириски, а не теоретски (Friedman, 1970). Всушност, една од најголемите причини за успехот на Фридман како економист е токму неговата способност за поврзување на теоретската логика со неуморното емпириско тестирање на поставените хипотези. Во тој поглед, Фридмановиот метод драстично се разликувал од пристапот што, во негово време, го применувале кејнзијанците, а кој се одликувал со чист формализам, без емпириска содржина (види во Brunner, 1968). Истовремено, слободно може да се каже дека Фридмановата позитивистичка методологија влијаела врз економистите да им посветат поголемо внимание на емпириските истражувања (Hetzl, 2007; Laidler, 2007).

Придонесот на Фридман во економската теорија и политика

Фридман дал голем придонес во микроекономијата, каде што е познат со концептот на перманентниот доход како главна детерминанта на потрошувачката (Friedman, 1957). Иако контроверзен, денес овој концепт е

прифатен како една од двете водечки теории на потрошувачката (заедно со теоријата на животен циклус, развиена од страна на Модилјани). Притоа, оваа теорија се смета за пресвртна точка во микроекономскиот третман на потрошувачката, со големи импликации во макроекономијата и развојот на макроеконометриските модели (Laidler, 2006; Sargent, 1987).

Особено големо значење имаат истражувањата на Фридман во областа на монетарната историја. И ден-денес, *Монетарната историја на САД 1867-1960*, се смета за капитално дело во областа на монетарната историја (Friedman and Schwartz, 1963). Во неа, Фридман и Шварц ја развиле познатата историска методологија која овозможува да се разграничат сложените причинско-последични односи меѓу економските појави, да се идентификуваат независните промени на монетарната политика и да се утврдат нивните ефекти врз економската активност (Bernanke, 2002). Притоа, Фридман и Шварц ја демонстрирале улогата на монетарните фактори во економијата далеку побарувајќи докази кои имале пресудно влијание врз размислувањето на економистите за реалните ефекти на монетарната политика (Bernanke, 2004; Romer and Romer, 1989; Sargent, 1987).

Најголем дел од творештвото на Фридман се однесува на монетарната теорија и политика. Притоа, денес, многу од идеите на Фридман се општоприфатени од страна на академските економисти и носителите на монетарната политика, како што се следниве (Barro, 2007; Bernanke, 2004; Bordo and Schwarz, 2004; De Long, 2000; Hall et al., 2012; Laidler, 2006; Lothian, 2009; Nelson and Schwartz, 2008; Sargent, 1987; Summers, 2006; Taylor, 2001):

Еден од најважните придонеси на Фридман во монетарната теорија се состои во неговото реформулирање на квантитативната теорија на парите (Friedman, 1956, 1959). Во неговата верзија квантитативната теорија е претставена како теорија на побарувачката на пари и како посебно подрачје на теоријата на капиталот, а која понатаму служи како основа за одредување на доходот и нивото на цените. Оттука, својата верзија на квантитативната теорија на парите, Фридман ја предложил како алтернатива на кејнзијанскиот пристап во макроекономската анализа. Денес, кај економистите постои консензус во однос на крајните заклучоци на квантитативната теорија - на долг рок, централната банка е одговорна за движењето на нивото на цените и динамиката на инфлацијата го одразува монетарниот раст (Hetzl, 1993).

Фридман има огромен придонес во истражувањата на причините за инфлацијата. Притоа, тој ја нагласува улогата на монетарните фактори (парите) за настанувањето на инфлацијата, а ја потценува улогата на реалните и на другите фактори. Во таа смисла, тој е автор на познатата теза за инфлацијата како монетарен феномен и на ставот дека монетарната политика има клучно значење во контролата на инфлацијата - аксиоми за кои денес постои консензус во сите табори на економската наука (Friedman, 1958, 1968, 1969).

Соодветно на ставот дека инфлацијата е предизвикана од прекумерниот монетарен раст, Фридман отсекогаш го застапувал гледиштето дека монетарната политика има клучно значење во контролата на инфлацијата. Во тој поглед, во текот на 1960-те и 1970-те години, Фридман остро ја нападнал контролата на цените и на платите како инструмент на антиинфлационата политика и притоа водел бурна дебата со многу познати кејнзијанци, кои ги поддржувале тие мерки. Наспроти кејнзијанскиот пристап, тој заговарал рестриктивна монетарна политика како единствено правилен пристап за намалување на инфлацијата. Од денешна гледна точка, јасно е дека Фридман е победник во интелектуалната борба со водечките кејнзијанци во поглед на полезноста на контролата на цените и платите. Оттука, неговите ставови за антиинфлационата политика имале потрајно влијание, во споредба со кејнзијанските (Nelson, 2007; Nelson and Schwartz, 2008).

Фридман е еден од творците на блиските концепти на проширената Филипсова крива и природната стапка на невработеност (Friedman, 1968, 1977). На тој начин, тој е одговорен за пресвртот во практичното водење на стабилизационата политика, т.е. за дефинитивното разбивање на илузијата за долгорочна размена меѓу инфлацијата и невработеноста. Притоа, денес е општоприфатено тврдењето на Фридман дека, на кус рок, монетарната политика има значајни ефекти врз производството, поради номиналните ригидности во економијата и приспособувањето на инфлациските очекувања, но на долг рок, парите немаат влијание врз производството.

Фридман го истакнал значењето на инфлациските очекувања во водењето на економската политика, покажувајќи дека, дури и во присуство на конкурентски пазари кои постојано се во рамнотежа, антиципираниот монетарен раст ќе предизвика раст на цените токму поради очекувањата на економските агенти (Friedman, 1969). Денес, сите современи централни

банки експлицитно ги земаат предвид инфлациските очекувања при водењето на монетарната политика.

Современата аверзија на носителите на економската политика кон инфлацијата во голема мера се должи на ставот на Фридман дека инфлацијата предизвикува дисторзии во механизмот на релативните цени, што понатаму води кон погрешна алокација на ресурсите (Friedman, 1962).

Фридман е заслужен за сознанието дека монетарната политика не може и не треба да ги таргетира реалните варијабли и дека контролата на инфлацијата (ценовната стабилност) е единствената легитимна цел на монетарната политика (Friedman, 1958, 1968, 1982). Така, во 1992 година, Фридман ја дефинирал ценовната стабилност како „онаа стапка на инфлација, кога таа станува ирелевантна во личните и во деловните одлуки“, а токму оваа дефиниција денес вообичаено се употребува од страна на централните банки, а ценовната стабилност е прифатена како претежна цел на монетарната политика (Nelson, 2007).

Современите трендови кон примена на пазарни инструменти за водење на монетарната политика непосредно произлегуваат од неговото повеќедецениско залагање за напуштање на контролата на кредитите и премин кон операциите на отворениот пазар (Friedman, 1960).

Фридман е автор на ставот дека инфлацијата реагира на монетарниот раст со задоцнување од две години, временски период кој денес се користи како приближен стандард во врска со временските задоцнувања на ефектите од монетарната политика во развиените земји.

И покрај тоа што неговото правило на констатна стапка на раст на паричната маса никогаш не нашло примена во практиката, Friedman (1960, 1962) дал огромен придонес во развојот на дебатата за улогата на јавните и едноставни правила во водењето на монетарната и на економската политика.

Својата радикална идеја за флексибилни девизни курсеви Фридман ја исфрлил уште на почетокот од 1950-те години, т.е. дваесет години пред пропаста на Бретонвудскиот систем на фиксни девизни курсеви, во амбиент во кој неговите ставови биле целосно надвор од главната струја во економската наука (Friedman, 1953a, 1960, 1962; Friedman and Roosa, 1967). Денес, девизните курсеви меѓу водечките меѓународни валути се формираат слободно на пазарот.

Критика на творештвото на Фридман

Творештвото на Фридман е контроверзно, така што постојано било подложено на остра и безмилосна критика од страна на неговите академски и политички противници. Всушност, може да се каже дека, од почетокот на неговата кариера до 1970-те години, двете централни Фридманови идеи (централните банки се одговорни за контрола на инфлацијата и пазарот обезбедува ефикасна алокација на ресурсите) биле целосно надвор од главната струја на економската наука и, поради тоа, биле изложени на голема доза на отворено непријателство (Hetzel, 2007). Од друга страна, во текот на целото свое творештво, со неверојатна упорност, Фридман настојувал да ја поткрепи валидноста на квантитативната теорија со помош на обемни статистички и економетриски истражувања, како и со историски докази. Сепак, неговите критичари го обвинувале за недостиг од цврста теориска подлога на неговите ставови, т.е. дека не обезбедил убедливо објаснување на трансмисиониот механизам на ефектите од монетарната политика врз реалната економија (Brunner and Meltzer, 1972; Davidson, 1972; Friedman, 1972; Hahn, 1971; Johnson, 1971; Tobin, 1970, 1972). Исто така, критичарите го обвинувале Фридман дека никогаш не успеал да ја докаже каузалната врска помеѓу парите и доходот, туку дека тој само ја претпоставувал оваа насока (Tobin, 1970).

Уште повеќе, од средината на 1980-те години наваму, централната теза на Фридман - дека постои стабилна врска помеѓу парите и номиналниот доход, целосно ја загуби својата емпириска подлога. Како последица на тоа, денес, парите се целосно исфрлени од стандардните макроекономски модели, т.е. тие не се дел од општоприфатениот новокејнзијански макроекономски модел. Исто така, денешните централни банки ја водат монетарната политика на начин којшто е спротивен на препораките на Фридман, т.е. преку кусорочните каматни стапки, со голема доза на дискреција (Svensson, 2008).

Во поново време, идеите на Фридман, впрочем како и целата класична економија, беа особено изложени на остра критика, па дури и исмејување, за време на Глобалната финансиска криза од 2007 година. Во тој контекст, познати се острата критика и негаторскиот однос кон Фридман, изречени од страна на нобеловецот Кругман, кој оди дотаму што го омаловажува Фридмановото творештво. Така, Кругман ја оценува монетаристичката

доктрина како целосен неуспех, па дури тврди дека некои тези на Фридман за парите и монетарната политика се интелектуално нечесни. Најпосле, тој потенцира дека има голема разлика меѓу Фридмановото творештво како академски економист и неговата дејност како интелектуалец кој не бил целосно чесен во неговите јавни дебати. Како последица на тоа, според Кругман, денес, Фридман целосно исчезна од политичката сцена, а по неколку децении, историчарите на економската мисла ќе го сметаат за малку повеќе од една подолга фуснота (Krugman, 2007, 2013a, 2013b).

Сепак, како што покажуваат Bordo and Reckoff (2013b) и Nelson (2011), Фридман изврши големо влијание врз монетарната политика за време на Глобалната финансиска и економска криза, кога Фед не дозволи да ја повтори грешката од Големата депресија. Во тој поглед, веројатно нема поголемо признание од изјавата на тогашниот претседател на Фед, Бен Бернанке, кој на роденденската забава, организирана од Универзитетот на Чикаго по повод деведесеттиот роденден на Фридман, изјавил: „Сакам да им кажам на Милтон и на Ана: Во однос на Големата депресија, вие сте во право. Ние (се мисли на Фед - Г. П.) го направивме тоа. Многу ни е жал. Но, благодарение на вас, нема да го направиме повторно“ (Bernanke, 2002). Осум години подоцна, коментирајќи ги мерките на Фед за време на кризата, Бернанке изјавил: „Ја преземам наметката на Милтон Фридман. Мислам дека правиме сè што Милтон Фридман би посакал да направиме“ (Chan, 2010).

Заклучок

Иако уште од самиот почеток, творештвото на Фридман било контроверзно и остро критикувано, денес, многумина го сметаат за најзначајниот економист по Втората светска војна. Тоа се должи на огромниот придонес што Фридман го остави во повеќе подрачја на економската теорија и политика, како: методологијата на економската наука, економската историја, теоријата на потрошувачката, побарувачката на пари, теоријата на парите, реалните ефекти на инфлацијата, улогата на правилата во водењето на економската политика, стабилизационата политика, флексибилните девизни курсеви итн. Притоа, клучните Фридманови идеи имале далекусежно влијание врз натамошниот развој на економската

теорија и врз практичното водење на економската политика и тоа во толкава мера, што се целосно вградени во основните принципи на кои почиваат современата економска теорија и економска политика.

Користена литература:

1. Barro, R. J. (2007). "Milton Friedman: Perspectives, Particularly on Monetary Policy", *Cato Journal*, 27(2), pp 127-134. Расположливо на следнава интернет-адреса: <http://www.cato.org/cato-journal/springsummer-2007/mil...monetary-policy> (пристапено на 5.2.2015).
2. Bernanke, Ben S. (2002). "On Milton Friedman's Ninetieth Birthday", Remarks at the Conference to Honor Milton Friedman, University of Chicago, Chicago, Illinois, November 8. Расположливо на следнава интернет-адреса: www.federalreserve.gov/boarddocs/speeches/2002/20021108/default.htm (пристапено на 11.3.2015).
3. Bernanke, Ben S. (2004). "Friedman's Monetary Framework: Some Lessons" In M.A. Wynne, H. Rosenblum, and R.L. Formaini (Eds.), *The Legacy of Milton and Rose Friedman's Free to Choose: Economic Liberalism at the Turn of the 21st Century*. Proceedings of a Conference Sponsored by the Federal Reserve Bank of Dallas, October 2003. Dallas: Federal Reserve Bank of Dallas, pp. 207-217.
4. Bordo, Michael D. and Hugh Rockoff (2013a). "The Influence of Irving Fisher on Milton Friedman's Monetary Economics", *Journal of the History of Economic Thought*, 35(2), pp. 153-177.
5. Bordo, Michael D. and Hugh Rockoff (2013b). "Not Just the Great Contraction: Friedman and Schwartz's *A Monetary History of the United States 1867 to 1960*", *American Economic Review*, 103(3), pp. 61-65.
6. Bordo, Michael D. and Anna J. Schwartz (2004). "IS-LM and Monetarism" In Michel De Vroedy and Kevin D. Hoover (Eds.), *The IS-LM Model: Its Rise, Fall, and Strange Persistence*. Annual Supplement to Volume 36, *History of Political Economy*, pp. 217-239.
7. Brunner, Karl (1968). "The Role of Money and Monetary Policy", *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 50, pp. 9-24.
8. Brunner, Karl and Allan H. Meltzer (1972). "Friedman's Monetary Theory", *Journal of Political Economy*, 80(5), pp. 837-851.
9. Chan, Sewell (2010). "Friedman Casts Shadow as Economists Meet", *New York Times*, November 8, pp. B1 and B3. Расположливо на следнава интернет-адреса: <http://>

www.nytimes.com/2010/11/08/business/economy/08fed.html?pagewanted=all&_r= (пристапено на).

10. Davidson, Paul (1972). "A Keynesian View of Friedman's Theoretical Framework for Monetary Analysis", *Journal of Political Economy*, 80(5), pp. 864-882.
11. De Long, J. Bradford (2000). "The Triumph of Monetarism?", *Journal of Economic Perspectives*, 14(1), pp. 83-94.
12. Friedman, Milton (1953a). "The Case for Flexible Exchange Rates" In Milton Friedman, *Essays in Positive Economics*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 157-203.
13. Friedman, Milton (1953b). "The methodology of positive economics" In Milton Friedman, *Essays in Positive Economics*. Chicago: University of Chicago Press, pp. 3-43.
14. Friedman, Milton (1956). "The Quantity Theory of Money - A Restatement" In Milton Friedman (Ed.), *Studies in the Quantity Theory of Money*. Chicago: The University of Chicago Press, pp. 3-21.
15. Friedman, Milton (1957). *A Theory of the Consumption Function*. NBER and Princeton University Press.
16. Friedman, Milton (1958). "The Supply of Money and Changes in Prices and Output" In United States Congress, Joint Economic Committee, *The Relationship of Prices to Economic Stability and Growth*. Washington D.C.: U.S. Government Printing Office.
17. Friedman, Milton (1959). "The Demand for Money: Some Theoretical and Empirical Results", *Journal of Political Economy*, 67, pp 327-351.
18. Friedman, Milton (1960). *A Program for Monetary Stability*. Fordham, NY: Fordham University Press.
19. Friedman, Milton (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
20. Friedman, Milton (1968). "The Role of Monetary Policy", *American Economic Review*, 58(1), pp, 1-17.
21. Friedman, Milton (1969). "The Optimum Quantity of Money" In Milton Friedman, *The Optimum Quantity of Money and Other Essays*. Chicago: Aldine Publishing Co., pp. 1-50.
22. Friedman, Milton (1970). "A Theoretical Framework for Monetary Analysis," *Journal of Political Economy*, 78(2), pp. 193-238.
23. Friedman, Milton (1972). "Comments on the Critics", *Journal of Political Economy*, 80(5), pp. 906-950.
24. Friedman, Milton (1977). "Nobel Lecture: Inflation and Unemployment", *Journal of*

- Political Economy*, 85(3), pp. 451-472.
25. Friedman, Milton (1982). "Monetary Policy: Theory and Practice", *Journal of Money, Credit, and Banking*, 14(3), pp. 98-118
 26. Friedman, Milton and Robert V. Roosa (1967). *The Balance of Payments: Free Versus Fixed Exchange Rates*. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research.
 27. Friedman, Milton and Anna J. Schwartz (1963). *A Monetary History of the United States, 1867-1960*. Princeton, N. J.: Princeton University Press.
 28. Hall, Stephen G., P. A. V. B. Swamy, and George S. Tavlas (2012). "Milton Friedman, the Demand for Money, and the ECB's Monetary Policy Strategy", *Federal Reserve Bank of St. Louis Review*, 94(3), pp. 153-185.
 29. Hahn, F. H. (1971). "Professor Friedman's Views on Money", *Economica*, New Series, 38(149), pp. 61-80.
 30. Hetzel, Robert L. (1993). "A Quantity Theory Framework for Monetary Policy", *Federal Reserve Bank of Richmond Economic Quarterly*, 79/3, pp. 35-47.
 31. Hetzel, Robert L. (2007). "The Contributions of Milton Friedman to Economics", *Federal Reserve Bank of Richmond Economic Quarterly*, 93(1), pp. 1-30.
 32. Johnson, H. G. (1971). "The Keynesian Revolution and the Monetarist Counter-Revolution", *American Economic Review*, 61(2), pp. 1-14.
 33. Krugman, Paul (2007), "Who Was Milton Friedman?", *The New York Review of Books*, 54(2), February 15, pp. 27-30. Расположливо на следнава интернет-адреса: <http://www.nybooks.com/articles/archives/2007/feb/15/who-was-milton-friedman/?pagination=false> (пристапено на 14.2.2014).
 34. Krugman, Paul (2013a). "Milton Friedman, Unperson", August 8. Расположливо на следнава интернет-адреса:http://krugman.blogs.nytimes.com/2013/08/08/milton-friedman-unperson/?_php=true&_type=blogs&_r=0 (пристапено на 14.2.2014).
 35. Krugman, Paul (2013b). "Milton Friedman, Unperson", *New York Times*, August 12, P. A17. Расположливо на следнава интернет-адреса: <http://www.nytimes.com/2013/08/12/opinion/krugman-milton-friedman-unperson.html> (пристапено на 14.2.2014).
 36. Laidler, David (2006). "Three Lectures on Monetary Theory and Policy: Speaking Notes and Background Papers", Oesterreichische Nationalbank, Working Paper No. 128.
 37. Laidler, David (2007). "Milton Friedman—a brief obituary", *The European Journal of the History of Economic Thought*, 14(2), pp. 373-381.
 38. Lothian, James R. (2009). "Milton Friedman's Monetary Economics and the Quantity-Theory Tradition", *Journal of International Money and Finance*, 28, pp.

1086-1096.

39. Nelson, Edward (2007). "Milton Friedman and U.S. monetary history: 1961-2006", Federal Reserve Bank of St. Louis *Review*, 89 (3), pp. 153-82.
40. Nelson, Edward (2011). "Friedman's Monetary Economics in Practice", Finance and Economics Discussion Series 2011-26, Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs. Washington, D.C.: Federal Reserve Board.
41. Nelson, Edward and Anna J. Schwartz (2008). "The impact of Milton Friedman on modern monetary economics: Setting the record straight on Paul Krugman's 'Who was Milton Friedman?'" , *Journal of Monetary Economics*, 55(4), pp. 835-856.
42. Poole, William (2007). "Milton Friedman, 1912-2006: Some Personal Reflections", Federal Reserve Bank of St. Louis *Review*, 89(1), pp. 1-2.
43. Romer, Christina D. and David H. Romer (1989). "Does Monetary Policy Matter? A New Test in the Spirit of Friedman and Schwartz" In Olivier Jean Blanchard and Stanley Fischer (Eds.), *NBER Macroeconomics Annual 1989*, Vol. 4, MIT Press, pp. 121-184.
44. Sargent, Thomas J. (1987). *Some of Milton Friedman's scientific contributions to macroeconomics*. Hoover Institution, Stanford University.
45. Summers, Lawrence H. (2006). "The Great Liberator", *New York Times*, November 19. Расположливо на следнава интернет-адреса: http://www.nytimes.com/2006/11/19/opinion/19summers.html?_r=3& (пристапено на 15.3.2015).
46. Svensson, Lars E. O. (2008). "What have economists learned about monetary policy over the past 50 years?" , *Sveriges Riksbank*.
47. Taylor, John B. (2001). "An Interview with Milton Friedman", *Macroeconomic Dynamics*, 5, pp. 101-131.
48. Tobin, James (1970). "Money and Income: Post Hoc Ergo Propter Hoc?" , *Quarterly Journal of Economics*, 84(2), pp. 301-317.
49. Tobin, James (1972). "Friedman's Theoretical Framework", *Journal of Political Economy*, 80(5), pp. 852-863.

THE CONTRIBUTION OF MILTON FRIEDMAN TO ECONOMICS

Goran Petrevski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
goran@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

A number of leading academic economists rank Milton Friedman as the greatest economist since World War II. Yet, from the very beginning of his career, Friedman's work has been under fierce attacks. Following the global financial and economic crisis and in parallel with the criticism of the liberal ideology, such attacks became even more frequent, especially in the works of Krugman (2013a, 2013b). This paper offers a review of the key contribution of Friedman in several fields of microeconomics, economic history, macroeconomics, monetary theory, and economic policy.

Key words: *Milton Friedman, monetary theory, monetary policy, methodology, economics*

ПОДЕМОТ НА ЕКСПЕРИМЕНТАЛНАТА ЕКОНОМИЈА

Академик Гоце Петрески

Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
gpetreski@eccf.ukim.edu.mk; gpetreski@manu.edu.mk

Апстракт

Постои долга традиција во убедувањето дека економијата е инхерентно неекспериментална наука - нејзините сознанија се потпираат, главно, врз информации деривирани од набљудување на реалниот свет. Консеквентно, економијата не е погодна за контролирани експерименти. Традиционално, исто така, најголемиот дел од економските истражувања се потпираат на претпоставката за “homo oeconomicus”, мотивиран од себичниот сопствен интерес и способен за рационално одлучување.

Иако економската наука е формално дедуктивен систем, постои доволна основа да се спроведува експериментална апстракција и експериментален дизајн. Во последниве децении се интензивирани напорите за емпириско тестирање на претпоставките, не само преку процесирање на статистичките податоци од набљудуваните појави, туку и преку емпириско тестирање на постулатите по пат на симулации и експерименти - пред сè на претпоставките за неограничена рационалност, економскиот себичен интерес во контролата врз одлуките и слободата на изборот во одлучувањето. Новата традиција е иницирана од два различни пристапа, кои во подоцнежната фаза конвергираат. Едниот пристап произлегува од когнитивната психологија и е поврзан со теориски истражувања и емпириски студии на човечкото однесување. Вториот е поврзан со тестирање на предвидувањата, изведени од економската теорија преку лабораториски експерименти.

Експерименталната економија и бихејвиоралната економија денес се полиња што ветуваат засилени пробиви во традиционалното теоретско тело на економијата кое е во криза и повлекуваат активни истражувања. Трудот е теоретски осврт.

Клучни зборови: експериментална економија, експеримент, бихејвиорална економија

Вовед

Неможноста во економијата да се спроведуваат контролирани експерименти долго време беше третирана како бариера на нејзиниот развој како наука, односно потенцијалот да се зголеми предиктивната моќ и ригорозноста на аналитичките постапки. Доколку не можат да се спроведуваат експерименти и заклучоците се изведуваат исклучиво врз основа на набљудување на појавите и на анализа на агрегатните зависности, тешко е да се утврди дали теоријата е погрешна и кои се причините за одредени специфични отстапувања.

Воведувањето на истражувања во рамките на новото поле т.н. *експериментална економија*, отвори широк простор за тестирање на каузалноста и можности за предвидување на траекторијата на одделни економски варијабли - човечкото однесување во контролирани услови кои, во поедноставена и чиста форма, се приближни на пазарите или на другите форми на човечка интеракција. Нивото со кое така добиените резултати можат да се генерализираат или да се употребат за ревизија на теоријата е сè уште предмет на дебата. Одделни автори во ваквата позиција укажуваат на сличност со улогата на експериментите во физиката или во другите природни науки, каде експериментите во контролирани услови можат да послужат за развојот на теориската физика.

Првите експерименти во економијата имаа за цел да се провери тоа што беше сметано за најзначаен постулат во стандардната економска теорија: во услови на слободна конкуренција, пазарните цени воспоставуваат рамнотежа помеѓу понудата и побарувачката, на нивото на кое вредноста, определена од граничниот продавач е еднаква со вредноста, поставена од граничниот купувач.

Според Леонид Харвиц¹, макроекономскиот систем се состои од економско опкружување, економска институција (економски механизам) и економски резултат. Економското опкружување е преференција на луѓето и на продуктивниот капацитет на фирмите. Клучен заклучок што може да се изведе од ваквата формулација е дека економскиот резултат може да биде под влијание на економските институции. Дизајнирањето механизам

¹ Леонид Харвиц ја доби Нобелова награда за економија за 2007 заедно со Ерик С. Маскин и Роџер Маерсон, за поставување на темелите на теоријата за дизајнирање на механизам. Најважните придонеси се содржани во трудовите: "Stochastic Models of Economic Fluctuations", 1944, *Econometrica*;"The Theory of Economic Behavior", 1945, *American Economic Review*;"Theory of the Firm and of Investment", 1946, *Econometrica*.

обезбедува инструменти за емпириско тестирање на перформансите на економските институции.

Човечкото однесување често отстапува од стандардно - претпоставеното во рационалистичката парадигма во економијата. Доколку ваквите отстапувања се идиосинкратски, случајни или безначајни во вкупната насока на појавата, тие би можеле да се изоставаат како нерелевантни при анализите на агрегатните варијабли.

Раните студии во експерименталната економија се обид да се симулира алтернативен пазарен механизам како инструмент за тестирање на идиосинкратските отстапувања од претпоставките на стандардната економска теорија. Доколку, пак, отстапувањата се покажат како систематски, регуларни девијации, економската теорија ќе треба да се соочи со ревизија на некои од постулатите.

Првите чекори во експерименталната економија датираат од средината на минатиот век (Едвард Чемберлин, 1948) во областите на формирање на цените на олигополските пазари. Тука можат да се наведат и обидите да се испита предиктивната моќ на теоријата на игри во експериментални услови од страна на нобеловецот Џон Неш².

Исто така, правени се обиди да се извлечат резултати од експерименти во областа на преговарањето. Сепак, за пионер во експерименталистичката традиција во економијата се смета Вернон Смит. Тој има остварено соработка со голем број колеги и има спроведено бројни експерименти. Еден од неговите познати соработници е Чарлс Плот³, кој има дадено препознатливи придонеси во оваа област.

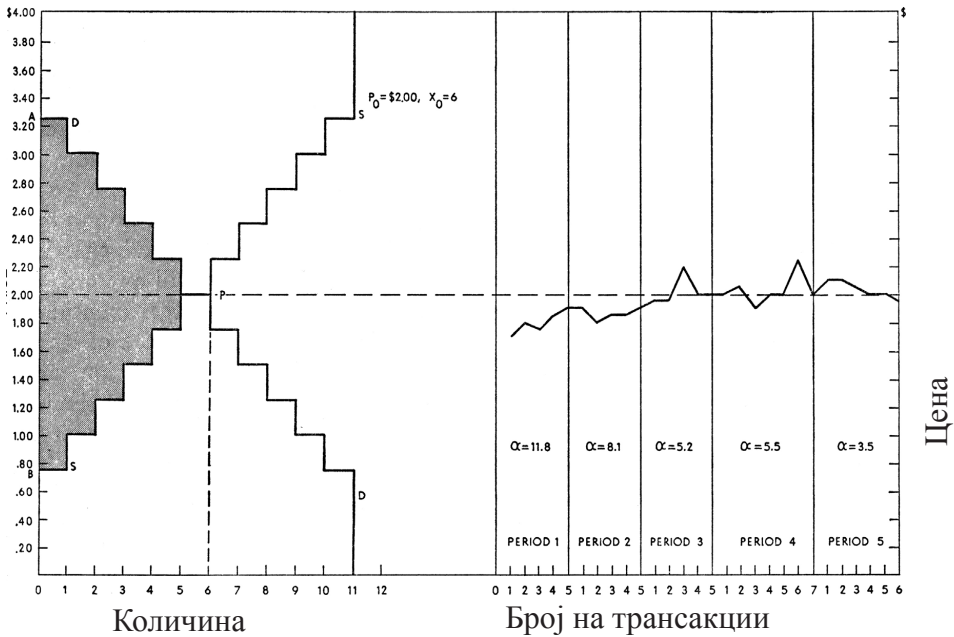
Вернон Смит забележал дека резултатите од експериментите на Чемберлин (негов професор) се поубедливи ако се сместат во услови, слични на реалниот пазар. Тој ги дели учесниците во две групи - потенцијални продавачи и купувачи, при што на секој продавач му е определена резервациона цена v за единица добро, под кој продавачот не смее да продава. Ако резервационата цена е v , продавачот заработува $n-v$ долари ако продаде според цена $n > v$. Цената на резервација е приватна информација на сопственикот, односно продавачот. Истовремено, секој купувач има

2 Џ.Неш ја дели Нобеловата награда за економија за 1994 година со Х. Harsanyi и Р. Selten. Придонесот на Неш е поврзан со рамнотежата во стратешките некооперативни игри, подоцна наречена Нешов еквилибриум: "Equilibrium points in N-Person Games" од 1950 година, иницијално моделирани во неговата докторска дисертација на Принстон и објавени во анализите на Американската академија на науките.

3 Чарлс Плот е Edward S. Harkens професор по економија и политички науки на Калифорнискиот институт за технологија во Пасадена.

определена цена на резервација w како сопствена, приватна информација како највисока единица според која може да купи единица добро. Врз основа на дистрибуцијата на цените на резервација, Смит конструира шема на понуда и побарувачка и калкулира конкурентна, рамнотежна цена во нивниот пресек (слика 1). Ниеден од учесниците на пазарот не поседува таква информација. Резултатот од наведениот експеримент покажал дека актуелните пазарни цени биле блиски до теоретската пазарна цена. Со зголемување на бројот на итерации цените конвергираат кон теоретското ниво, а стандардната девијација тенденциски се намалува во времето, како што цените конвергираат кон рамнотежното ниво.⁴

Слика 1.



Во натамошните експерименти Смит врши тестирање дали резултатот од ваквите експерименти е коинциденција или, пак, покажува регуларност. Дополнителните експерименти ги потврдиле претходно добиените резултати. Резултатите довеле до уште еден важен заклучок –

4 Smith V.L. (1962), "An experimental study of competitive market behavior", Journal of Political Economy 70, стр. 134.

институциите играат битна улога. Доколку се појде од претпоставката дека на продавачите и на купувачите им е дозволено континуирано да ги менуваат цените, резултатот се разликува од цените, добиени во ситуација кога тие се утврдуваат за целиот период на тргувањето. Во вториов случај конвергенцијата кон конкурентното рамнотежно ценовно ниво се забавува. Експерименталниот пристап овозможува да се задржи константно пазарното опкружување, да не се менуваат институциите (правилата на приспособување на цените).

Теоријата на индуцирана вредност (Induced value theory)

Најважниот дел од работата на експериментот е поврзан со пазарниот механизам, каде се поставени темелите на експерименталните емпириски истражувања во областа на конкурентните пазари - во тестирањето на различните типови аукции и во конструирањето на т.н. метод на воведена (индуцирана) вредност. Првите експерименти се инспирирани од Чемберлин и во нив учесниците преговараат поделени во парови, симулирајќи продавачи и купувачи на фиктивни добра. Стандардниот неокласичен модел е со прифакачи на цените и рационални агенти. Подоцна Смит се обидува да ги постави учесниците во експериментот во ситуација слична на реален пазар на таканаречена *двојна аукција*, која често се користи на финансиските пазари или на пазарот на добра.⁵

Во експериментирањето на пазарот тестирањето на хипотезите бара контролирање на преференциите на поединецот. Ова е голема тешкотија при симулирањето на експериментален пазар, бидејќи одлуките за купување и за продавање зависат од индивидуалните преференции кои претпоставуваат индивидуални, идиосинкратски рангирања на интензивноста. Овој проблем се решава преку снабдување на индивидуите со “правилни” монетарни стимули. Овој т.н. *метод на воведена (или влијаена) вредност* “*Induced value method*” е понатаму развиен од Смит и денес веќе претставува стандарден инструмент во микро- економските анализи.

Со цел да го илустрира овој метод, Смит им придава на учесниците во експериментот улога на купувачи на едноставно, хомогено добро (сите единици се идентични). Притоа настојува да ја утврди функцијата на индивидуалната побарувачката *D*. Тоа значи, според која било цена

5 Smith V.L. “An Experimental Study of Competitive Market Behaviour,” *Journal of Political Economy*, April, 1962.

поединецот ќе сака да купи точно $(q) = D(p)$ единици. Меѓутоа, во ваквата ситуација не е позната субјективната функцијата на корисност $u(w)$. Смит ја воведува потребната функција на побарувачка со доделување на поединецот на $Q(w)-pw$ долари за единица купена количина q според цена p каде P е определена функција на награда (корист). Според економската теорија, поединецот ќе одбере количина q , така што нејзината гранична корисност од пораснатите количини ќе се изедначи со граничните трошоци, значи $(P)'(q) = (q)^{-1}(n)^6$. Сè додека непознатата функција на корисност е растечка и конкавна, нејзината побарувачка ќе коинцидира со потребната функција на побарувачката, ако за која било релевантна цена n , инверзниот извод на функцијата на корисноста е еднаков на функцијата на побарувачката, т.е. $(P^1)^{-1}(n) = D(n)$ за сите релевантни цени n . Во експерименталната литература оттогаш се воведени редица слични методи.

Теоријата на аукциите

Теоријата на аукциите се појавува во раните 1960 години и заедно со примената на теоријата на игрите спаѓа меѓу најзначајните пробиви во микроекономијата. *Експериментално тестирање* на пропозициите на различните пристапи во теоријата на аукциите се изведува со спроведување на лабораториско тестирање преку т.н. *воздушен тунел*, во дизајнирањето на модели на аукции. Аукциите не се многу раширен и значаен тип на пазар во реалните економии. Меѓутоа, разбирањето на начинот на којшто тие функционираат, преку проширување на едноставниот модел, т.е. преку конструирање на модел на комплексни аукции, во голем степен помага за разбирањето на функционирањето на пазарите во реалниот свет. Комплексните модели на аукции особено се користат при дерегулацијата и приватизацијата на природните монополи, јавните набавки или продажбата на државни обврзници.

Централната идеја на експерименталниот пристап е потпрена врз воспоставување на теоретски предвидувања за одделни аукции кои се користат за продажба на поединечен предмет.⁷ Микроекономската теорија,

6 Ако количината q ја максимизира индивидуалната функција на корисност, $u(R)q)-pq$, тогаш треба да биде исполнет условот од прв ред $u'(w)R'(q)-p=0$, доколку u може да се диференцира.

7 Типологијата на аукциите разликува четири различни пристапи во техниката на продавање и купување. Најпознати се т.н. англиски и холандски модел, зависно од почетната точка и од начинот на кој се урамнотежуваат побарувачката и цената.

исто така, прави разлика меѓу приватни и заеднички вредности, при што вредностите од секој поединечен купувач се третираат како случајни варијабли.

Преку лабораториско тестирање на теоретските хипотези, слично како и при употребата на воздушен тунел за тестирање на аеродинамиката во физиката, се испитуваат импликациите од примената на различни институционални механизми за дерегулација, приватизација и снабдување со јавни добра. Експерименталниот пристап е особено корисен, бидејќи овие механизми се изразито сложени, а постојните теории не се во состојба да обезбедат кредибилни предвидувања. Дел од ваквите истражувања нашле примена во дистрибуцијата на временските слотови на аеродромите и алтернативни организации на пазарите на енергија. Одделни методи, покрај во економијата, се применуваат и во истражувањата во рамките на други општествени науки.

Конвергенција со бихејвиоралната економија

Придобивките на *бихејвиоралната* економија се, главно, врзани за интегрирањето на сознанијата од психолошките истражувања во економската наука, изведени особено од човечкото расудување и одлучување во услови на неизвесност. Психолошките истражувања поставуваат основи за ново истражувачко поле, преку откривањето како човековото расудување може да тргне по патеки кои систематски се оддалечуваат од основните принципи на веројатноста.⁸

Денес постојат две силни линии на директна комуникација меѓу економијата и психологијата – едната, поврзана со експерименталните методи, а другата со теоретското моделирање. Одлучувањето како истражувачка област е внесено во психологијата во 1950-те години од страна на Едвардс (Edwards) и Але (Allais, 1953) кои конципираат позитивна теорија на изборот во услови на неизвесност, заснована на психологија, додека Сајмон (Simon, 1956) предлага пристап во процесирањето на информациите, заснован на ограничена рационалност. Даниел Канеман и Амос Тверски (починат во 1996) ги воведуваат истражувањата, поврзани со

⁸ The Royal Swedish Academy of Sciences: Foundations of Behavioral and Experimental Economics: Daniel Kahneman and Vernon Smith, December 2002.

човечкото расудување и одлучување во когнитивната психологија. Иако се сместени во рамките на традицијата на когнитивната психологија, ваквите истражувања се однесуваат и на економијата. Имајќи ја предвид слабата комуникација меѓу дисциплините, градењето мост меѓу економијата и психологијата бара значителен напор.

Економистите претпоставуваат дека човечкото однесување е мотивирано примарно од економските интереси. Човековите одлуки се водени од сопствениот интерес и се рационални. Во овој контекст рационалноста значи дека носителите на одлуки ги користат расположливите информации на логичен и систематски начин. Тие вршат оптимален избор, раководејќи се од целите што треба да се постигнат и од расположливите алтернативи. Тоа подразбира дека одлуките се ориентирани кон иднината и ги земаат предвид идните последици на сегашните одлуки. Во економијата внатрешните (*intrinsic*) мотиви го определуваат човечкото однесување. Во психологијата човечкото суштество е набљудувано како систем што ја кодира и интерпретира расположливата информација на свесен и рационален начин. Меѓутоа, врз човечкото однесување влијаат и низа помалку свесни фактори - внатрешни мотиви кои влијаат врз човечкото однесување.

Ваквите истражувања се иницирани во раните 1960 години. Со цел да го зголеми разбирањето како луѓето ги донесуваат економските одлуки, тие се потпираат на сознанијата на когнитивната психологија, поврзани со менталниот процес во формирањето на расудувањата и избирањето. Истражувања на Канеман,⁹ во почетокот со Амос Тверски (Amos Tversky), за одлучувањето во услови на неизвесност резултираа со формулирање на нова гранка во економијата, теоријата на перспектот, објавена во познатиот труд *Prospect Theory: An Analysis of Decisions Under Risk, 1979*.

Економистите веруваа дека одлуките на луѓето се определени од очекуваните заработки од секое посебно идно сценарио, помножени со веројатноста за нивно настанување. Но ако луѓето направат ирационално просудување со давање поголемо значење на одделно сценарио отколку другите, нивните одлуки ќе бидат различни од предвидените во традиционалната економска литература. Ваквите истражувања, поткрепени со анкети и експерименти, покажуваат дека поединците не биле способни за анализа на ситуациите за комплексни одлуки, кога идните последици се непознати. Во такви ситуации на неизвесност тие се потпираат на

9 Daniel Kahneman е добитник на Нобеловата награда за економија во 2002 година.

едноставни правила, интуиција и хевристички компоненти, а само малку од нив ја анализираат веројатноста за нивното настанување.

Внесување психолошки претпоставки во економијата

Стандардната економска теорија се потпира на максимализација на очекуваната корисност (*expected utility maximization* пристап, воведен од Нојман и Моргенстерн, 1944). Се претпоставува дека за секој носител на одлука постои функција u со реална вредност, дефинирана во релевантен сет X на резултати, така што ако определена можна акција a резултира со веројатност врз резултатите x_1, x_2, \dots, x_i , и друга можна акција b резултира со веројатност p_i врз истите резултати x_i за $i = 1, \dots, I$, носителот на одлуката стриктно ја преферира акцијата a во однос на акцијата b само ако статистички очекуваниот резултат на функцијата на корисност u е поголем при a во однос на b , при што критериумот за избор на a е:

$$\sum_i p_i u(x_i) > u(x_i)$$

Пазарот го определува збирот на можни комбинации и изборот се сведува на максимализација на очекуваната вредност од случајните настани. Когнитивната психологија, од друга страна, го анализира интерактивниот процес како резултанта на влијанието на голем број фактори, меѓу кои и такви што влијаат врз одлуката на нетривијален начин¹⁰. Во нив спаѓаат перцепциите, верувањата или менталните модели преку кои се анализираат новонастанатите ситуации. Внатрешните мотиви, како емоциите, состојбата на свеста на поединецот и ставовите (кои претставуваат стабилни психолошки тенденции) се опкружувањето кое влијае на одлучувањето. Исто така, сеќавањето, меморијата од претходните одлуки и нивните последици служи како когнитивна функција. Оттука, одлучувањето е комплексен процес, при што во интеракција влегуваат стабилни и транзиторни компоненти на човечкото однесување. Тоа покажува дека психологијата и економијата поаѓаат од сосема различни претпоставки при анализата на одлучувањето. Едната се потпира на внатрешните, интринзички психолошки состојби и на менталниот процес, додека другата го анализира одлучувањето во репетитивен процес на конвергирање кон нормалната очекувана вредност.

¹⁰ Когнитивната психологија е гранка на психологијата што го истражува внатрешниот ментален процес, како што се решавањето на проблемите, меморијата или говорот.

Според сознанијата, стекнати преку собирање докази, во комплексните ситуации на одлучување количината на влијанието на тривијалните фактори ја доведува во прашање рационалноста на економскиот избор на која се потпира традиционалната економска теорија. Тоа значи, дека психолошките фактори можат да ја оддалечат одлуката од максимализацијата на очекуваната корисност. Во комплексни ситуации, кога поединците не се во состојба да ја согледаат целината на одлучувачкиот контекст или немаат целосна информација, се служат со поедноставени сигнали, скратени постапки или хевристични¹¹ компоненти, наместо да се потпираат врз пробабилистичко просудување. Ваквите постапки се најчесто пристрасни или ненеутрални. Во реалниот живот, често поединците не го засновуваат своето однесување според законите на пробабилистиката (веројатноста).

Законот на малите броеви

Според статистичките закони на големите броеви, дистрибуцијата на веројатноста на средната големина, изведена од широк примерок на независни набљудувања на случајните варијабли е концентрирана околу очекуваната вредност на случајната варијабла и варијансата од средната големина, при зголемувањето на примерокот тендира кон нула. Меѓутоа, според психолошкиот закон на малите примероци, се применува аналогија, односно постои перцепција дека важи истото правило, распределбата на вредностите е ситуирана околу очекуваната вредност. Ова води до претерана инференција, односно одлучувања врз основа на тоа што се знае, врз основа само на секвенци на независни набљудувања.¹²

Законот на малите броеви е тесно поврзан со репрезентативноста, која во психологијата содржи доста хевристични компоненти на човечкото расудување. Заклучоците се донесуваат врз основа на странични информации, стереотипи или инерција од заробеност во претходното искуство.

Во економијата, овие докази се важни за *бихејвиоралните* финансии, каде законот на малите броеви и репрезентативноста можат да објаснат определени аномалии во функционирањето на финансиските пазари, како

¹¹ Во најопшта смисла, *хевристичниот пристап* е неформален метод на решавање на проблемите, кој брзо води до решение кое е обично приближно до најдобриот одговор - нагаѓање или интуитивно расудување.

¹² Често се наведува примерот на инвеститорите, кои набљудувајќи ги резултатите на менаџерот на инвестицискиот фонд, очекуваат дека ако тие биле натпросечни во две последователни години, дека тој е натпросечен.

што се претераната осетливост на определени *ad hoc* информации и нивна неоснована проекција во иднината.

Пробабалистичкото расудување е исто така поврзано со предрасуди и пристрасност, засновани на лесно достапни информации, сместени во меморијата на поединецот. Познатата информација е полесно достапна од меморијата отколку новата и полесно се компортментализира и процесира врз основа на процедурата на претходното искуство. Исто така, на познатата информација ѝ се припишува поголема точност. На пример, луѓето се подготвени да го проценат степенот на криминалитет во нивниот град доколку лично познаваат индивидуа што била жртва на насилство. Претходното знаење и пристапноста често одат на штета на точноста на информацијата која служи како подлога за одлучување. Повторувањето на информацијата во повеќе наврати и од повеќе субјекти ја прави поточна, без да се испитува изворот на информацијата.

Врз основа на докази, изведени од човековото однесување во услови на неизвесност, ваквите сознанија сериозно ја ставаат под сомневање емпириската валидност на некои од основните постулати на традиционалната економска теорија. Тие покажуваат дека одлуките во услови на неизвесност критично отстапуваат од вредноста, позиционирана врз основа на механизмите од теоријата на очекувана корисност. На теоријата на очекувана корисност, изведена од трудовите на фон Нојман и Моргенстерн, се во истражувањата на Морис Але регистрирани отстапувања од оваа теорија, подоцна формулирани како “Але-парадокс”.¹³ Во комбинирањето на очекуваната добивка и веројатноста на поврзаниот ризик со неа, преференциите на учесниците во одлучувањето во услови на ризик и неизвесност се во спротивност со т.н. *аксиома на теоријата на корисност*. Едно од сознанијата е дека луѓето се многу поосетливи на разликите во резултатите од определено неререферентно ниво, отколку на резултатите мерени во апсолутни изрази. Фокусирањето на промените повеќе отколку на апсолутните нивоа спаѓа во психофизичките закони на когнитивната психологија. Заклучок од собраните докази е исто така дека луѓето се повеќе склони да го избегнат ризикот (*risk aversion*), отколку да бидат привлечени со натпропорционално зголемена добивка. Со други зборови, помала очекувана добивка се асоцира со ограничено, помала количина ризик. Постои психолошка квантитативна асиметрија која значи

¹³ Парадоксот на Але (Allais paradox) е формулиран за да покаже неконзистентност меѓу емпириски набљудувани избори и предвидувањата на теоријата на очекувана корисност.

дека преференциите на луѓето се поврзани повеќе со избегнување на губиток, отколку стекнување добивка. Овие сознанија се битни за финансиското одлучување и за „портфолио теоријата“, т.е. за дистрибуцијата на имотот во зачувувачка или во ризично растечка структура.

Треба да се истакне дека манифестациите во однесувањето на индивидуите што се сметаат за девијација од очекуваните резултати, покажуваат определени правилности и можат да се моделираат и да се објективизираат. Практични импликации од овие сознанија се објаснувањата на склоноста на луѓето да платат високо осигурување кога купуваат мали апарати за домаќинство, да возат до оддалечена продавница за да заштедат неколку долари на купување мала количина, но неподготвеноста да ја поминат таа дистанца кога купуваат скапо добро, отпорот да ја намалат побарувачката при добивање информација за изгледите за намалување на нивниот доход во својот животен век. Нивните наоди се битни за предупредување на аналитичарите и на носителите на финансиските одлуки за општи, познати грешки, кумулирани во колективното однесување. Во почетокот на деведесеттите години се констатирани и отстранети определени слабости во нивната првобитна формулација на теоријата на проспект и прават обид да конструираат кумулативна теорија во која вградуваат поширок ранг резултати и внесуваат како коректив стохастичка доминантност.

Заклучок

Иако е речиси невозможно временски да се лоцираат најраните почетоци (Галилеј, Бернули и др.), сè позастапено е мислењето дека експерименталната економија регистрира експоненцијален раст во последниве осумдесет години, од теориите на индивидуален избор, преку теоријата на игри или индустриската организација - до субјективното однесување.

Иако економската наука е формално дедуктивен систем, постои доволна основа да се спроведува експериментална апстракција и експериментален дизајн. Експерименталната економија служи за тестирање на постојните теории, откривање и воспоставување нови теории и препораки за политиката. Експерименталната економија е преокупирана со емпириски тестирања и модификации на традиционалните постулати во економијата.

Две историски различни (но конвергентни) традиции егзистираат

паралелно: студии за човечкото одлучувањето во когнитивната психологија и тестови за предвидувањата од економската теорија преку лабораториски експерименти.

Најважна почетна точка се потенцијалните отстапувања од претпоставките, кои сè уште се сметаат за мали или чисто идиосинкратски. Ако не се такви, тогаш бихејвиоралната и експерименталната економија можат да се покажат како важни за економијата. Во повратната интеракција, новите експериментални наоди укажуваат на нови теории и тие сугерираат нови експерименти за верификација. Експериментална економија е во суштина метод на емпириска истрага. Ако е успешна, таа ќе стане стандарден инструмент за економска анализа.

Бихејвиоралната економија, од своја страна, користи факти и модели од допирните дисциплини, за да обезбеди дескриптивно сигурни факти за когнитивните човечки активности и социјалните интеракции и да ги истражи тие импликации за овие заклучоци за економското однесување. Бихејвиоралната економија интегрира во економијата релевантни сознанија од другите дисциплини. Најмногу сознанија, што може да кореспондираат со централните економски парадигми од соседните науки во последниве децении понудија истражувањата во психологијата, но социологијата, антропологијата, биологијата и други области можат, исто така, да извршат влијание врз економијата. Бидејќи тие досега беа запоставени во централната струја на мислење, тие се сè уште во позиција на меѓусебна спротивставеност. Во степен во кој тие стануваат постепено интегрирани во доминантната економска струја, престануваат да постојат како посебна област во економијата.

Користена литература:

1. Bayer, R. C., & Renou, L. (2011). Cognitive abilities and behavior in strategic-form games. Discussion Papers in Economics 11/16, Department of Economics, University of Leicester.
2. Chamberlin, Edward H. (1948). An Experimental Imperfect Market, *The Journal of Political Economy*, 56 (2), 95-108
3. Coursey, Don (2008). "Experimental Economics". In David R. Henderson (ed.). *Concise Encyclopedia of Economics* (2nd ed.). Indianapolis: Library of Economics and Liberty. ISBN 978-0865976658. OCLC 237794267.

4. Diener, E., Helliwell, J.F., & Kahneman, D. (Eds.) (2010). International differences in well - being. New York: Oxford University Press.
5. Falk, Armin and Simon Gächter, (2008). "Experimental labour economics," *The New Palgrave Dictionary of Economics*, 2nd Edition.
6. Gjerstad, Steven D. and Vernon L. Smith (2013). "Balance Sheet Crises: Causes, Consequences, and Responses". *Cato Journal* 33 (3): 437–470.
7. Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. New York: Farrar, Strauss, Giroux.
8. Kahneman, D., Deaton, A. (2010). High income improves evaluation of life but not emotional well - being. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 107(38), 16489 - 16493.
9. Kahneman, D., & Tversky, A. (1972). Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive Psychology*, 3, 430-454.
10. Kahneman, D. (1973). *Attention and effort*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
11. Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80, 237-251.
12. Kahneman, D., Slovic, P., & Tversky, A. (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. New York: Cambridge University Press.
13. Kahneman, D., & Tversky, A. (1984). Choices, values and frames. *American Psychologist*, 39, 341-350.
14. Kahneman, D., & Miller, D.T. (1986). Norm theory: Comparing reality to its alternatives. *Psychological Review*, 93, 136-153.
15. Kahneman, D., Knetsch, J.L., & Thaler, R.H. (1990). Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem. *Journal of Political Economy*, 98, 1325-1348.
16. Kahneman, D., & Lovallo, D. (1993). Timid choices and bold forecasts: A cognitive perspective on risk-taking. *Management Science*, 39, 17-31.
17. Kahneman, D., & Tversky, A. (1996). On the reality of cognitive illusions. *Psychological Review*, 103, 582-591.
18. Kahneman, D., Diener, E., & Schwarz, N. (Eds.). (1999). *Well-being: The foundations of hedonic psychology*. New York: Russell Sage Foundation.
19. Kahneman, D., & Tversky, A. (Eds.). (2000). *Choices, values and frames*. New York: Cambridge University Press.
20. Kahneman, D. (2003). A perspective on judgment and choice: Mapping bounded rationality. *American Psychologist*, 58, 697-720.
21. Plott, Charles R., and Vernon L. Smith, ed. (2008). *Handbook of Experimental Economics Results*, v. 1, Elsevier.
22. Smith, Vernon L. (1962). "An Experimental Study of Competitive Market Behavior," *Journal of Political Economy*, 70(2), pp. 111–137.
23. Smith, Vernon L. (1976). "Experimental Economics: Induced Value Theory".

- American Economic Review* 66 (2): 274–279.
24. Smith, Vernon L. (1982). “Microeconomic Systems as an Experimental Science”. *American Economic Review* 72 (5): 923–955. 1982.
 25. Tversky, A., & Kahneman, D. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin*, 76, 105-110.
 26. Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207-232.
 27. Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124-1131.
 28. Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453-458.

THE EMERGENCE OF EXPERIMENTAL ECONOMICS

Academician Goce Petreski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia

gpetreski@eccf.ukim.edu.mk; gpetreski@manu.edu.mk

Abstract

There has been a long established tradition and firmly rooted belief that economics is inherently a non experimental science –its assumptions mainly rely on information derived from real world observations. Consequently, economics is incompatible with controlled experiments. In addition, the prevalent component of economic research traditionally, heavily relies upon the hypothesis of “homo economicus”, egoistically motivated and capable of rational decision making. While the economic theory is formally a deductive system, there is a ample basis for experimental abstraction and design. Over the last decades, intense efforts have been invested in empirical testing of central assumptions, not exclusively by processing statistical data on observed phenomena, but also by empirical analysis of postulates by means of simulations and experiments, primarily focused on the assumptions of unbound rationality, economic self-interest in controlling decisions and freedom of choice in making decisions. The new tradition has been instigated by two different approaches, eventually converging in time. The first approach stems from cognitive psychology and is related to theoretical research and empirical studies of human behaviour. The other is closely associated with testing predictions derived from the economic theory through laboratory experiments.

Experimental and behavioural economics are two fields that hold promises for more comprehensive breakthroughs into the traditional core of economics, which is undergoing a profound crisis. The article is a theoretical review.

Key words: *experimental economics, behavioural economics, rationality, experiment*

УДК: 338.488.2: 640.412]: 331.101.262: 159.944.4 (497.711)

УПРАВУВАЊЕ СО СТРЕСОТ НА ВРАБОТЕНИТЕ ВО ХОТЕЛИТЕ ВО СКОПЈЕ

проф. д-р Кирил Постолов

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје

Економски факултет – Скопје, Р.Македонија

kirilp@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Стресот е појава од секојдневниот живот и може да биде резултат на различни видови притисоци врз личноста во извршувањето на неговата задача, умор, реакција кон другите и од другите, конфликтите, моќта и слично. Меѓутоа, за разлика од конфликтите и од моќта, појави што можат да се јават во нивната позитивност и негативност, стресот според сите автори кои го истражуваат, се согласни во едно, а тоа е дека тоа е “појава што има само негативно влијание врз организмот на индивидуата и е предизвикувач на различни видови психосоматски нарушувања и заболувања”. Исто така, стресот создава појава на апсентизам, флукуација на вработените, намалување на продуктивноста, проблеми во комуникацијата и алиенација и нелојалност, здравствени проблеми и други негативни последици. Затоа, менаџерите мора да знаат да управуваат (менаџираат) со стресот, односно да преземат активности за намалување на причините за неговото настанување и ефективно и ефикасно справување со негативните ефекти од неговото манифестирање.

Прашања на кои ќе се обидеме да дадеме одговор во овој дел се:

- *Карактеристика на стресот;*
- *Идентификација на изворите на стрес во туризмот ;*
- *Утврдување на состојбата со стрес, како и начини за управување со него кај хотелските работници во Скопје.*

Клучни зборови: *стрес, стресори, личност, управување со стрес*

1. Карактеристика на стресот

Стресот е појава од секојдневниот живот и може да биде резултат на различни видови притисоци врз личноста во извршувањето на неговата задача, умор, реакција кон другите и од другите, конфликтите, моќта и слично. Сите автори кои го истражуваат стресот, се согласни во едно, а тоа е дека тоа е „појава што има само негативно влијание врз организмот на индивидуата и е предизвикувач на различни видови психосоматски нарушувања и заболувања“.

Така, според Lazarus, R. S. (1966, pp.240), стресот е збир на емоционални, телесни и/или бихевиористички реакции, кои се предизвикани кога некој настан ќе го процениме како опасен и/или вознемирувачки.

“Стресот е физиолошки или емоционален одговор на барањата, ограничувањата и околностите кои ги создава неизвесноста кога се во прашање неизвесни исходи“ - Beehr, T. A.; Bhagat, R. S. (1985, pp.57).

Стресот е адаптивен одговор на личноста на стимулите кои поставуваат исклучителни психички и физички барања - Gibson, J. L.; Ivancevich, J. M.; Donnelly, J. H. Jr. (1988, pp.230).

Сфаќањето на стресот како одговор на организмот на стимулансите од средината го среќаваме во трудовите на Hans Selye. Според него “стресот е неспецифична (физиолошка) реакција, одговор на организмот на кое било барање што му се поставува“ (Selye 1977). Функцијата на стресот во овој случај е одбранбена, организмот со бројни физиолошки реакции се заштитува од стресот којшто го загрозува организмот.

Исто така, стресот создава појава на апсентизам, флукуација на вработените, намалување на продуктивноста, проблеми во комуникацијата и алиенација и нелојалност, здравствени проблеми и други негативни последици. Затоа, менаџерите мора да знаат да управуваат (менаџираат) со стресот, односно да преземат активности за намалување на причините за неговото настанување и ефективно и ефикасно справување со негативните ефекти од неговото манифестирање.

2. Идентификација на изворите на стрес (стресори) во туризмот

Надворешните околности можат да влијаат на различни аспекти во функционирањето. Заради полесно класифицирање на нивното влијание,

како и можностите за менаџирање со него, авторите стресорите ги поделиле во следниве групи:

- Стресори што создаваат стрес на индивидуално ниво;
- Стресори што создаваат стрес на организациско ниво;
- Улога на личноста.

Индивидуалните стресори ги опфаќаат сите влијанија што непосредно дејствуваат врз поединците и можат да предизвикаат различни реакции. Тие се поврзани со работата што ја извршуваат поединците и процесот на градењето индивидуална кариера.

Самиот карактер¹ и барањата на работата², притисокот на времето³, работната преоптовареност,⁴ недостаток на работни активности⁵ и одговорност за своите подредени, се содржини што можат да предизвикаат стресни ситуации на индивидуално ниво.

Наредниот извор на стрес на индивидуално ниво претставува процесот на градење на кариера. Посебно тоа се манифестира во случаи кога постои несразмерност помеѓу очекувањата, способностите, семејната состојба и развојот на кариера. Притоа, можеме да разликуваме два вида градење кариера- брзо и бавно. Кај брзиот развој, стресот настанува како резултат на неочекуваноста за добивање позиција и втора можност е непоседувањето способности за соодветното место во хиерархијата на претпријатието.

Од друга страна, бавното напредување е извор на стресни ситуации поради фрустрацијата што постои кај личноста во односот со своите надредени кои не ги препознаваат неговите способности и квалификации, со што тие чувствуваат дека не можат да ги реализираат своите амбиции и желби.

Но, исто така, тука мора да се потенцира и влијанието што врз градењето на кариерата го има семејството и организацијата, односно нивната поддршка или, пак, отпор.

Најважните стресори на организациско ниво се резултат на релациите со надредените вработени/менаџери и со другите вработени, стилот на менаџмент и организациската култура.

1 Неусогласеност помеѓу барањата на конкретната работа и индивидуалните карактеристики на поединецот.

2 Лошо управување со времето и негов недостаток за ефективно извршување на работните задачи.

3 Премногу работа што треба да се изврши за кратко време. Или, недостаток на знаења, потребни за извршување конкретен вид работа.

4 Предизвикува досада, монотонија и слични ефекти.

5 Предизвикува досада, монотонија и слични ефекти.

На стресорите од опкружувањето личноста различно реагира. Тоа произлегува пред сè од полот и возраста, но и од семејната ситуација, стандардот на живеење и ставот на личноста кон работата.

3.Управување со стрес

Менаџирањето со стресот опфаќа активности со кои се врши спречување на настанување на стресорите, како и намалување и отстранување на негативните последици од манифестираниот стрес. Тоа се мерки со чијашто примена прво треба да се види каква е состојбата во претпријатието и дали постои реална или релативна можност за настанување на стрес и, ако веќе постои стрес, да се предложат мерки за намалување или негово целосно отстранување.

Притоа, мерките се насочуваат кон поединецот или кон претпријатието во целина. Затоа и мерките што треба да бидат предложени и користени мора јасно да бидат издиференцирани за кого се однесуваат.

Кај мерките што се насочени кон поединецот, мора да се разликуваат активности што се преземаат од страна на претпријатието и активности што самата личност ги презема заради справување со стресот. Обично тоа се активности со кои се намалуваат негативните последици од стресот врз поединецот.

Мерките што се преземаат од страна на претпријатието и се насочени кон поединецот се програмите за помош на вработените и програмите за обука за управување со стресот. Програмите за помош на вработените опфаќаат активности, поврзани со различни видови советувања, поврзани со прашањата на стресот што ги организира претпријатието, како самостојно, така во комбинација со надворешни експерти или специјализирани институции. Програмите за обука за управување со стресот опфаќаат активности со кои вработените стануваат оспособени да ги препознаат симптомите на стрес, како и начините за одбрана и елиминација на стресните состојби.

Активностите што самата личност ги презема заради справување со стресот опфаќаат низа активности што самата личност ги презема, со цел да ја зголеми својата отпорност на стрес. Тука, пред сè, можат да се набројат активностите, поврзани со развивањето дополнителни работни способности и ширењето на знаења и вештини⁶.

⁶ Да се научи да се релаксира, да се знае да се каже “не”, да се има здрави и добри навики, правилно

Втората група активности се насочени кон изворите на стресот и нивното отстранување. Тоа се активности што се преземаат во областите, како што се организациската структура и култура, стилот на менаџмент, системот на донесување одлуки и начинот на управувањето со човечките ресурси.

Бирократската организациска структура е значаен извор на стрес во претпријатието. Затоа, менаџерите мораат преку активностите за обезбедување поголем степен на автономија и флексибилност, намалување на големината на организациските единици и степенот на формализација, да обезбедат отстранување на потенцијалните извори на стрес.

Примената на организациската култура на улоги е исто така извор на стресни ситуации во претпријатието. Затоа, менаџерите мораат да извршат промени и во организациската култура и секогаш кога е можно да се воспостави таков облик на организациска култура која според своите карактеристики најмногу ќе одговара на карактеристиките и барањата на вработените.

Стилот на менаџментот, како нареден фактор, влијае врз настанувањето на стресни ситуации. Вработените преферираат менаџери кои применуваат партиципативен и демократски стил на менаџирање, додека покажуваат голем отпор кон практикувањето на автократскиот стил на менаџмент.

Партиципацијата во донесувањето одлуки несомнено е добар фактор за намалување на стресот и негово отстранување.

На крајот, начинот на управувањето со човечките ресурси, посебно развојот на кариера. Индивидуалните фрустрации, како резултат на лош систем на кариера и унапредување, можат да се намалат или, пак, да се отстранат со правилен систем со кој ќе се направи општествена праведност во однос на правилната промоција на поединците кои тоа го заслужуваат.

4. Методологија на истражувањето

Работниот стрес е присутен и е заеднички проблем на сите професии без оглед на природата на работата. Со ова истражување сакаме да ги проучиме главните фактори, поврзани со работниот стрес на вработените во хотелите во Скопје. Во ова истражување ќе се утврди дали вработените

определување на приоритетите,

чувствуваат работен стрес под работните услови во хотелскиот сектор и доколку постои работен стрес, во колкав степен тој е изразен.

За потребите на ова истражување е подготвен посебен прашалник којшто служи за прибирање релевантни податоци.

Прашалникот е составен од поголем број прашања. Прво беа нотирани прашањата, поврзани со демографските и образовните карактеристики на вработените, во поглед на полот, возраста, степенот на образование, работното место.

Понатаму беа наведени прашања од кои по обработката на добиените одговори, ќе се утврдат изворите на стрес, како и начините за управување со него.

За потребите на прашалникот е користена Ликертовата скала на добиените одговори (од 1- никогаш не е стресно, па сè до 5- секогаш е стресно).

Анкетното истражување е направено во периодот март- април 2015 година на примерок од 30 испитаници (15 жени и 15 мажи).

5. Истражување на стресот кај вработените во хотелите во Скопје

Со направеното истражување за влијанието на стресот врз вработените и начините на нивното управување во хотелите во Скопје, сакаме првенствено да ја оствариме основната цел, а тоа е утврдување на фактичката состојба со овој феномен. Притоа, земаме предвид дека стресот може да настане како резултат на различни видови стресори што се наоѓаат во нивното опкружување. Врз основа на идентификација на влијанието на стресорите, се наметнува потребата од преземање соодветни стратегии за нивно редуцирање или целосно отстранување.

Врз основа на дефинираната основна цел, се конструира прашалник, што беше поделен на примерок од 30 испитаници, при што се внимаваше соодносот жени - мажи да биде 50:50, односно, по 15 анкетирани жени и 15 анкетирани мажи.

Одговорите беа определени според Ликертовата скала, односно, 1 беше најслаб интензитет на стресот и стресорите, а 5- најголем интензитет.

Одговорите на поставените прашања беа како што следува:

Табела 1: Однос на вработените кон стресорите

<i>Прашање</i>	<i>ИНТЕНЗИТЕТ</i>				
1. Колку сте запознати со карактерот на вашата работа?	7	3	6	6	8
2. Колку сметате дека работата е премногу обемна?	5	7	3	6	9
3. Колкав е степенот на одговорноста за своите подредени?	5	5	5	12	3
4. Колкава е можноста за ваше унапредување во работата?	8	7	10	4	1
5. Дали работите понапорно во однос на другите, со цел ваше унапредување?	6	4	9	7	4
Дали конфликтите со луѓето од вашето опкружување влијаат врз создавање стрес кај вас?	9	6	7	6	2
Дали сте прифатени од другите вработени во организацијата?	3	4	3	10	10
Дали професионалните обврски влијаат на вашиот семеен живот?	2	2	5	9	12
Дали имате поддршка од вашето семејство за професионалните обврски?	12	10	6	0	2
Дали организацијата ви дава поддршка во обезбедување баланс помеѓу приватниот и професионалниот живот?	14	8	3	3	2
Дали успешно ги избегнувате можните стресни ситуации?	7	6	6	6	6

И на крајот беше поставено прашањето во однос на начините за намалување или отстранување на стресот. Резултатите се како што следуваат:

Табела 2: Стратегии што се преземаат за намалување на ефектите од стресот

Активности за спречување на стресот	Број на испитаници	%
а) Учество на обуки за релаксирање и медитирање	20	66,66
б) Усвојување на здрави навики	10	33,33
в) Избегнување на нереални рокови	24	80,00
г) Избирање на одмерено работно темпо	24	80,00
д) Вклучување во програми за надминување на стресот што ги организира компанијата	20	66,66
ѓ) Селекција на приоритети	10	33,33

Во однос на добиените одговори, интересни се одговорите на прашањата од 7-10, како и кои стратегии ги преферираат вработените за намалување на ефектите од стресот.

Имено, според добиените одговори, може да се заклучи следново:

- *Постои голема прифатливост од страна на другите вработени во организацијата. Од вкупниот број испитаници, дури 20, или 66,66% се изјасниле дека постои висок степен на прифатливост од другите колеги и колешки, што имплицира дека постои тимска работа и добри меѓучовечки односи на вработените.*

- *Проблемот постои кај одговорите во врска со кариерата. Може да се констатира висок процент на интензивно влијание на професионалните обврски врз приватниот живот (70%), со истовремено слаба поддршка од семејството (6,66%) и од организацијата (16,66%).*

- *Во однос на стратегиите, вработените најмногу ги прифаќаат оние што се поврзани со индивидуалното ниво и се поврзани со самата работа (80%) и работната преоптовареност (80%), иако и учеството во обуки и програми исто така се карактеризира со висок процент на прифатливост (66,66%). Интересно е што вработените не ги преферираат стратегиите, поврзани со усвојување здрави навики и селекција на приоритети (33,33%), што покажува соодветен нивен однос.*

6. Заклучок

Стресот е појава што има само негативно влијание врз организмот на индивидуата и е предизвикувач на различни видови психосоматски нарушувања и заболувања. Предизвикувачи на стресот се стресори. Заради потребата од нивно идентификување, согледување на нивното влијание, како и можноста за управување со нив, тие се делат на стресори што создаваат стрес посебно, на индивидуално ниво и организациско ниво, како и оние што се предизвикани од улогата што ја има личноста. Последиците од професионалниот стрес и на индивидуално и на организациско ниво се реални трошоци за организацијата.

Од истражувањето, исто така, мора да се потенцира, дека хотелските организации мало внимание посветуваат на професионалниот развој на вработените, кариерен развој, како и балансирање на обврските од професионалниот и од приватниот живот. За жал, иста е ситуацијата и кај семејствата на вработените, односно тие даваат мала, незначителна поддршка во професионалниот развој на нивните сопружници, како и во

однос на балансот на приватниот со професионалниот живот.

Од тие причини, се наметнува потребата од управување со нив, односно нивно редуцирање или целосно отстранување. За таа цел, постојат повеќе стратегии, од кои ние го истраживме користењето на неколку, што се наведени во табелата бр. 2.

Користена литература:

1. Anderson, V. (2004), *Research Methods in Human Resource Management*, Chartered Institute of Personnel and Development, London.
2. Armstrong, M. (2003), *A Handbook of Human Resource Management*, 9-th edition, Kogan Page, London.
3. Beehr, T. A.; Bhagat, R. S. (1985) *Human stress and cognition in organization*, John Wiley and Son, New York
4. Бојациоски, Д.; Ефтнмов, Јб. (2009), *Менаџмент на човечките ресурси*, Економски Факултет, Скопје.
5. Davis, M.; Eshelman, E.R.; M'kay, M. (2008), *The relaxation and stress reduction workbook*, 6-th edition, New Harbinger Publications, Inc, Oakland.
6. Dessler, G. (2008), *Human Resource Management*, 10-th edition, Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.
7. Gibson, J. L.; Ivancevich, J. M.; Donnelly, J. H. Jr. (1988) *Human resource management*, Business Publications, Plano
8. Ivancevich, J.M. (2001), *Human Resource Management*, 8-th edition, McGraw-Hill, Irwin.
9. Iwata, N.; Suzuki, K. (1997), "Role Stress-Mental Health Relations in Japanese Bank Workers: A Moderating Effect of Social Support", *Applied Psychology: An International Review*, Vol.46 Issue , pp.207-218.
10. Lazarus, R. S. (1966) *Psychological Stress and the Coping process*, Mc Graw-Hill, New York
11. Постолов, К. (2010) *Теорија на организација*, УКИМ, Скопје
12. Selye, H. (1977) *Selye's Guide to Stress Research, Volumes 1-3*, John Wiley&Sons, New York

MANAGING EMPLOYEES' STRESS IN HOTELS IN SKOPJE

Kiril Postolov, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
kirilp@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Stress is a feature of daily life and can be a result of various pressures on the person in the performance of their task, fatigue, reaction to and by others, conflict, power and the like. However, unlike conflicts and power – phenomena that may arise both in their positivity and negativity - stress, as agreed by all authors exploring it, is “a phenomenon having only a negative impact on the body of the individual and causing different psycho somatic disorders and diseases”. In addition, stress leads to absenteeism, employee turnover, lower productivity, communication problems and alienation and disloyalty, health problems, and other negative consequences. Therefore, managers must be able to manage stress or to take actions to reduce the reasons for its occurrence, as well as to effectively and efficiently deal with the adverse effects of its manifestation.

Issues that we will try to provide answers to in this section:

- Characteristic of stress;*
- Identification of the sources of stress in tourism;*
- Determining the state of stress and ways of managing stress among hotel workers in Skopje.*

Keywords: *stress, stressors, personality, stress management*

УДК: 658.8: 004.738.5]: 658.89: 303.62 (497.7)

ПЕРЦЕПЦИЈАТА НА МАКЕДОНСКИТЕ ПОТРОШУВАЧИ ЗА ЕЛЕКТРОНСКИОТ МАРКЕТИНГ

проф. д-р Лидија Пулевска-Ивановска
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет-Скопје, Р. Македонија
lidijap@eccf.ukim.edu.mk

м-р Елена Карадакоска
ena_karo@yahoo.com

Апстракт

Електронскиот маркетинг подразбира користење на дигиталните технологии кои во комплементарен однос со традиционалните методи на маркетингот ќе креираат интерес кај потрошувачите кој ќе води до одлука за купување на производот, односно услугата. Електронскиот маркетинг мора да биде креативен, подложен на постојани промени и интересен за да го задржи вниманието на потрошувачот кој во денешно време располага со голема количина на информации. Со цел да се истражи степенот на свесност за електронскиот маркетинг кај популацијата во Република Македонија, спроведено е истражување на примерок од 137 испитаници.

Клучни зборови: електронски маркетинг, потрошувач, интернет ера, Република Македонија.

Вовед

Електронскиот маркетинг ги опфаќа сите онлајн активности кои им овозможуваат на компаниите да ги задоволат желбите и потребите на своите потрошувачи на еден брз и многу ефикасен начин. Основната идеја на електронскиот маркетинг е што подобро да ги запознае своите клиенти и да ги освои пред конкуренцијата да го стори тоа. Електронскиот

маркетинг се базира на непосредност, персонализација и релевантност, со што се поврзува со таргетираната група потрошувачи кои во денешното е-општество ја имаат можноста сами да изберат што ќе допре до нив.

Современиот потрошувач, кој континуирано се едуцира и ги користи моќите што онлајн комуникацијата му ги доделува, има поинакви барања и очекувања од компаниите. Достапноста, точноста, искуствата на претходните корисници, брзината на испорака, информираноста за попусти и специјални понуди се само дел од информациите што им помагаат на потрошувачите да се одлучат за одреден производ. А бидејќи во оваа онлајн ера клиентите само со еден клик можат да „одат“ од компанија до компанија и да купат одреден производ, препорачливо е маркетиншките сектори на компаниите да бидат оригинални, креативни и подложени на постојани промени, со цел да го задржат вниманието на современиот потрошувач (е-потрошувачот).

Електронскиот маркетинг им нуди повеќе современи маркетинг методи на компаниите, меѓу кои се вбројуваат: маркетингот преку пребарувачи, во кој спаѓаат оптимизацијата на пребарувач и плаќањето по клик; маркетингот преку електронска пошта; маркетингот преку посредници; банер рекламите кои се појавуваат на веб-сајтовите; видеорекламите кои се достапни онлајн, односно видео маркетингот; маркетингот преку социјалните медиуми, во кој најевидентен е маркетингот преку социјалната мрежа Фејсбук, поради нејзиниот најширок кориснички опфат, а исто така се применува и маркетингот преку социјалната мрежа Твитер; современиот вирален маркетинг и мобилниот маркетинг. Сите овие методи им нудат низа предности на компаниите кои значително можат да влијаат на подобрување на работата на компанијата која успешно ги применува и во креирањето бренд и препознатливост на компанијата и на нејзините производи.

Методологија на истражувањето

Во фокусот на вниманието на ова истражување е перцепцијата на потрошувачите за примената на методите на електронскиот маркетинг во работата на претпријатијата. Истражувањето е конкретно насочено кон потрошувачите во Република Македонија, со анализа на нивната информираност, нивните ставови кон електронскиот маркетинг и влијанието на е-маркетинг методите врз нивното однесување.

Анкетиран е примерок од 137 испитаници од Република Македонија.

Анкетирањето е спроведено преку интернет во јуни 2015 година. Анкетниот прашалник е креиран онлајн на веб-страницата kwiksurveys.com и преку истата страница е администриран. Анкетниот прашалник е составен од вкупно 15 прашања со понудени одговори.

Анализа на резултатите од истражувањето

Од вкупно 137 анкетиранн испитаници, во поглед на возрастната категорија, 59,12%, односно 81 лице од испитаниците се на возраст од 26 до 35 години, 35,04% се на возраст од 15 до 25 години (48 лица), 4,38% се на возраст од 36 до 45 години (6 лица) и два испитаника, односно 1,46% на возраст над 45 години.

Според образовниот степен, кај 89 од анкетираните испитаници, односно 64,96%, преовладува високото образование, 36 испитаници, односно 26,28% се со магистратура, а 12 од испитаниците, односно 8,76% се со средно образование.

На прашањето: Кој вид маркетинг Ви привлекува најголемо внимание? 63,5% од анкетираните испитаници (87 испитаници) одговориле дека најголемо внимание им привлекува интернет маркетингот, 26,28% (36 испитаници) телевизискиот маркетинг, 9,49% (13 испитаници) билбордите и светлечките реклами, а само еден испитаник одговорил дека најголемо внимание му привлекуваат рекламите на радио и рекламите во весник.

Добиените резултати индицираат на позитивен тренд на забележителност на електронскиот, односно интернет маркетингот кај анкетираните испитаници. Електронскиот маркетинг им привлекува најголемо внимание на 63,5% од испитаниците, што е и очекувано поради современиот начин на живот и сè поголемото време кое луѓето го поминуваат на интернет. Овој факт говори за големиот потенцијал и моќта на електронскиот маркетинг за генерирање нови и задржување на постојаните клиенти на една современа компанија. Согласно со добиените резултати, доколку една компанија сака да остави добар впечаток и да го привлече вниманието на својата таргет група, треба да се насочи кон воведување на методите на електронскиот маркетинг во својата маркетинг стратегија и тактика.

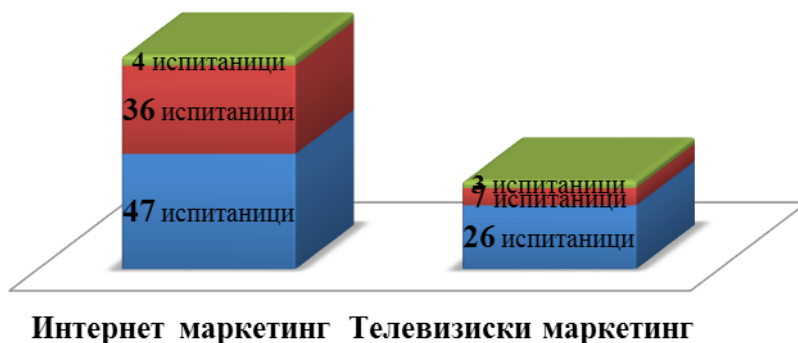
Од друга страна, очигледно е дека маркетингот преку радио и рекламите во весници, веќе не привлекуваат внимание кај потрошувачите.

Дури и самиот тренд на слушање радио и читање весник е во значителен пад поради појавата на интернетот и неограничените можности што тој им ги нуди на луѓето.

- Според возрастната категорија, од тие 63,5%, односно 87 испитаници кои одговориле дека најголемо внимание им привлекува електронскиот маркетинг, 47 испитаници припаѓаат на старосната група од 26 до 35 години, а 36 испитаници припаѓаат на старосната група од 15 до 25 години.
- Од вкупно 26,28%, односно 36 испитаници кои одговориле дека телевизискиот маркетинг им привлекува најголемо внимание, според возрастната категорија 26 испитаници ѝ припаѓаат на старосната група од 26 до 35 години, а 7 испитаници ѝ припаѓаат на старосната група од 15 до 25 години.
-

Графикон 1. Број на испитаници од различни старосни групи на кои најголемо внимание им привлекува телевизискиот и електронскиот маркетинг

■ 26-35 години ■ 15-25 години ■ Други старосни групи



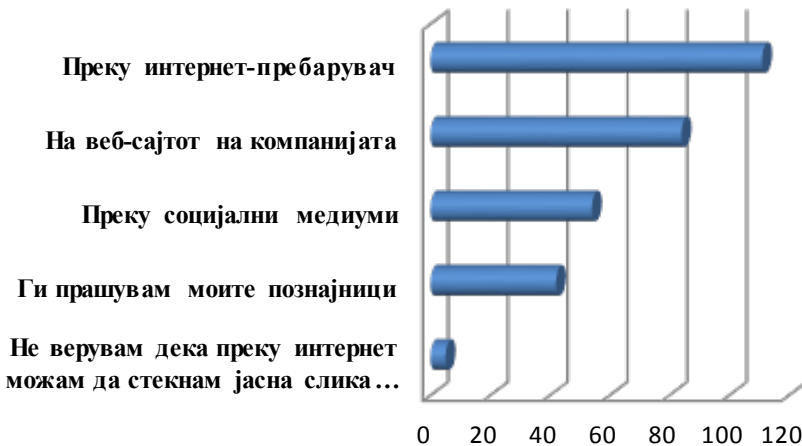
Извор: Сопствено истражување

Според Графикон 1, на 58% од испитаниците во старосната група од 26 до 35 години (47 испитаници), најголемо внимание им привлекува електронскиот маркетинг, а 32%, односно 26 испитаници најмногу ги забележуваат телевизиските маркетиншки активности. Овие податоци укажуваат на фактот дека електронскиот маркетинг е дефинитивно најзабележителен вид маркетинг кај двете најшироко опфатени возрастни

групи и привлекува најголемо внимание, но и дека сè уште телевизискиот маркетинг котира добро на рангот на видови маркетинг активности, заземајќи го сигурното второ место, без конкуренција.

На прашањето на кој начин испитаниците се стекнуваат со информации за некој производ или услуга, 111 лица, односно убедливи 81,02% одговориле дека пребаруваат податоци на интернет-пребарувачи, најчесто Гугл (Google), 84 од испитаниците, односно 61,31% пребаруваат информации на веб-сајтот на компанијата, 39,42%, односно 54 лица се стекнуваат со информации преку социјалните медиуми. Другите 30,66%, односно 42 лица ги прашуваат своите познајници, а само 5 испитаници, односно 3,65% сметаат дека преку интернет не можат да се стекнат со јасна слика за карактеристиките на производите или услугите.

Графикон 2. Начини на кои испитаниците се стекнуваат со информации



Извор: Сопствено истражување

Поради многуте начини кои им се достапни на современите потрошувачи за стекнување информации, при одговарањето на ова прашање испитаниците можеа да селектираат најмногу три одговори, од причина што сите се стремат кон максимално искористување на сите понудени можности.

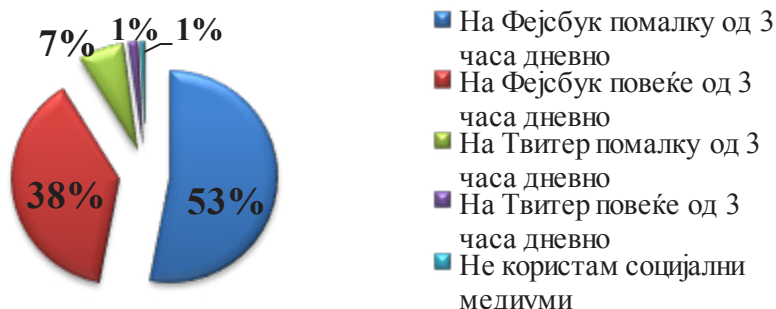
- Според добиените податоци, потрошувачите најмногу се стекнуваат со информации преку интернет-пребарувачите, факт кој треба да им посочи на компаниите колку е важен маркетингот преку пребарувачи, односно оптимизацијата преку пребарувачи и пронаоѓањето на клучни зборови

кои ќе ја донесат компанијата на првата страница на пребарувачот и методот плаќање по клик.

- Втор начин за стекнување со информации според податоците на анкетниот прашалник е разгледување на веб-сајтот на компанијата. Тоа е доволен показател за компаниите дека клиентите очекуваат веб-сајт богат со ажурирани податоци и детални информации, како за компанијата, така и за нејзините производи и услуги.
- Третиот начин за стекнување со информации се социјалните медиуми (најчесто Фејсбук). Овој податок говори за очекувањата кои современите потрошувачи ги имаат од фан-страниците на компаниите на социјалните медиуми.

Во однос на употребата на социјалните медиуми, несомнено и без конкуренција првото место е резервирано за Фејсбук. Според податоците од анкетниот прашалник, 79 од испитаниците се активни на Фејсбук помалку од три часа дневно, а 57 лица се активни на Фејсбук повеќе од три часа дневно. Употребата на Твитер кај анкетираниите лица е мала, а само еден од испитаниците не користи социјални медиуми.

Графикон 3. Активност на социјалните медиуми



Извор: Сопствено истражување

На прашањето дали ви привлекуваат внимание рекламните на социјалните медиуми, 76% од анкетираниите лица одговориле дека ги забележуваат, но кликаат на рекламните само ако тие го привлечат нивното внимание. Само 7 лица (5,19%) секогаш кликаат на рекламните на социјалните медиуми, а 26 лица, односно 19,26% одговориле дека рекламните на социјалните медиуми не го привлекуваат нивното внимание.

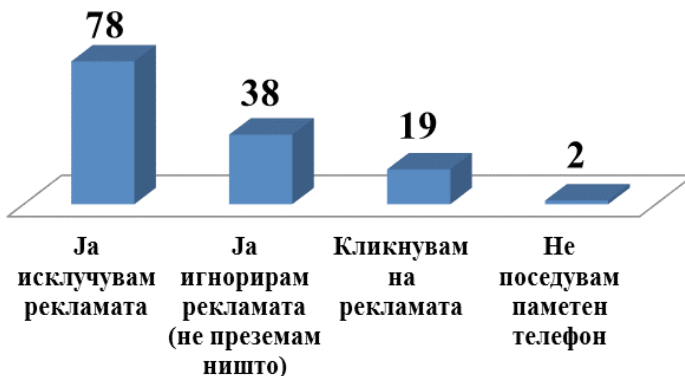
Податоците, добиени од ова анкетно прашање, ги доведува компаниите до поимот - момент на заинтересираност на потрошувачите. Во современиот свет, потрошувачите сè почесто се онлајн и како што е наведено погоре, нивната секојдневна активност на социјалните медиуми е голема. Притоа, тие се постојано под влијание на многу различни реклами кои методот на маркетинг преку социјални медиуми им ги овозможува на компаниите, а современите компании ги користат во сè поголема мера.

Моментот на заинтересираност е многу важен и клучен момент кон кој се стремат сите компании кои применуваат маркетинг преку социјалните медиуми, бидејќи како што укажуваат и податоците од анкетниот прашалник, 76% од испитаниците кликаат на рекламите само ако ги заинтересираат, а тоа е сосема разбирливо, бидејќи секој насочува значително поголемо внимание кон она што ќе го заинтересира.

За да го привлечат вниманието на потрошувачите, маркетинг секторите на компаниите треба да ја изразат својата креативност и иновативност, кои се многу ценети карактеристики и чија моќ е да креираат момент на заинтересираност кај потенцијалните клиенти и да ја издвојат компанијата и нејзините производи/услуги од лавината реклами и информации кои современиот потрошувач ги добива онлајн.

Односот на анкетираниите испитаници кон мобилниот маркетинг, односно кон рекламите што се прикажуваат при користењето интернет на паметните телефони според податоците добиени од анкетниот прашалник е игнорантен.

Графикон 4. Однос на анкетираниите испитаници кон рекламите на паметен телефон



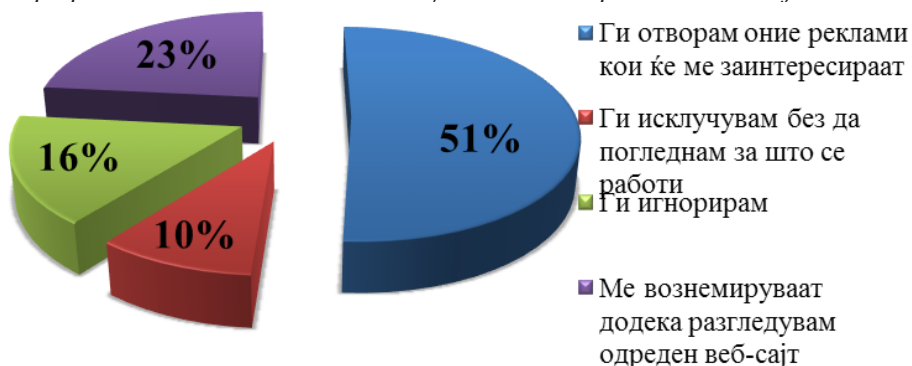
Извор: Сопствено истражување

Според резултатите од истражувањето и како што е прикажано во Графиконот 4, 57,35%, односно 78 од испитаниците кои биле изложени на реклами додека користеле интернет на својот паметен телефон, ја исклучуваат рекламата по нејзиното прикажување, а 38 од нив (27%) ја игнорираат рекламата. Актот на исклучување на рекламата асоцира на одбивност кон ваквиот вид маркетинг, а игнорирањето на рекламите укажува на фактот дека тие не побудуваат никаков интерес кај анкетираниите испитаници. Само 13,97% од испитаниците одговориле дека кликуваат на рекламата, односно дека ваквите реклами предизвикуваат интерес кај нив, а двајца од испитаниците одговориле дека не поседуваат паметен телефон.

Од горенаведените податоци може да се заклучи дека интересот за ваков вид маркетинг сè уште е многу мал кај потрошувачите. Голем е бројот на испитаници кои ги исклучуваат рекламите без воопшто да ја видат нивната содржина. Овој податок треба да им посочи на компаниите кои применуваат ваков вид маркетинг, дека за да го избегнат овој тренд и нивната реклама да биде забележана, треба да применат детално испланирана стратегија и тактики кои ќе бидат правилно насочени кон таргетираната група и ќе бидат испратени во вистинско време и во доволен број.

Во однос на банерите (рекламите) на веб-сајтовите, 70 од анкетираниите испитаници одговориле дека ги отвораат оние реклами кои ќе ги заинтересираат, што претставува 51% од вкупниот број на испитаници. Спротивно на тоа, 23%, односно 32 испитаника одговориле дека банерите ги вознемируваат додека разгледуваат некој веб-сајт. 22 испитаника ги игнорираат банерите, а 13 ги исклучуваат без да погледнат за што се работи.

Графикон 5. Однос на испитаниците кон банерите на веб-сајтовите



Извор: Сопствено истражување

Според податоците, прикажани на Графиконот, 5, 51% од анкетираниите испитаници одговориле дека ги отвораат оние банери кои ќе го привлечат нивното внимание. И тука, клучниот момент е привлекување на вниманието на интернет-корисниците. Банер рекламите треба да бидат скроени така што ќе го привлечат вниманието на потрошувачите. За да се постигне успех, посебно внимание треба да се посвети на интеграцијата на современата технологија во интерактивноста на банерите и комбинирањето на аудио и видеоефектите со креативноста и инвентивноста на маркетинг тимовите на компаниите. Исто така, треба да се внимава на големината, формата, бојата, позицијата и движењето на банерите низ веб-сајтот, доколку постои таква можност.

На прашањето која е реакцијата на испитаниците кон електронската пошта која ја добиваат како рекламен или информативен материјал, 69,12% од испитаниците, односно 94 испитаници, одговориле дека ја читаат електронската пошта само ако ги заинтересира насловот на пораката. Клучно поле на креирање интерес, како што и погоре е наведено, претставува самиот наслов на пораката, кој треба да му посочи на примачот дека содржината на пораката ќе му биде од корист и да го наведе да ја отвори и да ја прочита. Само 7 од испитаниците (5%) одговориле дека секогаш ги читаат пораките, а 35 (26%) секогаш ги бришат без да ги отвораат. Спротивно на тоа, 69% би ја прочитале пораката доколку нејзиниот наслов го привлече нивното внимание. Оттука произлегува тешката задача на маркетинг секторите на компаниите кои применуваат маркетинг преку електронска пошта како метод на електронскиот маркетинг во своето работење, да креираат заинтересираност кај потрошувачите само преку неколку збора во самиот наслов на пораката.

Односот на анкетираниите испитаници кон видео маркетингот, односно онлајн видеорекламите, според добиените податоци од спроведениот анкетен прашалник е многу карактеристичен. При одговарањето на ова прашање, испитаниците имаат можност да одберат еден, два или три одговори, поради поврзување на гледаноста на видеорекламите со нивното споделување на социјалните медиуми од една страна и испитување на колку лица видео маркетингот им привлекува повеќе внимание од кој било друг вид маркетинг, од друга страна.

- 46% од испитаниците, односно 62 лица, одговориле дека гледаат онлајн видеореклами и мислат дека се подобар начин на рекламирање

во современото општество. Од нив 20 лица се од старосната група 15 до 25 години, 39 испитаници се од групата 26 до 35 години, а 3 лица се од старосната група 36 до 45 години.

- Процентот на испитаниците кои не гледаат онлајн видеореклами, исто така, е 46%, односно во оваа група припаѓаат 63 лица. Од нив 24 испитаници спаѓаат во старосната група од 15 до 25 години, 34 испитаници се од возрасната група од 26 до 35 години, 3 лица од возрасната група од 36 до 45 години и двата испитаника над 46 години кои го пополниле анкетниот прашалник одговориле дека не гледаат онлајн видеосодржини.

Гледаноста на видеореклами, според бројот на испитаници од соодветните старосни групи, наидува на поделени мислења. Поради фактот што овој вид електронски маркетинг сè уште е нов и поретко практикуван од страна на компаниите во регионот, сè уште не е во целост прифатен од интернет-корисниците.

- Само 10 од испитаниците одговориле дека гледаат видеореклами и ги споделуваат на социјалните медиуми, што е значително мала бројка. За разлика од светскиот тренд на онлајн ширење видеосодржини, како одлика на современиот вирален маркетинг, според резултатите од анкетниот прашалник во Република Македонија овој тренд сè уште не е целосно прифатен.
- Исто така, според целосната слика од одговорите на ова прашање и фактот што видеорекламите само на 12 лица им привлекуваат повеќе внимание од кој било друг вид маркетинг, може да се донесе заклучок дека ваквиот вид маркетинг сè уште не наидува на вниманието што го заслужува.

Според податоците од анкетниот прашалник, во однос на употребата на електронскиот маркетинг во работењето на претпријатијата во Република Македонија, најголем број од испитаниците (69%) сметаат дека методите на електронскиот маркетинг во своето работење го применуваат големите и финансиски моќни претпријатија. Значително помал број од испитаниците (27%) сметаат дека малите и средни претпријатија применуваат методи на електронски маркетинг, додека само 4% сметаат дека претпријатија воопшто не применуваат електронски маркетинг.

Тоа што најголемиот процент од испитаниците сметаат дека

методите на електронскиот маркетинг се применети најмногу од големите и финансиски моќни претпријатија, укажува на фактот дека тие го гледаат електронскиот маркетинг како скапа инвестиција што не може секој да си ја дозволи. Овој резултат произлегува и од нивното искуство при секојдневното користење на интернетот, а укажува на тоа дека испитаниците најмногу ги забележуваат интернет маркетинг активностите од големите и финансиски моќните претпријатија, можеби поради нивниот интензитет и широката застапеност.

На прашањето кои методи на електронскиот маркетинг најмногу ги забележуваат, првото место според анкетираните испитаници го заслужува маркетингот преку социјални медиуми, на второ место по забележливост се банерите на веб-сајтовите, а на трето место, рекламите на интернет-пребарувачите.

Поради фактот што испитаниците се под секојдневно влијание на сите методи на електронскиот маркетинг, целта на ова прашање е всушност да се дознае кои методи се најзабележливи за интернет-корисниците и истовремено оставаат најголем впечаток врз нив.

Графикон 6. Ниво на забележливост на методите на електронскиот маркетинг



Извор: Сопствено истражување

Соодветно со одговорите од претходните прашања, 35% од испитаниците ги забележуваат активностите на компаниите на социјалните медиуми, 25% ги забележуваат банерите на веб-сајтовите, а 17% рекламите

на интернет-пребарувачите. Маркетингот преку електронска пошта, онлајн видеорекламите и рекламите на паметните телефони се со значително понизок процент на забележителност кај интернет-корисниците. Овие податоци покажуваат на кои методи компаниите треба да се фокусираат во претстојниот период, за да бидат забележани од страна на потрошувачите.

Во однос на ставот за купување преку интернет, 53 од анкетираниите испитаници сметаат дека е безбедно да се купува преку интернет, а само 14 сметаат дека не е безбедно да се купува преку интернет. Овој податок укажува на пораст на трендот на креирање доверба во онлајн купувањето кај потрошувачите, што подолго време претставува хендикеп за компаниите што сакаат да работат на овој начин. Стравот од крадење лични податоци и парични средства, кој во значителна мера влијае врз создавањето недоверба кон електронската трговија и електронскиот бизнис воопшто, веќе се изоставува, со што потрошувачите сè повеќе навлегуваат во современиот начин на живот и ги користат предностите кои тој им ги овозможува.

Очекувањата кои современите потрошувачи ги имаат од современите компании се најдобар одраз на нивните потреби. Една успешна современа компанија треба да се стреми кон остварување на очекувањата на своите постојани и потенцијални клиенти, за да постигне успех на секое поле.

Графикон 7. Очекувања од современите компании



Извор: Сопствено истражување

Според податоците, добиени од анкетниот прашалник, најголеми очекувања се темелат врз веб-сајтот на компанијата кој треба да биде богат со релевантни и ажурирани информации за компанијата и нејзините производи или услуги. Активноста на социјалните медиуми и споделувањето на понудите на компанијата на фан-страницата или група администрирана од компанијата, е исто така од големо значење за клиентите, бидејќи социјалните медиуми (особено Фејсбук), стануваат релевантен информативен медиум во современото општество. Со оглед на намалувањето на стравот на потрошувачите, а и на компаниите од електронските трансакции, електронската трговија и електронскиот бизнис воопшто, се зголемуваат очекувањата за лансирање електронска продавница, од каде клиентите ќе можат да ги порачаат производите на компанијата онлајн, да ги платат исто така онлајн со платежна картичка и да го добијат производот по пошта, со што ќе заштедат дел од своето слободно време.

Во однос на оценувањето на активностите на компаниите, поврзани со методите на електронскиот маркетинг, за многу важни активности се сметаат имањето електронска продавница според мислењето на 64 од испитаниците и активноста на компаниите на социјалните медиуми, според мислењето на 63 од испитаниците.

Поголемиот број од анкетираниите испитаници (80 лица), сметаат дека двете **важни активности** за претпријатијата се онлајн достапни видеореклами и поставувањето банери на други веб-сајтови. Листањето на производот/компанијата на првата страница на интернет-пребарувачите, за важна активност ја сметаат 69 испитаници, а активностите на социјалните медиуми, за важна активност ја сметаат 64 испитаници. Електронската пошта за важна активност ја сметаат 59 испитаници, а имањето електронска продавница, 58 испитаници. Сите методи на електронскиот маркетинг, прикажани на испитаниците како активности кои ги спроведуваат современите компании, најголем дел од испитаниците ги сметаат за важни активности за развојот и опстанокот на компанијата во современото општество.

Графикон 8. Оценување на активностите на компаниите, поврзани со методите на електронскиот маркетинг



Извор: Сопствено истражување

Заклучок

Компаниите во Република Македонија чекор по чекор навлегуваат во интернет-ерата и почнуваат да се вклопуваат во дигиталниот свет. Во Република Македонија, електронскиот маркетинг сè уште претставува нов тренд за компаниите и сè уште го нема постигнато задоволителното ниво на искористеност кое би можело да донесе високи позитивни резултати. Тенденцијата на компаниите кон воведување методи на електронски маркетинг во своето работење е забележителна, а со тоа доаѓа до израз и нивната желба да се вклопат во дигиталниот свет и да ги искористат предностите кои им ги нуди електронскиот начин на работење.

Многу често компаниите несоодветно го користат електронскиот маркетинг со тоа што истите реклами кои ги емитуваат преку други медиуми, ги прикажуваат и преку интернет. На овој начин доаѓа до израз недоволната информираност на компаниите за интернет маркетингот од една страна и потребата за организирање предавања, конференции и семинари

со едукативен карактер од друга страна, кои ќе ги насочат компаниите во Република Македонија на вистинскиот пат кон успехот и кон правилното искористување на благодетите кои им ги овозможува дигиталната ера.

Влијанието на електронскиот маркетинг врз однесувањето на потрошувачите несомнено е од големо значење. Поради тој факт, компаниите треба сериозно да пристапат кон воведување на електронскиот маркетинг во својата маркетинг стратегија и кон оптимална комбинација на неговите методи, за да постигнат поголема свесност за брендот, да креираат интерес кај потрошувачите за нивните производи и услуги и да се вклопат во современото дигитално општество.

Користена литература:

1. Ellis-Chadwick, F. and Doherty, N.F. (2012), "Web advertising: the role of email marketing", *Journal of Business Research*, Vol.65, No.6, pp. 843–848.
2. Harden, L. and Herman, B. (2009), *Digital engagement*, AMACOM, New York.
3. Kiang, M.Y., Chi, R.T. (2001), "A framework for analyzing the potential benefits of internet marketing", *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol.2, No.4, pp.158-160.
4. Simmons, G. (2008), "Marketing to postmodern consumers: introducing the internet chameleon", *European Journal of Marketing*, Vol.42, No.3/4, pp.299-306.

MACEDONIAN CONSUMERS' PERCEPTION OF ELECTRONIC MARKETING

Lidija Pulevska-Ivanovska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics-Skopje, R.Macedonia

lidijap@eccf.ukim.edu.mk

Elena Karadakoska, MsC

ena_karo@yahoo.com

Abstract

Electronic marketing means using digital technologies that - in a complementary relationship with traditional marketing methods - will create interest among consumers that will lead to a decision of buying the product or service offered. E-marketing has to be creative, constantly changing and interesting in order to keep the attention of the consumers, who nowadays have large amount of information at their disposal. In order to identify the level of awareness of e-marketing among the population of the Republic of Macedonia, a research was conducted on a sample of 137 respondents.

Key words: *electronic marketing, consumer, Internet age, Republic of Macedonia.*

УДК: 658.8: 621.395.721.5]: 303.62 (497.7)

СОВРЕМЕНИ МЕДИУМИ И НИВНО ВЛИЈАНИЕ ВО ПРОЦЕСОТ НА ГРАДЕЊЕ НА БРЕНД

проф. д-р Снежана Ристевска-Јовановска
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
snezanarj@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Мобилниот маркетинг е неизоставен дел на денешниот маркетинг комуникациски микс на брендovите, на уметноста во создавање на успешна мобилна маркетинг кампања. Мобилниот маркетинг е во подем и брзо се развива, првенствено поради трендовите кои се менуваат со молскавична брзина. Брендот и брендирањето, како значајни менаџерски приоритети, се однесуваат на дефинирање јасен идентитет, имплементирање на соодветна маркетинг-програма, позиционирање на пазарот, како и одржување и зголемување на неговата вредност. Врската која брендovите ја имаат со луѓето во основа се измени со процесот на дигитализација на медиумите. Во таа насока и мобилниот маркетинг пред сè поради неговите уникатни карактеристики (висока стапка на одговор, достапноста во секое време и насекаде и релативно ниската цена и сл.), влијае врз маркетерите да го користат мобилниот телефон во маркетинг комуникацискиот процес. Во таа насока, за спроведување на успешна маркетинг кампања од особено значење е прифаќањето на мобилниот уред од страна на потрошувачите како нов начин на размислување. За маркетерите да успеат да го зголемат ангажирањето на корисниците, да додадат вредност и на крајот да го зголемат својот повраток од инвестицијата во маркетингот, од суштинско значење е тие да ги разберат ставовите и намерите на корисниците кон мобилниот маркетинг.

Клучни зборови: *современи медиуми, м-маркетинг, смс маркетинг, ммс рекламирање*

Вовед

Современите медиуми ја нудат можноста за неограничена и постојана интеракција преку која корисниците можат да креираат, споделуваат и разменуваат содржина, а гледано од аспект на брендovите, тие се појдовна точка за една нова ера во личната интеракција и придонесуваат за транспарентноста на компаниите (Mangold and Faulds, 2009). Современите медиуми се јавуваат во најразлични форми (Buzzle, 2012): интернет, поткасти, е-книги, блогови, интернет ТВ, е-пошта, мобилни телефони и сл. Во процесот на брендирање се користат различни видови на м-маркетинг комуникациски алатки, но сепак во понатамошниот текст ќе биде анализирана примената на (Unique Content Solution, 2013): СМС маркетингот и ММС рекламирањето и Пуш известувањата (Push Notifications)

1. СМС маркетинг - СМС маркетингот претставува праќање на кратки пораки на мобилните телефони на потенцијалните клиенти. СМС пораките се лесни за разбирање и достапни скоро за секого кој поседува мобилен телефон. Токму поради тоа и се јавуваат во улога на ултимативен канал за воведување на потрошувачите во мобилната програма на брендот. Содржината на пораките може да се однесува на определена понуда, промотивен код, определени вести, линк за определена веб-страница и сл.. Ефективноста на СМС маркетингот е условена од постоењето на мобилна веб-страница на која клиентите веднаш од својот мобилен уред можат да пристапат (Pitney Bowes, 2014).

СМС пораките им нудат на маркетерите канал не само да започнат разговор со клиентите, туку и да добијат дополнителни информации за нивните ставови и мислења. Текстуалната комуникација може да се подели на три мобилни нивоа: информативна, промотивна и управување со односите со потрошувачите. Сите три нивоа имаат значајна улога за понатамошното продолжување на разговорот со клиентот (The next web, 2013).

Според истражувањето на ComScore и eMarketer сè уште најголем број од испитаниците, дури 78%, својот паметен телефон го користат за испраќање текстуални пораки, 54% го користат за симнување на апликации, 53% користеле пребарувач, 39% пристапиле кон социјална мрежа или блог, 33% играле игра и 28% слушале музика. (The next web, 2013). Според истражувањето, спроведено од страна на SlickText, во Велика Британија речиси 99% од испитаниците ги читаат текстуалните СМС пораки на својот

телефон во првите 5 минути откако ќе ги добијат, со средно време на одговор од 90 секунди (SlickText, 2013).

Во Република Македонија во однос на СМС маркетингот Т-Мобиле Македонија ја нуди услугата Инстант Инфо која на заинтересираните клиенти им овозможува да испраќаат рекламни пораки за специјалните понуди и поволности до корисниците кои дале согласност да добиваат ваков вид известувања (Т-Мобиле, 2013). Корисниците на Т-Mobile кои се регистрирани за добивање Инстант инфо рекламни пораки (преку СМС, ММС, е-пошта и повик) ги одредуваат и своите интереси за кои би сакале да бидат информирани, како на пример: спорт, мода, автомобили, храна, ноќен живот итн. За разлика од Т-мобиле, Mobigo како компанија за SMS маркетинг во Република Македонија нуди малку поинаква услуга. Имено, додека во Т-мобиле корисниците избираат категорија на интерес, во Мобиго се избираат брендови за кои потрошувачите сакаат да добиваат известувања. За оваа услуга корисниците се претплатуваат за секој бренд одделно, преку испраќање на СМС порака за регистрација (која чини 5 ден + 18 % ДДВ еднократно). Со испраќање на СМС порака се добиваат редовни попусти и промоции од избраниот бренд. Во Т-мобиле оваа услуга е комплетно бесплатна.

2. ММС рекламирање - Мултимедијалните пораки – ММС (Multimedia Messaging Service- MMS) се испорачуваат на речиси ист начин како и текст пораките, но тие можат да вклучуваат и мултимедијални објекти (слики, аудио, видео и сл.). ММС пораките честопати се во форма на слајдови, што значи дека мултимедијалните цели се поделени во секвенци и се емитуваат според сценариото и тајмингот на објавувачот. ММС маркетингот е интерактивна форма на рекламирање, каде креативноста игра многу важна улога, бидејќи маркетерите на овој начин можат да испраќаат покреативни и персонализирани пораки (Becker and Arnold, 2010, стр. 25), притоа:

- ✓ Раскажувајќи приказна со интересни слики, звук и видео за да ги израдуваат, забавуваат, информираат и ангажираат потенцијалните клиенти.
- ✓ Интегрирајќи линкови кон мобилните веб-страници во пораките до услуги за интерактивни говорни секретарки (IVR call services), апликации со продажни места и друго, за гледачите да можат да добијат повеќе информации.
- ✓ Нудејќи привлечни купони со слики, звук и видео.

3. Пуш известувања (Push Notifications) - Пуш нотификациите им овозможуваат на компаниите да праќаат лично прилагодени и временски распоредени пораки на голем број клиенти или помала целна група, во зависност од пораката која што саќаат да ја пренесат. Притоа клиентите можат да се категоризираат според нивната локација, уредот којшто го користат или нивото на нивната ангажираност. Во поглед на маркетингот, пуш нотификациите се добра алатка за креирање на свесност за брендот и контакт со клиентите. (Unique Content Solution, 2013). Пуш нотификацијата е функција која ѝ овозможува на една апликација да ги извести корисниците на мобилни телефони за нови пораки или настани без потреба за отворање на самата апликација. Дојдовната порака може да се прими дури и за апликации кои во моментот не се отворени. Во тој поглед пуш нотификациите се слични со текстуалните пораки кои се појавуваат на екранот на телефонот (Warply, 2013). Овој метод првично е презентираан на Ајфон (iPhone) во 2007 година, а подоцна и на повеќе телефони на Андроид платформата. Најнефективната страна на овој вид мобилно рекламирање е што е поевтино од другите техники за мобилно рекламирање и што не предизвикува прекин на постојните активни апликации на телефонот на корисникот.

Методологија на истражување

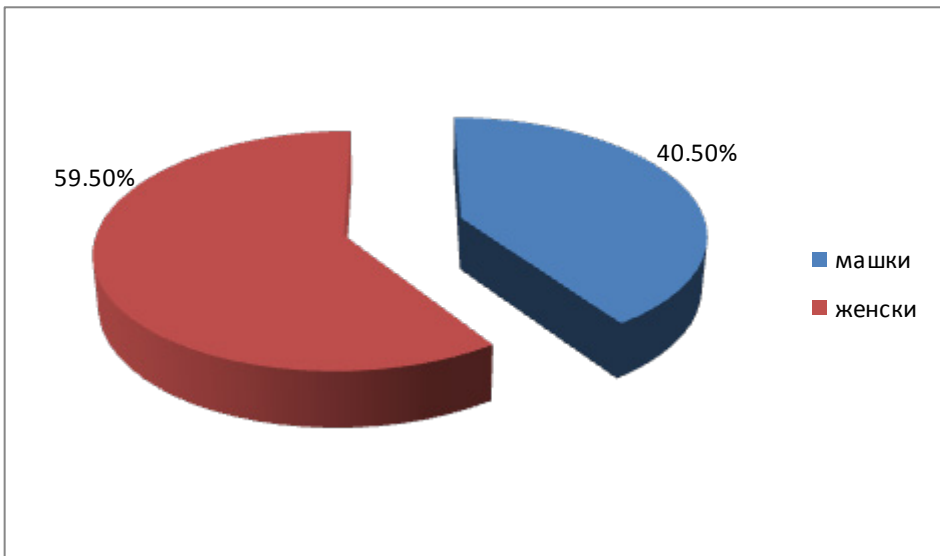
За изработка на трудот се користени, главно, извори на секундарни податоци – најсовремена литература од областа на маркетингот, домашна литература која се однесува на различните аспекти за објаснување на однесувањето на потрошувачите и маркетингот, различни странски и домашни специјализирани списанија, извештаи, билтени и публикации на владини и невладини организации, податоци, добиени со пребарувачките алатки на интернетот (актуелни светски новости и сознанија). За целите на овој труд беше спроведено квантитативно, дескриптивно истражување. Целта на ова истражување е преку анализа на навиките за користење на мобилните уреди да се утврдат ставовите на корисниците на паметни телефони за мобилниот маркетинг во Република Македонија. Истражувањето е реализирано со помош на on line прашалник, изработен и дистрибуиран само на оние корисници кои користат паметни телефони во периодот јануари – мај 2015 година. Со истражувањето беа опфатени 385 испитаници. Истражувањето

беше спроведено со методот на испитување со структуриран немаскиран прашалник. Прашалникот е составен од петнаесет прашања и најголем дел од прашањата се структурирани од затворен тип. Во почетниот дел од анкетата фокусот беше насочен кон основните демографски податоци (пол и возраст). Наредните прашања се однесуваа на активностите за кои најчесто испитаниците го користат паметниот телефон, како и преференциите за активностите за кои корисниците најчесто ги користат паметните телефони. Во натамошното објаснување ќе биде направен подетален осврт врз дел од прашањата.

Анализа на резултатите од спроведеното истражување

Според анализата, во истражувањето беа вклучени 385 испитаници, а од понатамошна обработка се исклучени прашалниците од 43 испитаници поради нерелевантноста на одговорите. Од другите 342 испитаници 40.5% се машки и 59,5% се женски.

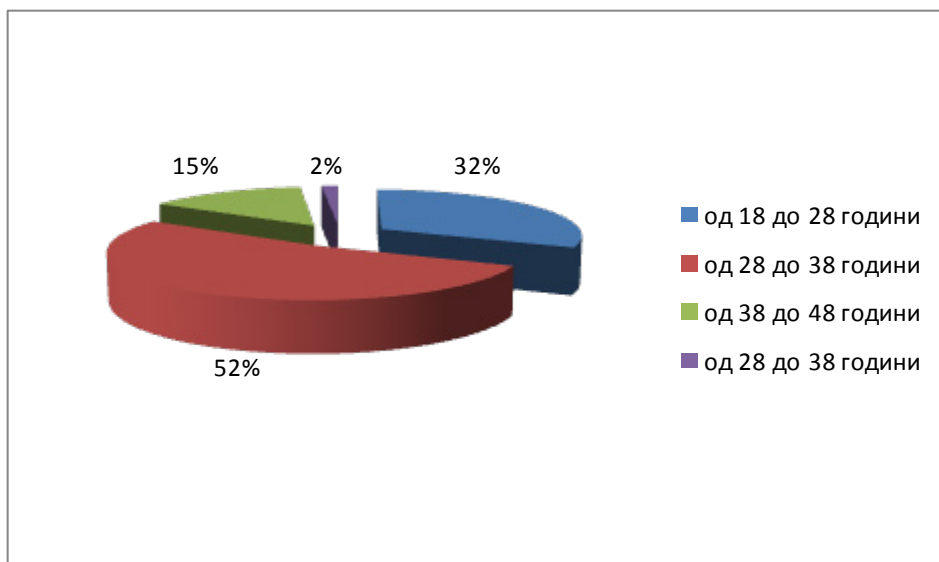
Графикон 1. Полова структура на испитаниците



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Најголем дел од испитаниците во ова истражување се на возраст од 28 до 38 години, 52,4%. Возрасната категорија на испитаниците од 18 до 28 години ја претставуваат 31,6%, возрасната категорија на испитаниците од 38 до 48 години ја претставуваат 14,5% и сосема мал незначителен дел од испитаниците 1,5% ја претставуваат возрасната група од над 48 години.

Графикон 1. Возрасни групи на испитаниците



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Според резултатите од истражувањето, испитаниците своите паметни телефони најчесто ги користат за остварување повици 51%, потоа за проверка на социјалните мрежи 42%, на трето место е рангирано пребарувањето на интернет со 4,1 % и на четврто место се рангираат другите активности кај 2,9% од испитаниците (на пр., за фотографирање, слушање музика, симнување на мобилни апликации, читање вести и сл.).

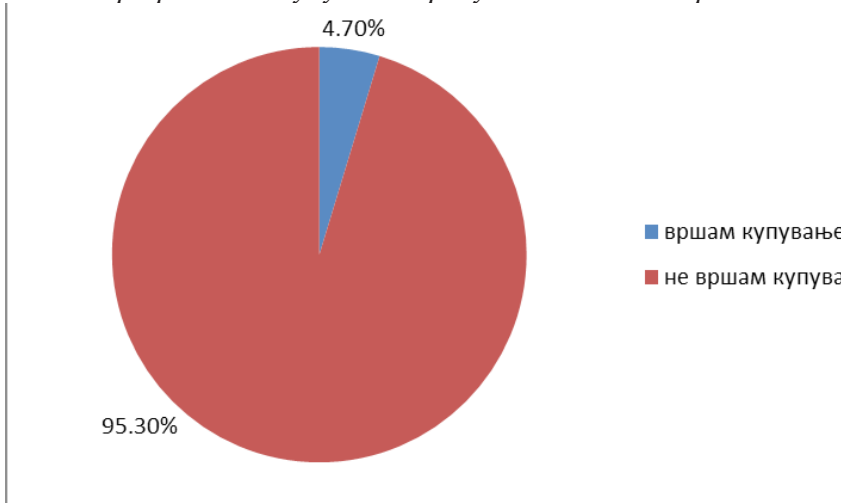
Графикон 2. Активности за кои најчесто испитаниците го користат паметниот телефон



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Резултатите од истражувањето покажуваат дека многу мал дел од испитаниците своите паметни телефони ги користат за купување 4,7% (најчесто купуваат карти за патувања, спортска опрема, резервации во хотели и сл.), наспроти голем процентот 95,3% од испитаниците кои не вршат купување преку своите паметни телефони, што најчесто купуваат, испитаниците одговориле дека вршат купување преку своите паметни телефони.

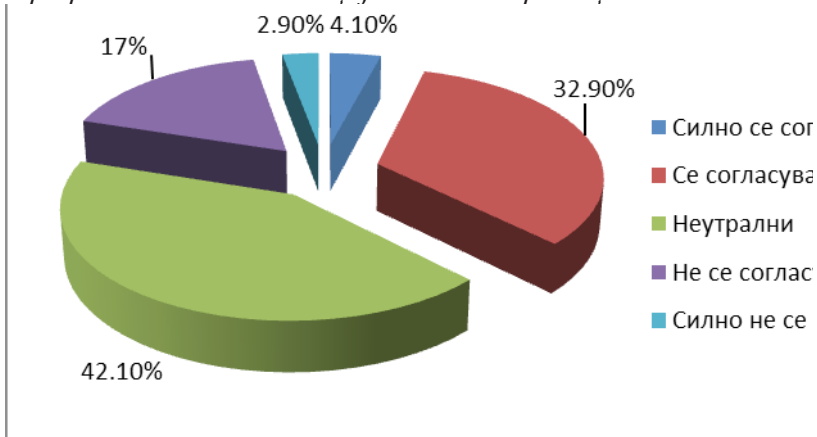
Графикон 4. Купување преку паметен телефон



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Според резултатите од истражувањето, најголем дел од испитаниците 42,1% се неутрални во однос на тоа дека веб-страниците кои ги посетуваат се оптимизирани за мобилни уреди. Сепак, голем дел од нив 32,9% се согласуваат со ова тврдење, додека процентот на оние кои не се согласуваат со ова тврдење изнесува 17,0%. Мал е процентот на оние кои силно се согласуваат 4,1% и силно не се согласуваат 2,9% од испитаниците.

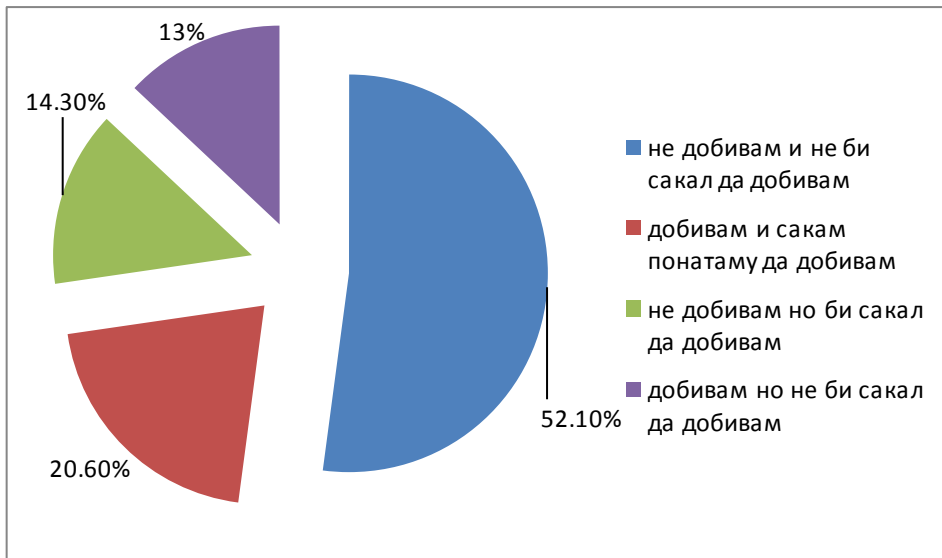
Графикон 8. Оптимизација на веб страниците за мобилни уреди



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Најголем дел од испитаниците, вклучени во истражувањето, не добиваат и не би сакале да добиваат Push нотификации за своите омилен брендови 52.1%. Од другите испитаници 20,6% добиваат и сакаат и понатаму да добиваат push нотификации; 14,3% од испитаниците не добиваат вакви пораки, но би сакале понатаму да добиваат и 13% добиваат push нотификации за брендвите, но не сакаат повеќе да добиваат.

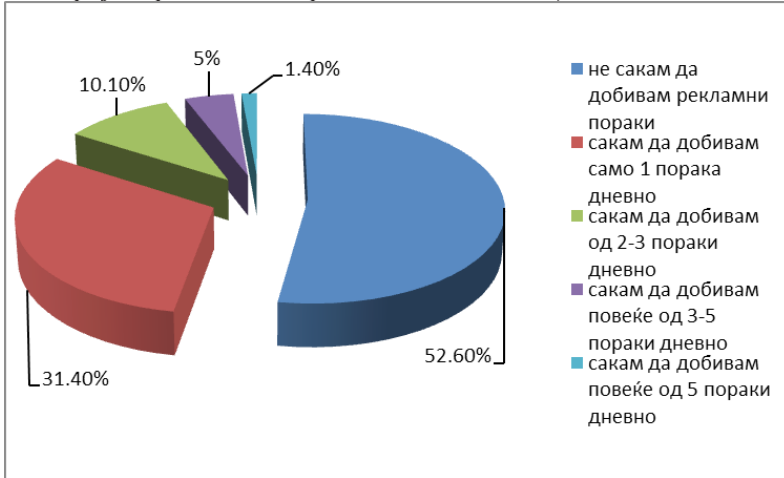
Графикон 8. Push нотификации за брендови



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Истражувањето покажа дека најголем дел од испитаниците 52,6% не сакаат да добиваат рекламни пораки на своите памтени телефони. Голем дел од испитаниците 31,4% сакаат да добиваат само 1 порака на ден, 2-3 пораки дневно сакаат да добиваат 10,1% од испитаниците, да добиваат 3-5 пораки на ден сакаат 5% и повеќе од 5 пораки дневно сакаат да добиваат само 1,4% од испитаниците.

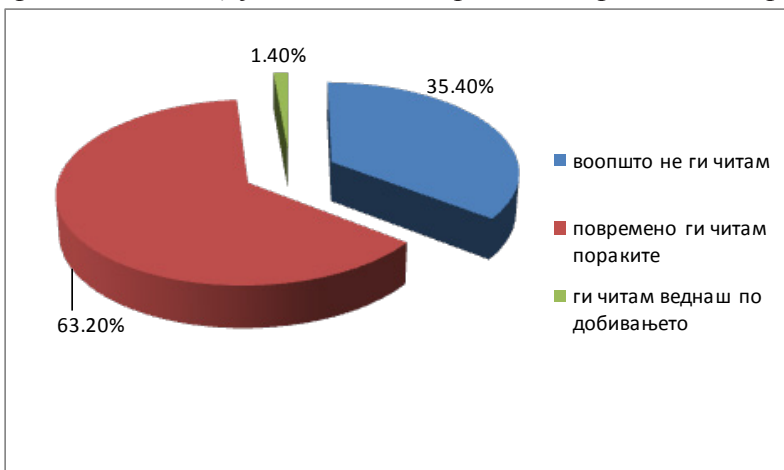
Графикон 10. Број на рекламни пораки кои испитаниците сакаат да ги добиваат



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Според резултатите од истражувањето за реакциите во однос на рекламните пораки кои ги добиваат, најголем дел од испитаниците 63,2% повремено ги читаат рекламните пораки кои им се испратени на нивните паметни телефони, 35,4% воопшто не ги читаат овие пораки, а само 1,4% од испитаниците пораките ги читаат веднаш по добивањето.

Графикон 11. Реакција во однос на примените рекламни пораки



Извор: Сопствено истражување, јануари – мај 2014 година

Мобилниот маркетинг нуди широки можности и начини за таргетирање на потрошувачите, особено кога зборуваме за таргетираното огласување, бидејќи во Република Македонија веќе постојат компании кои ја обезбедуваат оваа услуга. Ова е уште една причина повеќе за македонските компании кои сè уште не ги оптимизирале веб-страниците за мобилни уреди, тоа да го направат во 2015 година. Скептичноста на компаниите за овој иновативен пристап мора да биде надмината преку едукација и информирање за придобивките од ваквиот вид на огласување.

Заклучок

Имајќи ги предвид резултатите од истражувањето во овој труд, можат да се извлечат следниве заклучоци:

- Испитаниците своите паметни телефони најчесто ги користат за остварување повици, потоа за проверка на социјалните мрежи и на трето место е рангирано пребарувањето на интернет. Многу мал дел од испитаниците своите паметни телефони ги користат за купување, а многу поголем е процентот (95,3%) на оние кои не вршат купување преку своите паметни телефони.
- Според резултатите од истражувањето, најголем дел од испитаниците 42,1% се неутрални во однос на тоа дека веб-страниците кои ги посетуваат се оптимизирани за мобилни уреди. Сепак, голем дел од нив 32,9% се согласуваат со ова тврдење, додека процентот на оние кои не се согласуваат со ова тврдење изнесува 17,0%. Мал е процентот на оние кои силно се согласуваат (4,1%) и силно не се согласуваат (2,9%) со тврдењето дека веб-страниците се оптимизирани за мобилни уреди.
- Најголемиот дел од испитаниците, вклучени во истражувањето, не сакаат да добиваат Push нотификации за своите омилени брендови 52,1%. Од другите испитаници 20,6% добиваат и сакаат и понатаму да добиваат push нотификации; 14,3% од испитаниците не добиваат вакви пораки, но би сакале понатаму да добиваат и 13% добиваат push нотификации за брендовите, но не сакаат повеќе да добиваат.
- Најголемиот дел од испитаниците 52,6% не сакаат да добиваат

рекламни пораки на своите паметни телефони. Голем дел од испитаниците 31,4% не сакаат да добиваат повеќе од една порака на ден, додека две пораки на ден сакаат да добиваат 10,1% од испитаниците. Процентот на оние кои сакаат да добиваат три пораки на ден е 4,5% и над четири пораки на ден е многу мал 1,4%.

- Најголемиот дел од испитаниците (61,2%) повремено ги читаат рекламните пораки кои им се испратени на нивните паметни телефони. Голем дел од испитаниците (25,4%) целосно ги игнорираат овие пораки, додека 10,1% од испитаниците ги читаат рекламните пораки кога имаат време. Многу мал процент 2,1% од испитаници ги читаат рекламните пораки кога ќе се акумулираат повеќе и само 1,2% од испитаниците пораките ги читаат веднаш.

Користена литература:

1. Becker M., Arnold J., (2010), *Mobile Marketing for Dummies*, Wiley Publishing Inc., Indianapolis, Indiana
2. Buzzle, (2012), Different Types of Mass Media, <http://www.buzzle.com/articles/different-types-of-mass-media.html>, Посетено во декември 2014
3. Elaine Fogel, (2013), 7 Ways to Run an UNSUCCESSFUL Mobile Email Campaign, <http://elainefogel.net/2013/12/19/7-ways-to-run-an-unsuccessful-mobile-email-campaign/>, Посетено во декември, 2014
4. Element Networks,(2013), Mobile Apps: Its Impact and Benefits on Businesses, <http://element-networks.com/mobile-apps-its-impact-and-benefits-on-businesses/> Посетено во јануари, 2015
5. Entrepreneur, (2013), The Key Ingredients to a Winning Mobile Content-Marketing Strategy, <http://www.entrepreneur.com/article/228601#comments>, Посетено на 2 декември 2013
6. Emgonline, (2013), Is your CRM on Brand, <http://emgonline.com/blog/2013/04/is-your-crm-on-brand/>, посетено во јануари 2015
7. Mobilni Marketing, (2011), Mobilni web sajt ili mobilna aplikacija?, <http://mobilnimarketing.me/mobilne-aplikacije/mobilni-web-sajt-ili-mobilna-aplikacija/>, Посетено во декември 2014
8. Mobilni Marketing, (2013), SEO iskustva sa mobilnim verzijama sajtova, <http://mobilnimarketing.me/mobilni-seo/seo-iskustva-sa-mobilnim-verzijama-sajtova/>, Посетено во јануари, 2015

9. Mobilni Marketing, (2011), Mobilni web sajt ili mobilna aplikacija?, <http://mobilnimarketing.me/mobilne-aplikacije/mobilni-web-sajt-ili-mobilna-aplikacija/>, Посетено во декември 2014
10. Mobilni Marketing, (2013), SEO iskustva sa mobilnim verzijama sajtova, <http://mobilnimarketing.me/mobilni-seo/seo-iskustva-sa-mobilnim-verzijama-sajtova/>, Посетено во јануари 2015
11. Mangold, W. G. and Faulds, D. J. (2009), *Social Media: The New "Hybrid" Element of the Promotion Mix*, Business Horizons, Kelley School of Business, Indiana University
12. Pitney Bowes, (2014), Types of Mobile Marketing, <http://www.pb.com/smb/solutions/mobile-marketing/types>, Посетено на: 04 јануари 2015
13. SlickText, (2013). The power of SMS Marketing, <http://www.slicktext.com/blog/2013/04/the-power-of-sms-marketing-infographic/>Посетено во јануари, 2015
14. The next web, 2013, Why old-school SMS is still a powerful mobile marketing tool <http://thenextweb.com/mobile/2013/11/01/sms-making-comeback-conduit-connecting-mobile-consumers-technically-never-left/#!rlZ8x>, Посетено во декември 2014
15. Unique Content Solution, (2013), Kinds Of Mobile Marketing Methods That You Can Use To Market Your Online Company, <http://www.uniquecontentsolution.com/kinds-mobile-marketing-methods-can-use-market-online-company/>, Посетено во јануари 2015
16. Warply, 2013, Push notifications, <http://www.warp.ly/mobile-marketing/push-notifications>, Посетено на 25 декември 2014

CONTEMPORARY MEDIA AND THEIR IMPACT IN THE PROCESS OF BUILDING A BRAND

Snezana Ristevska-Jovanovska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
snezanarj@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Mobile marketing is an integral part of today's marketing communication mix of brands and the art of creating a successful mobile marketing campaign. Mobile marketing is booming and rapidly evolving, primarily because of the trends that are changing at lightning speed. Branding and brand management, as important management priorities, refer to defining a clear identity, implementing an appropriate marketing program, market positioning, as well as maintaining and increasing its value. The relationship that brands have with people was fundamentally changed with the process of media digitization. In this sense, mobile marketing - primarily due to its unique characteristics (high response rate, availability anytime and anywhere, and relatively low cost, etc.)- leads to marketers using mobile phones in the marketing communication process. Thus, what is critical for conducting a successful marketing campaign is the acceptance of the mobile device by consumers as a new way of thinking. For marketers to successfully increase the engagement of users, to add value and ultimately increase their return on investment in marketing, it is essential that they understand the users' attitudes to and intentions regarding mobile marketing.

Key words: *modern media, m-marketing, sms marketing, MMS advertising*

ДЕМОГРАФСКИТЕ И ЕКОНОМСКИТЕ ИМПЛИКАЦИИ ОД СТАРЕЕЊЕТО НА НАСЕЛЕНИЕТО ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА

проф. д-р Славе Ристески

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
slave@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Процесот на демографската транзиција мошне брзо, спонтано и нечујно го менуваше моделот на репродукцијата на населението во Република Македонија. Тоа значеше премин од модел кој се карактеризираше со високи стапки на наталитетот, морталитетот и природен прираст, на модел на репродукција на кого денес му се иманентни ниски стапки на наталитетот и стапки на морталитет кои се доближуваат до стапките на наталитет. Како резултанта на таквиот сооднос е ниската стапка на природниот прираст која конвергира кон нулти прираст. Во исто време, стапката на тотален фертилитет (STF) во 2012 година изнесувала 1,51, што значи дека жената во фертилниот период (15-49 години) во просек не раѓа ниту 2 деца. Со други зборови, во земјата, во целина, не се обезбедува проста репродукција на населението.

Со влијанието на демографската инерција (демографски моментум) сè повеќе се зголемуваше учеството на старото население во споредба со младото население.

Популацијата на Р. Македонија ја зафати интензивен процес на стареење. Поради наведеното, во трудот ќе ги експлицираме демографските и економските импликации од стареењето на населението во Република Македонија.

Клучни зборови: *наталитет, фертилитет, морталитет, популациско стареење, популациона политика*

1. Демографски импликации од старењето на населението

Процесот на стареење влијае на сите компоненти на вкупното и структурното движење на населението, а посебно на стапката на пораст на населението, на висината на стапката на фертилитетот (наталитетот), на нивото на морталитет, на миграциското движење, итн.

Од 1980 година стапката на наталитетот се спушти под 20‰ и нашата земја се вброи во нисконаталитетните земји во Европа. Во последните три децении таа има континуиран опаѓачки тренд и го достигна нивото од 11‰. Во исто време, опаѓачки тренд забележа и стапката на морталитет, сè до почетокот на деведесеттите години. Од 1994 година стапката на морталитет се карактеризира со континуиран растечки тренд, за во последниве години (2012-2014 година) таа да конвергира кон 10‰.

Перманентното намалување на стапките на наталитетот (фертилниот) се рефлектираше на промените на учеството на поодделните старосни групи (кохорти) во вкупното население (Т-1). Така, се намали учеството на старосната група од 0-19 години во вкупното население од 33,24% во 1994 година на 23,72% во 2013 година или намалување речиси за 24%. Во исто време, зголемено е учеството на старосната група од 60 и повеќе години од 13,04% на 17,85% или зголемување од 45%¹. Интензивниот процес на стареење на популацијата на нашата земја го потврдуваат демографските индикатори, кои имаат континуиран пораст, како што се просечната старост на населението во критичниот момент на пописот (М) коефициентот на старост (Ks) и индексот на стареење (Is).

Табела 1. Број и структура на населението во Република Македонија според големи старосни групи 1994-2013 година.

Старосни групи	Број на население			Структура во%		
	1994	2002	2013*	1994	2002	2013
Вкупно	1945932	2022547	2064032	100,00	100,00	100,00
0-19	646775	591702	489314	33,24	29,26	23,72
20-39	599240	613524	636226	30,79	30,34	30,82

¹ Авторот на овој труд скоро три децении ги истражува промените во природното и механичкото движење, промените во структурите на населението итн. и во врска со тоа има напишано голем број на трудови и книги.

40-59	442988	512584	569782	22,76	25,34	27,61
60 и повеќе	253626	303534	368336	13,04	15,00	17,85
Непознато	3303	1203	374	0,17	0,06	0,00

Извор: ДЗС: Попис на населението, 1994, книга 1, Соопштение 2.1.3.30/2003 и Статистички преглед: Население и социјални статистики 2.4.14.10/788, Скопје, јули 2014 година (Групирањето според големи старосни групи и пресметката се на авторот).

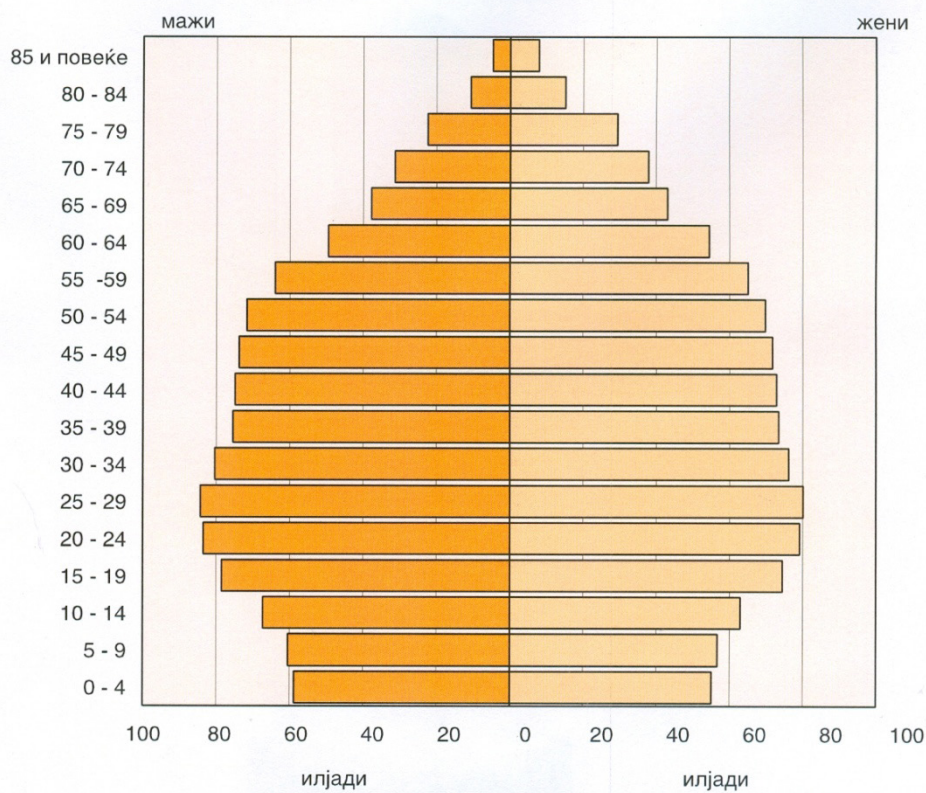
*Проценто население на 30.06.2013 година

Просечната старост на населението во 2002 година изнесувала 34,7 години, а во 2013 година 37,41 година (пресметка на авторот). Критичната вредност на овој показател изнесува 30 години. Се мисли кога населението ќе ја надмине таа возраст, значи дека навлегло во процесот на популациско стареење. Во исто време, **коэффициентот на старост (Ks)** пораснал од 15,0% во 2002 година на 17,85% во 2013 година, што значи дека и овој показател ја достигнал критичната вредност под 12%. **Индексот на стареење (Is)**, кој го покажува односот на старото население 60 и повеќе години кон населението старо 0-19 години, во 2002 година изнесувал 51,3%, а во 2013 година тој изнесувал 75,3%. Неговата критична вредност изнесува 40%. Во 2013 година **старосната пирамида** е со тесна основа, што укажува на помалото учество на помладите старосни групи (0-19 години), а поради сè поголемото учество на постарите старосни групи (30-49) се проширува во средината (слика 1).

Старењето на населението во нашата земја, ако го изолираме влијанието на миграциските движења, влијае на забавување на **стапката на пораст на населението**. Така, од 1971 година стапката на пораст е под 1% и сè повеќе од овој аспект Република Македонија се доближува до развиените земји на Европската унија. Во меѓупописниот период 1971-2002 година стапката на пораст изнесува 0,66%.

Како што се намалува учеството на влезната старосна група од 0-14 години, а притоа се зголемува учеството на старото население 60 и повеќе години, се забележува сè поголемо забавување на стапката на пораст на населението во нашата земја. Така, во меѓупописниот период 1994-2002 година таа изнесува 0,48%. Во периодот 2002-2013 година просечната стапка на пораст била уште пониска и изнесувала 0,18%.

Слика 1. Старосно-полова пирамида на 30.06.2013 година



Старењето на популацијата сигнификантно влијае на висината на стапката на фертилитет. Досегашните емпириски истражувања покажуваат дека корелацијата помеѓу стапката на наталитетот и пропорциите на старите лица е негативна (инверзна). Имено, регионите со стапка на наталитет над 25% имаат учество на старечкиот контингент под 6%, во исто време, пак, нисконаталитетните региони во кои стапката на наталитет е под 20%, имаат учество на старечкиот контингент над 10%. Во подолг временски период, старењето на населението предизвикува намалување на учеството на населението кое го претставува јадрото во фертилната старост од 15 до 29 години, во однос на учеството на населението од 30 до 49 години, кое во однос на првото го карактеризира значително понизок фекондитет, а со тоа, пак, се намалува вкупниот фертилитет. Во 2013 година во нашата земја фертилниот контингент од 15 до 29 години изнесувал 224 илјади, додека

фертилниот контингент од 30 до 49 години изнесувал 299 илјади жени.

Влијанието на стареењето на **висината на општа стапка на морталитет** најдобро се изразува преку специфичните (диференцираните) стапки на смртност кај постарите старосни групи. Интензивирањето на стареењето предизвикува, со силата на биолошкиот феномен на смртта поради високиот ризик на смртта по 65 години, одреден пораст на општата стапка на смртноста. Ова е сосема логично, ако се знае дека главна детерминанта на висината на општата стапка на морталитетот, покрај другите фактори, е старосната структура на населението. Тоа го потврдува и движењето на овие високи стапки во нашата земја, како и нивното движење во нисконаталитетните европски земји во периодот од педесеттите години на минатиот век до денес.

Порастот на емиграцијата, која најчесто го зафаќа младото население, односно старосната група од 20 до 40 години, исто така, го забрзува процесот на стареење. Досегашните емпириски истражувања за миграциите покажуваат дека емиграциските земји и региони, во кои спаѓа и нашата земја, имаат нагласен пораст на учеството на населението старо 50 и повеќе години.

Секако дека ова во наредниот период ги условува реперкусиите на природното движење и промените во старосната и половата структура, како и зголемување на бројот на учеството на населението старо 60 и 65 години и повеќе.

Емпириските истражувања ја потврдуваат законитоста во развојот на населението дека **паралелно со опаѓањето на стапката на наталитетот, расте учеството на работоспособниот контингент во вкупното население**. Имено, учеството на работниот контингент во нашата земја се зголемило од 78,92% во 2002 година на 81,03%, а во 2013 година или зголемување за 4,77%. Праксата во развојот на населението во развиените земји, во услови на доцна транзициска подетапа и во посттранзициската етапа, покажува дека доаѓа до израз зголемувањето на учеството на старото население, **како и стареењето на самиот работен контингент**.

2. Економски импликации од стареењето на населението

Старосната структура на населението постојано се наоѓа во фокусот на економските и на социјалните истражувања. Ова произлегува од

значењето на старосната структура за општествената поделба на трудот и преку функциите кои, во социо-економскиот живот на една земја, ги имаат различните старосни контингенти, како во производството, така и во потрошувачката (лична и јавна).

Економските импликации од процесот на стареење на населението пред сè доаѓаат до израз преку неговото дејствување на обемот на прилив на младите во работната возраст, на обемот на одлив од работната возраст и на степенот на активност на вкупното, но и на старото население. Што се однесува до влијанието на стареењето на нивото на економската активност на населението, треба да се разликува **рана и доцна етапа на стареење**. Во раната етапа на стареење на населението во некоја земја, пред сè, расте бројот на лицата во младиот дел на работниот контингент (од 15 до 39 години) и во таа етапа која трае околу 25 години, обично расте обемот на активното население. Меѓутоа, во доцната (подоцнежната) етапа настапуваат промените во старосната структура на работниот контингент; кои може да се согледат во зголемување на населението во старосниот дел на работниот контингент (од 40 до 64 години) и во таа етапа доаѓа до стагнирање на контингентот на активното население. Многу е важно да се нагласи дека процесот на стареење на вкупното население редовно доведува до стареење на активното население (работната сила). Тоа значи, дека стареењето на населението во одредена етапа од развојот на населението, особено во доцната подетапа на демографската транзиција и посттранзициската етапа, имплицира зголемување на учеството на постарите во однос на вкупниот број на работници, т.е. **стареење на работната сила**. Со интензивен процес на стареење се карактеризира и работната сила на Република Македонија. Сметаме дека овој процес уште повеќе ќе се забрза во наредните 10 години. Ова, пак, од своја страна ќе значи потешко прилагодување на промените кои настануваат како последица на техничко-технолошкиот развој, послаба мобилност на луѓето, пониска продуктивност на трудот поради нарушеното здравје, недоволна иницијатива, зголемување на трошоците за здравствена заштита, за социјално осигурување и сл. На ова место мошне е важно да се истакне, дека за анализата на стопанската и нестопанската и генерално за развојните проекти и програми, од посебен интерес се **коэффициентите на старосната зависност** кои го изразуваат влијанието на различните старосни структури на земјите со различно достигнато ниво на социо-економскиот развој. Оптовареноста на работниот контингент ја покажуваат

коефициентите на вкупната старосна зависност на младите и старосната зависност на старите.

Коефициентот на вкупната старосна зависност претставува однос на групата млади од 0 до 14 години и групата стари лица од 65 години и повеќе и контингентот на работоспособно население од 15 до 64 години. Во 2013 година за нашата земја овој коефициент изнесувал 33,45, што значи стапка „старосно зависни“ на 100 работоспособни лица. Во економските анализи треба да се познава не само обемот, туку и структурата на оптовареноста на работниот контингент. Поголемиот коефициент на вкупната старосна зависност на населението, детерминиран со поголемо учество на децата и младината во вкупното население, претставува поголем финансиски товар, отколку кога тој би бил детерминиран со поголемо учество на старечкиот контингент.

Коефициентот на старосна зависност на младите го покажува степенот на оптовареноста на работоспособното население (работен контингент) со предрботниот контингент (0-14 години). Во нашата земја во 2013 година тој изнесувал 20,91, што значи стапка на „младо зависни“ на 100 работоспособни лица.

Коефициентот на старосната зависност претставува однос на пострботниот контингент (65 и повеќе години) и вкупното работоспособно население (15-64 години) и го покажува степенот на оптовареноста на работниот контингент со пострботниот контингент, односно со старечкиот контингент. Во нашата земја во 2013 година овој коефициент изнесувал 12,5, што значи стапка на „старозависни“ на 100 работоспособни лица.

Компарацијата на коефициентите на вкупната старосна зависност и нивните, според староста, структурни коефициенти (на младите и старите) индицира голем јаз помеѓу развиените земји и земјите во развој, кој постои особено во старосната структура на нивните популации². Коефициентот на вкупната старосна зависност покажува големи разлики не само во оптовареноста на вкупното население од издржуваното, туку и големи разлики во обемот и во структурата на работната сила, како и во побарувачката на различен обем за различни животни намирници и производи.

Кога ги разгледуваме и експлицираме економските импликации од процесот на стареење, не можеме а да не го земеме предвид влијанието на стареењето на населението како израз на промените во старосната структура

² Види поопширно: Славе Ристески: „Демографија - методи и анализа“, Економски факултет - Скопје, 2014 година.

на обемот и структурата на потрошувачката (лична и јавна). Бројни се студиите за економските импликации од стареењето на населението коишто се насочени, главно, на потрошувачката и јавните трошоци за здравството, на пензиите, социјалното згрижување и потреби, на промени во структурата на потрошувачката на старите семејства, промени во обемот и „трошење“ на штедењето итн. Меѓутоа, сметаме дека проблемите кои ги наметнува процесот на стареење на населението и работната сила реално се поголеми во однос на предностите, особено од економско стојалиште. Посебно треба да го истакнеме фактот дека младите работници, по правило, имаат поволно ниво на школска подготовка, помодерно и адекватно образование и дека од аспект на таквата квалитетна страна, значат првокласен фактор на социоекономскиот развој на секоја земја или регион.

3. Накратко за мерките на популационата политика

Процесот на демографската транзиција генерално тешко се контролира, но демографите сметаат дека тоа може најчесто да се остварува со мерките на популациона политика, како во развиените, така и во земјите во развој. Генерално, за современата популациона политика, посебно во развиените земји, релевантни се неколку групи на мерки. Во Република Македонија се применуваат некои од тие мерки³. Во основа мерките на популационата политика се класифицирани во следниве четири групи:

Првата група на мерки ја сочинуваат семејните и детските додатоци, како и други материјални и слични поволности кои се карактеристичен инструмент на популационата политика на европските развиени земји. Во некои земји членки на Европската унија (Франција и Белгија) и денес детските додатоци претставуваат важна мерка на пронаталистичката политика, односно политиката спрема семејството. Во овој контекст, мошне важно е да се истакне фактот дека без разлика на иницијалните мотиви за воведување, било на **диференцирани** или **прогресивни** детски додатоци (кај семејства со пониски и повисоки доходи), оваа мерка истовремено има и **демографски** и **социјални** импликации.

Во втората група спаѓаат мерките од доменот на фискалната политика. Најчесто во практичната реализација на целите на популационата

3 Види: www.mtsp.gov.mk

политика во развиените земји (и во некои земји во развој) биле применувани даночните олеснувања, зависно од бројот на децата, посебен данок на неженетите, паричен надомест на мајките со поголем број на деца и сл. Меѓутоа, мерките, како што е диференцијалниот данок на доход зависно од бројот на децата во семејството, политиката за доделување на кредити и станови, помош на невработените и сл. често пати повеќе се мотивирани од причините кои имаат социјален карактер, отколку од непосредните потреби, поврзани со демографските движења (природното и механичкото).

Со мерките од третата група треба да се олесни функцијата на мајчинството на вработената жена. Најчесто применувани се мерките со продолжувањето на породилното отсуство, зголемување на бројот на детските установи, воведување на скратено работно време на жената мајка, овозможување на жената по одредено време поминато со детето, повторно да се вработи, како и мерките во доменот на здравствена заштита и образовната политика. Според тоа, како што може да се забележи и овде е присутна поврзаноста помеѓу причините и последиците на мерки кои истовремено се од демографска, здравствена, како и социо-економска и социо-психолошка природа.

Четвртата група мерки се однесува на примената на средствата за т.н. контрола на раѓањата⁴. Во развиените земји на Европа, како и во голем број на земји во развој (освен во Латинска Америка) е сè поизразена тенденцијата на практиката на абортусот со истовремена слободна примена на средствата за контрацепција. Меѓутоа, се нагласува абортусот да биде што е можно помалку применуван, па и забрануван, со цел на заштита на животот, а предност се дава на сè поголемата примена на средства за контрацепција. Поради тоа, не треба да нè зачудува фактот ако во една земја, која официјално спроведува пронаталистичка популациона политика, наоѓаме мерки кои спаѓаат во рамките на антинаталистичката популациона политика. Ова произлегува оттаму, бидејќи **социјалните промени во многу традиционални ставови и вредности** имаат сигнификантно влијание на концептите во развојот на населението, а со тоа и на рангот на мерките на определена популациона политика во одредена земја.

4 Во врска со ова многу е дебатирано во ОН: Светска конференција за населението во Букурешт во 1974 година, на конференцијата во New Mexico, 1984 година и во Каиро во 1994 година.

Користена литература:

1. Димитриева, Е., Јанеска, В., (2001): *Старењето на населението и на работната сила во Република Македонија*, Економски институт, Скопје.
2. Државен завод за статистика: *Статистички годишници 1994 – 2013 година*.
3. Ристески, С., (1998): *Демографските движења и процеси во Република Македонија (1948 – 1994)*, Економски факултет, Скопје.
4. Ристески, С., Трпкова-Несторовска, М., (2014): *Демографија – методи и анализа*, Економски факултет, Скопје.
5. Ристески С., (2014): „Анализа на предтранзициските и транзициските промени во природното движење на населението во Република Македонија“, *Годишник на Економскиот факултет во Скопје*, Том 49, стр. 355 – 366.
6. The World Bank: *World Development Indicators*, 2013
7. Wertheimer-Baletić, A., (1999): *Stanovništvo i razvoj*, Zagreb.

DEMOGRAPHIC AND ECONOMIC IMPLICATIONS OF THE AGEING OF POPULATION IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Slave Risteski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
slave@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The demographic transition process changed the reproduction model of Republic of Macedonia very swiftly, spontaneously and unnoticeably. This resulted in a transition from a model characterized by high rates of natality, mortality and natural population increase towards a reproduction model with low natality rates and with mortality rates that are almost equal to the natality ones. The result of these ratios is the low natural increase rate, which converges towards zero. At the same time, the 2012 total fertility rate (STF) reached 1.51, which means that women do not give birth to even 2 children during their fertility period. In other words, the country as a whole does not provide simple reproduction of its population.

With the influence of the demographic inertia (demographic momentum), the proportion of the old compared to the young population continually increased.

The population of the Republic of Macedonia is in an intense process of population ageing. Due to the facts noted, this paper will examine the demographic and economic implications of population ageing.

Key words: *natality, fertility, mortality, population ageing, population policy*

УДК: 658.8: 005.52]: 658.89-053.6: 303.022 (497.7)

МАРКЕТИНГ ИСТРАЖУВАЊЕ НА ДЕЦАТА КАКО ПОТРОШУВАЧИ

проф. д-р Нада Секуловска

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје

Економски факултет – Скопје, Р.Македонија

nadas@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Зарешавањена проблеми во едно претпријатие се користи маркетинг истражувањето, со цел да се добијат примарни или секундарни податоци. За таа цел постојат бројни методи кои се класифицираат на различни начини. Со квалитативните методи се добиваат релевантни податоци со кои се решаваат проблемите. Еден од сегментите кон кои е насочен интересот на претпријатието е возрастната група до 14 години машки и женски деца, а нивните интереси и потреби преточени во проблеми, се решаваат со проективните техники како дел од квалитативните методи на истражување.

Клучни зборови: *потрошувачи, деца, маркетинг истражување, квалитативни техники, тест на асоцијација.*

Вовед

Детската популација е пазар кој не треба да се занемарува. Тие се идните потрошувачи и токму заради тоа претпријатијата ги земаат предвид при поставување на идните стратегии. Децата не купуваат широк асортиман на производи во однос на другите потрошувачи. Тие, главно, се определуваат за играчки, слатки, видео-игри, книги, ЦД-а, облека и модни детали. Но поради перспективноста на децата како идни потрошувачи, сè повеќе претпријатија се одлучуваат на овој сегмент да ги рекламира и другите производи како автомобили, патувања авио-кари и др. (Филиповиќ,

J., 2010).

Кај децата трендовите брзо се менуваат со оглед дека нивните интересирања варираат во текот на времето. Постојат големи разлики меѓу детските желби и начинот на кои тие ги задоволуваат, а периодот во кој на децата некој модел им е актуелен е сè пократок, поради што претпријатијата мораат почесто да исфрлаат на пазарот нови производи и внимателно да го планираат обемот на производство за да не претрпат големи загуби. Заради сето тоа, треба многу внимателно да се пристапува и кон маркетинг истражувањето на пазарот.

Колкав е пазарот на деца до 14-годишна возраст? Според податоците од Државниот завод за статистика, иако официјално нема попис на населението од 2002 година, вршени се истражувања и прогнози на движењето на бројот на населението и така процентуално лицата од 0-14-годишна возраст во 2003 година биле 21% или 426258, во 2008 година 18,5% или 378994, а во 2013 година поради намалувањето на наталитетот тој процент изнесува 16,9% или 348416, односно 180104 машки и 168312 женски лица.

Табела.1 Вкупен број на лица до 14 години во Република Македонија

Вкупно	Машки	Женски	Возраст
122.757	63.279	59.478	0-4 години
143.184	73.816	69.368	5-9 години
160.339	82.533	77.806	10-14 години

Извор: Државен завод за статистика на РМ, попис на населението во 2002 година

На следниот графикон се гледа процентуалното учество на машките и женските деца во еден сегмент од 0-14 години

Графикон бр.1



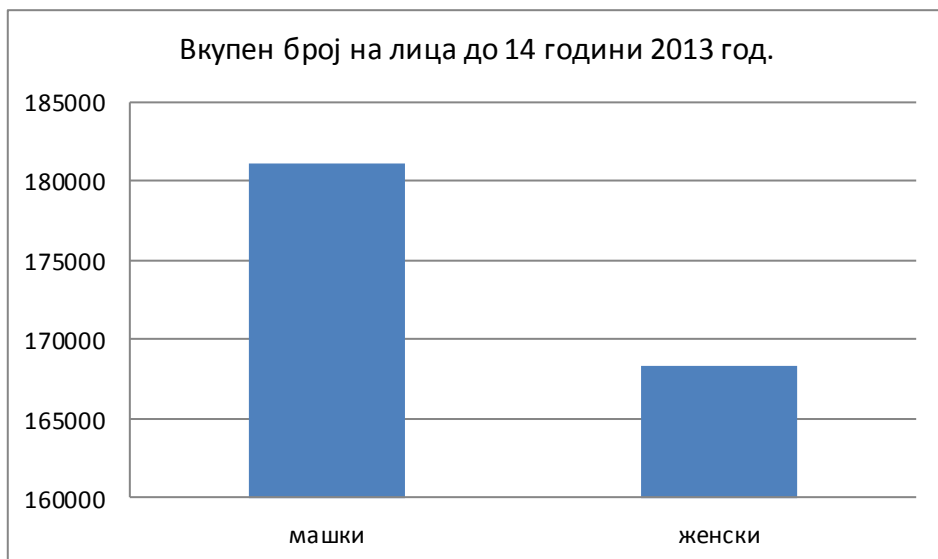
Како што е потенцирано, според Заводот за статистика во 2013 година бројот на машки и женски лица до 14-годишна возраст изнесува 348416 лица, што е намалување во апсолутни бројки од 77864 лица за 11 години. Без да навлегуваме во причините за намалување на бројот на деца, ќе констатираме дека сепак тоа е сегмент кој треба да се истражува за потребите на претпријатијата.

Табела.2 Вкупен број на лица до 14 години во Република Македонија

Вкупен број на лица до 14 години во Р.М 2013г.				
Вкупно	машки	женски		
348416	181104	168312		

Како што може да се забележи, вкупниот број на лица е намален во споредба со 2002 година, кога имаше официјален попис на населението, но и во двата случаја машките лица се побројни од женските. Ова треба да го имаат предвид претпријатијата кои вршат истражување на детската популација за своите потреби, особено имајќи ги предвид психолошките карактеристики на машките, наспроти женските деца.

Графикон бр.2



И покрај намалувањето на апсолутните бројки, не е за потценување овој сегмент на детска популација како иден пазар на претпријатијата. Во врска со социјалните и психолошки разлики кои постојат помеѓу девојчињата и машките, се разликува и нивната потрошувачка. Девојчињата повеќе се свртени кон модата и социјалните врски, додека, пак, момчињата се свртени кон спортот и спортски игри. Сето тоа треба да се антиципира при водење на бизнисот, со цел да се има повеќе успех.

Методологија на истражувањето

За потребите на овој труд, извршено е истражување низ литературата во која има трудови за детската популација со различни методи и техники. Користени се секундарни податоци од Заводот за статистика на Република Македонија.

Постојат голем број методи, техники, начини за добивање на податоци за конкретна истражувана проблематика. Сите тие се класифицираат на различни начини според различни критериуми. Една поделба е според видот на податоци што се добиваат, сите методи можат да бидат групирани на квантитативни и квалитативни методи.

Децата како потрошувачи

Намената на квалитативното истражување е да се дознае што се случува во мислите на потрошувачот. Чувствата, мислите, намерите и однесувањето од минатото се само неколку примери за оние работи кои може да се постигнат само со методите на собирање на квалитативни податоци. Децата во својата потрошувачка се разликуваат во однос на возрастните купувачи, а тие разлики потребно е јасно да се согледаат и анализираат, со цел да се оствари успешна комуникација меѓу детето и претпријатието. За да се добијат податоци од детската популација, можеби најдобро е да се применат проективните техники како дел од квалитативните методи. Проективните техники се употребуваат кога се верува дека: (Aaker, et al. 2001) респондентот нема или не може да одговори разбирливо на директните прашања за (1) причините за одредени однесувања или ставови или (2) што им претставува чинот на купување, поседување или користење на одреден производ или услуга.

„Проективните техники“ се најчесто употребувани алатки кои може да се користат за спроведување на овој вид маркетинг истражувања на детската популација, при што тие може да се применуваат и во ситуација на збирни и индивидуални интервјуа, каде што на испитаниците не им се открива целта на конкретната истражувачка студија. Имено, преку употреба на маскирани (скриени) прашања/двосмислени стимуланти од најразличен вид, од респондентите може да се побара да одговорат на некоја претходно поставена задача (тест на асоцијација на зборови, тест на недовршени реченици и тест на тематска аперцепција) или, пак, тие се замолуваат да се стават („да се проектираат“) во ситуација на некоја друга (невидлива) личност и да зборуваат во нејзино име (техника на играње улоги-психодрама и техника на трета личност).

- **Тест на асоцијација на зборови (word association)** – Оваа техника, бара од респондентот да го каже првиот збор или фраза што ќе му дојде на памет откако ќе го слушне зборот или фразата. Има листа на поими кои се користат како стимули, а се неутрални зборови, како куќа, двор, маса, помешани со поинтересни поими, како шопинг мол, брза храна. Интервјуерот го кажува зборот и ги замолува респондентите да кажат збор што прв ќе им дојде на памет. Листата на поими се чита брзо за да немаат време многу да се фокусираат на неа. Во дадени ситуации, кога се настојува

преку развивање на „низа од асоцијации“ да се откријат некои нови (дотогаш неоткриени) подрачја, може да се употреби и т.н. „техника на сукцесивни асоцијации“ каде што на испитаникот му се дава слобода да одговара со повеќе зборови (асоцијации) на секое поставено прашање.

Од особен интерес за истражувачот кој ја спроведува оваа техника (се препорачува тоа да биде психолог или стручњак кој е школуван во оваа област) треба да биде забележувањето на фреквенцијата на појава на определени асоцијации, должината на временскиот период во кој биле дадени одговорите (доколку на прашањето се одговори за подолго од три секунди, зададениот збор укажува на некоја фрустрација), како и бројот на испитаници кои воопшто не дале никаков одговор на ниту едно поставено прашање (во предвидениот рок). Техниката на асоцијација на зборови е посебно корисна за добивање реакции за потенцијалните имиња на производите.

Модерниот начин на живеење, помалата физичка активност, поголемата потрошувачка на брза храна, како и напредокот на технологијата и потребата од електронски начин на комуницирање, доведоа до зголемување на стапката на дебелина, особено кај младата популација. Но, и покрај тоа што родителите секојдневно се залагаат за подобар начин на живеење и се борат против неправилен начин на исхрана на своите деца, прехранбените индустрии ги користат сите средства на маркетингот заради подобро и помоќно претставување пред јавноста. Производителите и продавачите преку користење на сите начини на информирање сакаат да ги потсетат и да ги убедат потрошувачите за одреден производ. А тоа е основната цел на нивната промотивна стратегија, да создадат купувачи, навики, јавно мислење и посткуповно однесување. Бидејќи децата ја претставуваат најранливата категорија, најголем број од комерцијалните пораки се упатени токму кон нив.

Храната е лек, колку е поздрава, толку животот е поквалитетен. Дали секој знае која храна е квалитетна и здрава, а која не е. Квалитетната храна е посебно значајна за најмладите кои се наоѓаат во фаза на раст и развој. Листата на производи кои речиси немаат никаква хранлива вредност е огромна. Слатките производи постојано и неконтролирано се внесуваат, а даваат поголемо количество на енергија и општо задоволство. Но, преку консумирање на шеќер доаѓа до зголемување на бројот на бактерии во усната празнина, а неговото претворање во киселина ја нагризува глеѓта на

забите.

Преголема количина на сол предизвикува задржување на водата во организмот, а тоа доведува до оптоварување на срцето и целиот кардиоваскуларен систем.

Заситените масти кои се наоѓаат во голем број прехранбени производи предизвикуваат создавање на крвни згрутчувања. Го зголемуваат холестеролот во крвта, а тој влијае на зголемување на масните честички во крвните садови и ги стеснува.

Преработките од месо – содржат многу сол, масти, холестерол, а малку хранливи состојки и растителни влакна. Салами, виршли и паштета се производи кои најмасовно се рекламираат од сите компании што се дел од месната индустрија во Р. Македонија и задолжително се наоѓаат на менито на речиси секое семејство.

Чипсот – содржи акриламид кој настанува при пржење или печење на висока температура. Како држава, Македонија извезува компири, но не произведува чипс. Сепак, увозот и дистрибуцијата се многу развиени, а најмладите најмногу зависни од ваквиот производ.

Ова се само некои од производите кои имаат најголем комерцијален карактер, а најмала хранлива вредност. Убавиот вкус, различните начини на употреба и достапноста ги прави овие производи да бидат секојдневно на менито на најголем број од детската популација.

При избор на храна големо влијание имаат етикетите кои се наоѓаат на самите прехранбени производи. Но, прашањето кое се наметнува е дали просечниот граѓанин знае да ги протолкува сите шифри и бројки кои се наоѓаат на нив за да може да им послужи како водич при изборот.

За да може да се направи правилен избор, потребни се целосни информации, бидејќи во спротивно се отежнува постапката. Ситните букви или недоволен контраст меѓу нивната боја и онаа на позадината го отежнува читањето на информации. Бидејќи секој потрошувач има потреба од колку што е можно поголем број на информации во однос на производот кој го купува, нивото на белковини, масти, заситени масти, јаглени хидрати, шеќери, сол, растителни влакна, киселини на 100 г. или мл. треба јасно и транспарентно да бидат прикажани. Особено тоа се однесува на производите кои најмногу ги консумираат децата.

Германската организација за заштита на потрошувачите Foodwatch преку низа спроведени истражувања дошла до заклучок дека производите

кои се рекламираат од страна на прехранбената индустрија, а се наменети за најмладата популација, се полни со масти и шеќери. Рекламирањето на ваквата храна овозможува заработка на повеќе од 15%. Податокот за вложувањето во маркетинг за овие производи е навистина фрапантен. Во 2011 година во Германија се потрошени 780 милиони евра за реклама на храна, богата со масти и шеќери, насочена кон најмладата популација, наспроти 7,3 милиони евра за реклама на овошје и зеленчук. Истражувањето кое го спровело Foodwatch било насочено кон повеќе од 1500 производи од пудинзи до сокови и снегулки за појадок и се констатирало дека повеќе од $\frac{3}{4}$ од производите влегуваат во т.н. црвена категорија производи полни со шеќери и масти и како такви не смеат да се консумираат. Дури и производите кои имаат ознака „био“ содржат шеќери повеќе од 25%. Ако се погледне пирамидата за здрава исхрана која е промовирана од страна на СЗО, може да се заклучи дека прехранбената индустрија воопшто на глобално ниво, на ваков начин ја уништува здравата храна и здравиот начин на живеење преку промовирање на производи кои ги предизвикуваат младите да ги консумираат, да се навикнат на нив и да се дебелеат. Проблемот со дебелеењето прерасна во глобален проблем и стана една од најважните теми на секое општество, а ако на тоа се додаде и недоволната физичка активност, спасот единствено се гледа во вистински здрава и природна храна која треба да прерасне во начин на живеење [Taub-Dix, B. 2010].

Нема некоја универзална формула која покажува која храна е најдобра, колку да се консумира, а во исто време да се јаде во изобилие и притоа да не влијае на порастот на телесната тежина. Исхраната на секој поединец, а особено на најмладата популација, треба да биде избалансирана и разновидна и секој да знае да ја искOMBинира во поглед на своите потреби. Следејќи го трендот за здрава храна и македонските компании започнаа со проширување на асортиманот со нови производни линии кои содржат повеќе хранливи состојки заради задоволување на различните потреби и вкусови кои постепено се менуваат кај потрошувачите. **Винчини** својот асортиман го прошири со интегрални и овесни колачиња, колач со лимон без шеќер, потоа интегрални житарки како понуда за здрав појадок на најмладите и повозрасните и чоколади со поголема количина на какао од **Swisslion**, јогурт и млеко со минимален процент на масленост кај **ИМБ млекара Битола**, овошни сокови без додаток на шеќер исто од „Битолска млекара“ кои постојано го прошируваат асортиманот со нови вкусови,

потоа прехранбената индустрија КИМ својот асортиман го прошири со производи кои влегуваат во групата здрава храна, како на пример кечапот и мармаладите од повеќе вкусови без додаток на конзерванси и др.

Во Република Македонија мал е бројот на претпријатија кои применуваат маркетинг истражување на овој сегмент, односно на детската популација што е напоменато, со овој тест на асоцијација може да се откријат имиња на производи.

- **Тест на недовршени реченици (sentence completion)** – оваа техника се нарекува уште и техника на комплетирање на реченици или на цели приказни, при што од испитаникот се бара да ги доврши претходно започнатите (недовршени) реченици, кои се однесуваат на предметот на интерес на дадениот истражувачки проект. Пр. : „Во Сити мол има најмногу _____“ „Во игротека има _____“.

Една од можните варијанти на оваа техника која често се користи за да се откријат најважните атрибути/димензии на вредноста на „вкупната понуда“ е онаа во која на респондентите (на пр.: учениците од едно основно училиште) им се поставуваат прашања во следната (писмена) форма: „Можете ли да ми кажете кои услуги што ги обезбедува трговскиот центар Сити мол, според Ваше мислење, се најважни кои се втори по важност, кои се трети по важност“, итн.

- **Тест на тематска аперцепција (Thematic Apperception Test-TAT)** – слично како и во претходно споменатите тестови, така и во конкретниот случај, од респондентите се бара да „раскажат определена приказна“ (storytelling), чија содржина треба да ја исконструираат врз основа на видени фотографии или цртежи. Сликите (од една страна) треба да бидат општи за да не им ја откријат на испитаниците вистинската цел на истражувањето, но истовремено треба да бидат и доволно занимливи за да поттикнат нивна реакција (раскажување приказна, поврзана со компјутерски игри кое е предмет на истражување). Многу често, во функција на истражување на вредноста за клиентите се применува и т.н. „техника на цртање на слики“ (drawing pictures) која, исто така, спаѓа во групата на ТАТ-техники, со тоа што во овој случај од испитаниците се бара преку цртање (а не преку збор) да ги искажат своите вистински ставови и чувства во врска со населеното место.

- **Техника на играње улоги (role play)** или **психодрама (psychodrama)** – оваа техника претставува „проективна техника“, при што од респондентите

се бара да се однесуваат како некоја друга личност во определени околности (на пр.: при престојот во туристичката дестинација, при користењето услуги од администрацијата и сл.). Нејзина најизразена форма претставува т.н. „техника на трета личност“ каде што, зборувајќи во име на трета личност („маскирајќи се зад туѓите ставови“), испитаниците многу послободно (без да се свесни за тоа) ги изразуваат, всушност, сопствените мислења во врска со предметот на истражување.

Како други начини за стимулација во овој случај се користат проекции на филмови, слики и сл., но како најчесто применуван тест се издвојува т.н. „Розенвејгов тест на фрустрација“. Овој тест е во форма на стрип, во кој на 24 слики се прикажани две личности како разговараат, при што над нивните глави има нацртано „облаци“. Во едниот „облак“ (над главата на првата личност) веќе е даден определен коментар кој се однесува на темата која се истражува. Коментарот треба да биде доволно провокативен за да го натера испитаникот да го впише својот одговор во празниот „облак“, кој се наоѓа над неговата глава.

Оваа техника има голема практична примена при истражувањето на различните видови меѓучовечки контакти кои се остваруваат во секој момент во рамките на процесот на интеракција.

Фондацијата Метаморфозис во јуни 2011 година изврши истражување за навиките на интернет кај децата, при што учество зеле 517 ученици на возраст од 9 до 14 години од повеќе градови во Република Македонија. Учениците одговараа на 9 дихотомни прашања и 10 прашања во вид на Ликертова скала за согласност со дадена изјава. Беше дојдено до заклучок, меѓу другото, дека 91% од децата имаат мобилен телефон од каде пристапуваат на интернет, дека 93% имаат пристап до интернет од дома. Скоро 14% од децата рекле дека доколку сакаат да купат нешто од интернет, го прават тоа веднаш, додека со тој став не се согласиле околу 76%. Ова е уште еден позитивен показател во нивните навикни, кој сугерира дека децата ретко се осмелуваат сами да изведуваат финансиски трансакции на интернет на оваа возраст што е разбирливо од повеќе причини.

Заклучок

Постојат многу ограничувања на овие квалитативни техники кои произлегуваат од осетливоста на резултатите. Постојат големи искушенија кај менаџерите да прифатат истражувачки резултати од мал примерок. Затоа овие техники треба да се користат строго за проникнување во реалноста на перспективите на потрошувачот и да сугерираат хипотези за идни истражувања.

Претпријатијата, за да ги задоволат тие нови софистицирани потрошувачи, сега мора да ја развиваат својата понуда која ќе биде специјално наменета на децата, истовремено креирајќи посебни модели на комуникација со оваа група потрошувачи. Традиционалните медиуми сè повеќе ги заменуваат новите (интернет, мобилни телефони) со кои може да се постигнат повисоки нивоа на интерактивност и индивидуалност што всушност е детското примарно барање. Може да се заклучи и дека за решавање на еден проблем кој се однесува на детската популација треба да се користат и квантитативни методи, со цел да се добијат валидни резултати со кои менаџерите можат да донесат правилни одлуки при решавање на нивните проблеми.

Користена литература:

1. Aaker, D., Kumar, V., Day, G.S. (2001): *Marketing Research*, Jhon Wiley & Sons Inc.: NY
2. Taub-Dix, B.(2010): *Read it before you eat it-How to decode food labels and make the healthiest choice every time*, Penguin Group, Inc. USA
3. Филиповиќ, Ј. (2010): *Мали купци велико тржиште*, Завод за учебнике, Београд
4. Статистички годишник на Република Македонија (2014)
5. Снежана Ристеска Јовановска (2013), Однесување на потрошувачите, Економски факултет, Скопје
6. Schiffman Leon G. Kanuk L.L. (2007), *Consumer Behavior*, USA

MARKETING RESEARCH ON CHILDREN AS CONSUMERS

Nada Sekulovska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia

nadas@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

To solve problems in an enterprise, marketing research is used, in order to obtain primary or secondary data. There are numerous methods for this purpose, classified in various ways. Qualitative methods are applied to obtain relevant data used in solving problems. One of the segments on which the company's interest is focused is the 0-14 age group of both male and female children, and their interests and needs - translated into problems – are dealt with by projective techniques as part of qualitative research methods.

Key words: *consumer, children, marketing research, qualitative technique, word association*

СТРАТЕГИЈАТА ЈИЕ 2020, АЛАТКА ИЛИ ФИКЦИЈА ЗА ЗАБРЗУВАЊЕ НА ИНТЕГРАЦИЈАТА НА РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО ЕВРОПСКАТА УНИЈА

проф. д-р Билјана Секуловска-Габер
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
gaber@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Регионалната интеграција не мора секогаш да оди „рака под рака“ со регионалната соработка. Иако не многу често, сепак, земји од ист регион, како што се на пример земјите од регионот на Југоисточна Европа (ЈИЕ) заради одредени ограничувања во меѓусебната соработка, за жал, можат да имаат сериозни пречки во остварувањето на побаруваната од страна на Европската унија (ЕУ) регионална соработка, како услов за нивна побрза интеграција во ЕУ.

Со цел да ја зацврсти довербата и да го поттикне посакуваниот и очекуван процес на интеграција на земјите од ЈИЕ во европските структури, ЕУ развива различни форми на регионална соработка – познати под терминот отворен регионализам, меѓу кои спаѓаат и активностите на Советот за регионална соработка (СРС) преку изготвената Стратегија ЈИЕ 2020, компатибилна на Стратегијата на ЕУ – Европа 2020.

Целта на трудот е преку примерот на Република Македонија во сферата на „паметниот и иновативен раст“, да се покаже дека, до колку споменатата Стратегија ЈИЕ 2020 не почива на таргети, поставени врз база на квалитетни и меѓународно прифатени и споредливи статистички податоци, таа нема да може да биде употребена како вистинска алатка за забрзување на регионалната соработка, па оттаму и на интеграцијата на земјите од регионот на ЈИЕ кон ЕУ, туку ќе остане да опстојува само како обична фикција.

Клучни зборови: *отворен регионализам, ЕУ интеграција, Регионален совет за соработка, Стратегија ЈИЕ 2020, Европа 2020*

Вовед

Во поновата историја на развој на европската интеграција, за остварување на поголем и побрз раст и развој на ЕУ, биле донесени неколку важни стратегии. Една од главните стратешки рамки за општествениот развој беше и „Лисабонската стратегија“ - донесена од страна на Европскиот совет во 2000-та година. Главна цел на стратегијата беше зајакнување на конкурентноста на ЕУ и подобрување на стандардот на нејзините граѓани во услови на новонастанатите промени, предизвикани од глобализацијата и очекуваниот прием на нови земји-членки во ЕУ. Сите земји-членки требало со заеднички сили да придонесат за развој на економијата преку примена на знаењето и довршување на концептот на единствен пазар во рамката на Унијата, како и развој на општеството преку изградба на европски социјален модел.

Реализацијата на целите на стратегијата не се одвивала со предвиденото темпо, главно, поради влошената економска состојба во светот, спорото спроведување на реформите во земјите-членки и појавата на нови економски велесили (Кина и Јапонија) кои ù конкурирале на европската економија.

Во 2008 година, со појавата на големата светска криза, ЕУ започнала процес на создавање на нова стратегија во чии рамки требаше да се спроведуваат целите на Лисабонската стратегија во наредните 10 години. Во 2010 година, од страна на Европската комисија овој процес заврши со донесување на стратегијата „Европа 2020“.

Стратегијата „Европа 2020“ промовира паметен, одржлив и инклузивен раст. Иако краткорочните цели на Европа 2020 беа насочени кон излез од глобалната финансиска криза која штотуку ја имаше зафатено Унијата, основниот документ имаше предвид дека ЕУ може да има одржлива иднина само доколку се позанимава и со своите структурни слабости. Така, покрај додавањето на три нови цели:

1. Таканаречената 20/20/20 климатска и енергетска цел (20% намалување на нивото на стакленичките гасови, користење на 20% енергија

од обновливи извори и зголемување на енергетската ефикасност за 20%).

2. Намалување на процентот на деца кои го напуштаат школувањето на 10% и зголемување на процентот на млади со универзитетска диплома на 40%.

3. Намалување на бројот на сиромашно население за 20 милиони.

Во новата Стратегија се нагласува и важноста на програмите за државите кандидати, потенцијалните кандидати и државите од соседството, со цел да им се помогне на идните земји-членки во нивните реформски процеси (European Commission, 2010).

Периодот во кој се лансираше „Европа 2020“ затекна многу тешка социо-економска ситуација и во регионот на Југоисточна Европа. Така, во 2010 година, инспирирани од стратегијата „Европа 2020“, економиите од ЈИЕ (преку Регионалниот совет за соработка – РСС) на Министерската конференција во седиштето на ОЕЦД во Париз ја донесоа „Стратегијата ЈИЕ 2020“. „Стратегијата ЈИЕ 2020“ е, главно, копирање на правците кои ги дава „Европа 2020“. Со оглед на фактот дека државите од процесот за пристапување треба да имаат функционални пазарни економии кои ќе бидат способни да се справат со конкурентскиот притисок на ЕУ (вториот Копенхагенски критериум), „Стратегијата ЈИЕ 2020“ треба да се разбере како инструмент на ЕУ, во теоријата познат под терминот отворен регионализам, за „пеглање на разликите“ и помош на овие држави да го исполнат токму вториот Копенхагенски критериум и да го забрзаат процесот на своето пристапување кон ЕУ.

Бидејќи постигнувањето на заедничките национални цели е замислено да се одвива преку регионалната соработка, тоа автоматски значи дека националните влади и нивните администрации се во центарот на процесот и ја носат главната одговорност за развивање и спроведување на соодветните цели и мерки. Со други зборови, со прифаќањето на Стратегијата, земјите на ЈИЕ преземаат обврска да ги назначат потребните административни капацитети на национално ниво, како и да обезбедат институционална поддршка и финансиски ресурси кои се неопходни за нејзина успешна реализација.

Имајќи предвид дека Република Македонија е држава-кандидат за членство во ЕУ од 2005 година, а напредокот во европските интеграции е високо рангиран на нејзината листа на приоритети, потребно е и

регионалната стратегија за Југоисточна Европа (ЈИЕ 2020) да биде сериозно земена предвид при изготвувањето и имплементацијата на економските политики во Република Македонија. Во таа смисла, од особен интерес е да се направи анализа на усогласеноста на методологијата на креирање на статистичките податоци, потребни при градењето на тековните политики во Република Македонија со „Стратегијата ЈИЕ 2020“, вклучително и имплементацијата на законодавството и планирањето и извршувањето на државниот буџет согласно со приоритетите и целите на ЈИЕ 2020. За таа цел, во првиот дел од трудот накусо ќе се запознаеме со „Стратегијата ЈИЕ 2020“ за во вториот дел да бидат објаснети методолошките проблеми при поставувањето на таргетите во делот од „Стратегијата ЈИЕ 2020“, насловен како Паметен/Иновативен раст (П/И), додека во третиот дел ќе бидат прикажани резултатите кои се однесуваат на П/И во Република Македонија (РМ). На крајот, ќе се дадат заклучните согледувања во врска со Стратегијата како алатка или обична фикција на отворениот регионализам и забрзувањето на интеграцијата на РМ кон ЕУ.

1. Специфики на „Стратегијата ЈИЕ 2020“

Бидејќи РСС беше назначен да ја развие „Стратегијата ЈИЕ 2020“ на регионално ниво, оттука и потребата тој да ѝ посвети посебно внимание на изработката на рамка за координација на различните политики во секоја од државите, но и на ниво на Регионот, а со цел да се обезбедат повеќе работни места, поголем раст и приближување на економиите од процесот на проширување до оние во ЕУ или како што се вели во самиот документ: „Водечки начела во нејзиното создавање се потребата за поттикнување на просперитетот и создавање работни места, како и нагласување на европската перспектива за иднината на Регионот“. Оттаму и името на Стратегијата: ЈИЕ 2020 РАБОТНИ МЕСТА И ПРОСПЕРИТЕТ ВО ЕВРОПСКА ПЕРСПЕКТИВА (Regional Cooperation Council, 2014a).

За остварување на растот, предвидени се 11 иницијативи, усвоени од владите на сите земји од ЈИЕ, групирани во 5 столбови:

- **Интегриран раст** – подобрување на трговската размена, зголемување на странските директни инвестиции и користење на предноста што ја овозможува регионалниот пазар;

- **Паметен раст** – развој на економијата, базирана на знаење и на иновации; подобрување на вештините за работа преку користење и развој на технологијата и модерното образование.
- **Одржлив раст** – правилно користење на ресурсите преку зголемување на свеста за зачувување на животната средина и подобрување на енергетската ефикасност;
- **Инклузивен раст** – просперитет за сите луѓе подеднакво; еднакви шанси за вработување за сите и можност сите лица да се образуваат и да ги унапредуваат своите вештини, посебно лицата од ранливите групи и малцинствата;
- **Управување** (Јавен сектор) – транспарентна и ефикасна јавна администрација, намалување на корупцијата и доследна примена на правото и на законите;

Во секој столб се идентификувани одреден број конкретни секторски димензии кои се погодни за регионална соработка. Петте столбови се меѓусебно поврзани - дејствувањето во еден столб има изгледи да влијае на прашања во поголемиот дел од другите столбови. Ова посебно важи за столбот „Со добро управување до раст“, што всушност укажува на фактот дека доброто управување е клучниот фактор во промовирањето на одржлив и еколошки модел на раст. Клучно влијание врз бизнисот и врз инвестициите има правниот систем кој за таа цел треба да биде предвидлив, навремен и спроведлив. Натаму, како што се вели и во самата „Стратегија ЈИЕ 2020“: „...треба да се има во предвид и индиректниот придонес на институциите, вклучени во владеењето на растот и добросостојбата, владеењето на правото, почитувањето на човековите права, демократизацијата и зајакнувањето на улогата на јавно мислење и на граѓанското општество. Притоа, клучен предуслов за ефективно управување е администрацијата која треба да биде одвоена од политиката колку што е тоа можно, со други зборови, да постои професионализација и деполитизација на администрацијата (Regional Cooperation Council, 2014a).

Со оглед на фактот дека главна поента на Стратегијата е поставување на економски нова димензија со насока да се подобри климата и човечките ресурси базирани на знаење и иновативост, а сè со крајна цел да се зголеми вработеноста и да се постигне поголем економски раст, од сите пет столба, јас решив да се задржам на столбот Паметен/Иновативен раст и тоа конкретно на **образованието!** Согласно со Стратегијата (Regional Cooperation Council, 2014), централна поента во овој столб е да се промовираат иновациите, како

и растот во Регионот, базиран на знаење, при што е предвидено:

(а) Зголемување на **БДП по глава на вработен жител за 32% (конкретно во РМ таргетот е од 28,029 евра во 2010 година на 35,000 во 2020 година),**

(б) Дополнување на работната сила со 300.000 **висококвалификувани работници (таргетот за РМ е од 169,790 во 2010 на 204,000 во 2020 година).**

2. Методолошки проблеми

Пред да преминеме кон каква било квалитативна анализа на набележаните таргети и коментирање на конкретните наоди, би сакала да укажам на неколку проблеми кои задираат директно во методологијата на прибирање и прикажување на статистичките податоци, т.е. во квалитетот на самите статистички податоци.

Имено, тогаш кога кај „паметниот раст“ треба да го измериме **БДП по вработено лице** (во евра според паритетот на куповната моќ), во Стратегијата 2020, за МК за 2010 година фигурира податок од 28,029 евра БДП по вработено лице кој во 2020 се очекува да се искачи на 35,000 евра. Консултирајќи го Статистичкиот преглед на Државниот завод за статистика (Државен завод за статистика, 2014а), каде се прикажани податоци од Европската програма за споредба од 2011 година, наидуваме на податок дека БДП на Македонија во 2011 година изнесувал 7,479 (милиони) евра што соодветствува на званичниот податок за БДП во денари (согласно со ревидираната ЕСА 95 класификација) кој изнесувал 461,698 (милиони) денари. Ако овој износ го поделиме со бројот на вработените во 2011 год., кој согласно со званичните податоци на Државниот завод за статистика изнесувал 645,085 (Државен завод за статистика, 2011а), добиваме дека БДП по вработено лице изнесувал 11,593.8 евра, што е далеку пониско од претходно споменатите суми како таргет (било во 2010 или во 2020 година).

На сличен проблем и недоследност наидуваме и во однос на потребата од дефинирање на статистичката категорија **висококвалификувани работници (ВКР)**, потребна за дополнување на работната сила. Имено, во „Стратегијата ЈИЕ 2020“ е употребен терминот **висококвалификувани работници**, додека во Пребарувачот на РСС (Regional Cooperation Council, 2014b) за напредокот на Стратегијата (SEE 2020 Progress Tracker) е употребен терминот **терцијарно образование** (Tertiary educated), а, пак, ДЗС прави разграничување на вработените според школската подготовка, каде се употребуваат термините **вишо и високо образование** (Државен завод за статистика, 2011а).

Според тоа, иако согласно со Меѓународната стандардна класификација на образованието (International Standard Classification in Education) од 2011 година, применувана и во МСКОБ 2010 (ДЗС, 2011b), нивоата 5 и 6 одговараат на т.н. терцијарно образование, што најверојатно и би можело да се поистовети со вишо и високо образование (термини, употребувани од страна на ДЗС), не само што никаде тоа не е назначено, туку уште повеќе, никаде не е објаснето дека истите термини евентуално одговараат и на побаруваната категорија висококвалификувани работници, термин употребуван во „Стратегијата ЈИЕ 2020“.

Ова, најверојатно, е и главната причина зошто во Пребарувачот на РСС за напредокот на Стратегијата - SEE 2020 Progress Tracker (Regional Cooperation Council, 2014b) недостасуваат податоци за терцијарното образование во Република Македонија. Од истите причини не можеме да бидеме ниту сигурни за вкупната бројка на т.н. висококвалификувани работници, која според Стратегијата во 2010 година, за Македонија наводно изнесувала 169,790 а се очекува во 2020 година бројката да се искачи на 204,000 висококвалификувани во редовите на работната сила. Консултирајќи ги званичните податоци од Анкетата на работната сила во 2013 година во РМ, наидуваме на податок дека бројот на вработените со високо образование во РМ во 2013 година изнесувал 169,639, додека на оние со вишо образование бил 25,567, што заедно прави вкупно 195,206 лица (Државен завод за статистика, 2011а). Но, дали таа бројка истовремено се однесува на висококвалификуваните, т.е. на оние од терцијарното образование е дилема која опстојува и за која очекуваме да дадат релевантен одговор одговорните државни институции, како би можеле да бидеме сигурни во квалитетот и исправноста на употребуваните статистички податоци.

3. Бројките зборуваат самите за себе

Согласно со „Стратегијата ЈИЕ 2020“, за да се достигнат претходно поставените таргети во столбот П/И раст, земјите од Регионот, меѓу нив и Република Македонија, идентификувале и се обврзале дека ќе преземат акции во четири главни области и тоа:

1. Истражување и развој (И&Р) и иновации.
2. Образование и компетенции.
3. Информатичко општество.
4. Културни и креативни сектори.

Да видиме сега што покажуваат резултатите од Пребарувачот на РСС (Regional Cooperation Council, 2014b) за напредокот на Стратегијата (SEE 2020 Progress Tracker), од Барометарот за т.н. балканско мислење (Balkan Opinion Barometer), како и резултатите од Балканскиот бизнис барометар (Balkan Business Barometer), споредени со податоците од релевантни стратешки документи во Република Македонија и каква е евентуалната „финансиска таргетираност“ (меѓу другото и преку Инструментот ИПА II) за постигнување на целите од „Стратегијата ЈИЕ 2020“ во Столбот П/И раст? Така, радува фактот дека се намалува процентот на лица кои рано го напуштаат образованието, а тоа се лица на возраст од 18-24 години кои немаат никакво или имаат најмногу основно образование, во однос на вкупната популација од истата возрастна група, од 16.2% во 2009 година на 11.4% во 2013 година (види Табела 1).

Табела 1. Лица во Р. Македонија кои рано го напуштаат образованието

	2009	2010	2011	2012	2013
%	16.2	15.5	13.5	11.7	11.4

Извор: Државен завод за статистика (2014b), Статистички преглед 2.4.14.04/779, стр.124.

Сепак, од друга страна, доколку се задржиме на издвојувањата за И&Р (GERD), бројките од SEE 2020 Progress Tracker за Македонија се катастрофални (види Табела 2). Тие покажуваат издвојувања од само 0.221% од БДП во Р. Македонија (најниско во споредба со земјите од регионот), за разлика од издвојувањата на ниво на ЕУ каде истите во просек изнесуваат 2.03%. Ова покажува дека тешко може и да се зборува за намера за остварување „извонредност“ (excellence) со толку мали инвестиции во човеков капитал и истражувања во Република Македонија.

Табела 2. Вкупни трошоци за И&Р (% од БДП)

Земја/регион	2008	2009	2010	2011	2012
Р.Македонија	н.п.	0.199	0.221	н.п.	н.п.
Словенија	1.65	1.86	2.11	2.47	н.п.
Хрватска	н.п.	0.85	0.75	0.75	н.п.
Србија	н.п.	0.92	0.79	0.77	н.п.
Албанија	0.15	0.2	0.2	0.2	н.п.
Црна Гора				0,41	
Германија	2.69	2.82	2.8	2.84	н.п.
ЕУ-27 (просек)				2.03	

Извор: Извадени статистики од одделните ERAWATCH извештаи, достапни на: http://erawatch.jrc.ec.europa.eu/erawatch/opencms/information/reports/country_rep

Ситуацијата е уште поалармантна ако се погледнат бројките за одвојувањата за И&Р на бизнис заедницата. Имено, ако во Германија 2/3 од инвестициите доаѓаат од бизнисот, во Македонија тие не зафаќаат ниту 1/4 и се намалуваат од година во година (види Табела 3).

Табела 3. Бизнес вложувања за И&Р (% од вкупните трошоци)

Земја/регион	2009	2010	2011
Македонија	21.1	11.2	н.п.
Словенија	64.6	67.8	73.9
Хрватска	н.п.	н.п.	38.2
Србија	14.32	11.63	9.38
Албанија	26.3	52.1	н.п.
Германија	66.1	65.6	67
ЕУ-27 просек			38.2

Извор: Извадени статистики од одделните ERAWATCH извештаи, достапни на: http://erawatch.jrc.ec.europa.eu/erawatch/opencms/information/reports/country_rep

Нагату, интересно е дека, според анкетата на „Балкан бизнис барометар“ (Balkan Opinion Barometer), спроведена во декември 2014 година меѓу 1400 компании во сите седум земји¹ од регионот, 88% од фирмите во Македонија одговориле дека немале скоро никаква соработка со образовни институции во земјата на полето на И&Р, за да развијат нови производи или услуги (Regional Cooperation Council, 2014b). Тоа укажува на фактот дека за фирмите врската со образовните институции не е примарна цел, одговор кој е скоро идентичен со оној на индивидуалните испитаници (вкупно 7000 во целиот Регион во анкетата на “Balkan Opinion Barometer”), така што кога биле запрашани што според нивно мислење е најважно за прогрес во животот и работата, за 28% од испитаниците тоа е да се „знаат вистинските луѓе“ (23% во целиот Регион), а само за 13% е „да се има добро образование“.

¹ И покрај влегувањето на Хрватска во ЕУ (јули 2013 година), Стратегијата ЈИЕ 2020 содржи податоци за седумте земји од ЈИЕ: Албанија, Босна и Херцеговина, Косово, Република Македонија, Србија, Хрватска и Црна Гора.

што, споредено со просекот во Регионот (23%), е многу ниска бројка кога е во прашање Република Македонија (Regional Cooperation Council, 2014b).

Консултирајќи ја развојната Програма на Владата на РМ 2014-2018 (Влада на Република Македонија, 2014), наидуваме на пет набележани стратемиски цели, од кои една се однесува токму на образованието и општеството базирано на знаење, при што е апострофирано дека е потребно да се инвестира во образование, наука и информатички технологии, за да се достигнат развојните приоритети, кои во ИПА II се набележани како: поддршка на социјалната и економска инклузија (пред сè кај младите, малциствата, жените и ранливите групи). Меѓутоа, она што загрижува е фактот дека мерките кои во моментот ги презема Владата, се во потполна спротивност со набележаните приоритети. Имено, на 17 октомври 2012 година, Владата донесе тригодишен акциски план за промовирање на повеќе и подобри работни места за младите на возраст од 15-29 години (НАПВМ). Но, наместо да се фокусира на зајакнување на политиките за вработување, вклучувајќи програми за образование, обука на млади, со цел да се подобрат можностите за вработување и социјално вклучување и вработување на младите, преку новиот проект со наслов „Македонија вработува“, Владата рекламира вработувања на невработени лица од 35 до 50 години кои повеќе од 10 години се без работа, лица над 50 години, како и лица од ранливите категории на граѓани, приматели на социјална парична помош, самохрани родители, родители на 3 или повеќе деца, деца без родители и родителска грижа и родители на деца со пречки во развојот. ..“ (Министерство за труд и социјална политика, 2015). Оттаму и Европската комисија искажува загриженост, што е впрочем напоменато и во самиот Документ за ИПА II: „...на Владата ѝ недостасува развоен план кој јасно ќе ги покаже начините како таа планира да ги достигне набележаните приоритети...“ (European Commission, 2014a).

Заклучок

Ако на крајот ги сумираме резултатите во однос на „Стратегијата ЈИЕ 2020“ и тоа посебно во делот за Република Македонија кој се однесува на образованието и на иновациите, како би можеле да се мапираат перспективите

на забрзувањето на пристапувањето кон ЕУ, секако дека радува фактот дека се намалува процентот на лица кои рано го напуштаат образованието. Сепак, загрижуваат податоците кои се однесуваат на издвојувањата за И&Р како процент од БДП, бизнис вложувањата за И&Р и соработката на бизнис заедницата со образовните институции, како и мислењата на поединците во врска со важноста на образованието за личниот и за општествениот прогрес. Оттаму, сè додека не се зголемат финансиските одвојувања за подобрување на научноистражувачкиот систем во земјата, туку се служиме само со декларативни заложби за иновативна Македонија со евро-атлантски аспирации, сè дотогаш ќе останеме на дното на иновациската мапа во регионот и во Европа, па оттаму и далеку од поставените таргети.

Од друга страна, како што апострофиравме и претходно, неопходна е конзистентност и имплементација на веќе прифатените статистички методологии, зашто без издржани статистички податоци не можат да се прават веродостојни анализи, а уште помалку точни предвидувања. Така и покрај фактот дека Република Македонија предничи пред другите земји во Регионот со расположливост на податоци, посебно во делот на иновациите и на информатичкото општество, видовме дека е алармантна ситуацијата со одделни податоци (БДП по вработен и ВКР), пред сè како последица на недоследностите во нивното дефинирање. Оттаму, сосема е разбирливо дека се создава дури и сомнеж во нивната веродостојност. Во таква ситуација, се става под знак прашање прифатливоста, па оттаму и споредливоста на статистичките податоци, поставени во „Стратегијата ЈИЕ 2020“ во делот П/И раст. На ваков начин таа, за жал, повеќе станува фикција, наместо да биде реална алатка за забрзување на интеграцијата на Република Македонија кон ЕУ, па оттаму и за остварување на целите на отворениот регионализам на ЕУ.

Користена литература:

1. *Влада на Република Македонија*: Програма на Владата на Република Македонија (2014-2018), достапно на: http://vlada.mk/sites/default/files/GPRV2014-18_godina.pdf
2. Државен Завод за Статистика (2014а): *Статистички преглед бр 772 (3.4.14.01)*
3. Државен завод за статистика (2014б), *Статистички преглед бр 779 (2.4.14.04)*
4. Државен Завод за Статистика (2011а): *Анкета за работната сила*

5. Државен Завод за Статистика (2011b): Меѓународна стандардна класификација на образованието- МСКОБ-ISCED2011, accessible at: <http://www.stat.gov.mk/KlasifikaciiNomenklaturi.aspx%3Fid%3D4>.
6. European Commission: ERAWATCH, Platform on Research and Innovation policies and systems, accessible at: <http://erawatch.jrc.ec.europa.eu/>
7. European Commission (2014a): “*Indicative Strategy Paper for the Former Yugoslav Republic of Macedonia (2014-2020)*”, European Commission, Brussels, accessible at: http://ec.europa.eu/enlargement/pdf/key_documents/2014/20140919-csp-former-yugoslav-republic-of-macedonia.pdf
8. European Commission (2014b): “*EU Candidate & Potential Candidate Countries' Economic Quarterly*”, third quarter, Economic and Finance Affairs, European Commission, Brussels, accessible at: http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/cspaceq/documents/cceq_2014_q3_en.pdf
9. European Commission, (2010): *Communication from the Commission: "Europe 2020 - A strategy for smart, sustainable and inclusive growth"*, European Commission, Brussels, accessible at: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
10. Министерство за труд и социјална политика (2015): Македонија вработува, достапно на: <http://www.mtsp.gov.mk/makedonija-vrabotuva.nsp>
11. Regional Cooperation Council (2014a): *South East Europe 2020: "Jobs and Prosperity in a European perspective"*, Regional Cooperation Council, Sarajevo, accessible at: <http://www.rcc.int/files/user/docs/reports/SEE2020-Strategy.pdf>
12. Regional Cooperation Council (2014b): *South East Europe Development Scoreboard*, accessible at: <http://www.rcc.int>

THE SEE 2020 STRATEGY, A TOOL OR A FICTION FOR ACCELERATING EU INTEGRAION OF THE REPUBLIC OF MACEDONIA

Biljana Sekulovska-Gaber, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
gaber@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Regional integration is not the same as regional cooperation, and, indeed, there is sometimes rather little connection between them. Even though rarely, countries from the same region (as for example the countries from SEE) might be unwilling to cooperate. This may cause delays and difficulties in the realization of their main goal to become a part (member) of a same regional integration (EU). In order to foster trust and find solutions to help the process of EU integration of SEE countries, EU uses different forms of regional cooperation (known as open regionalism), as a possible mechanism of speeding up the integration process of this group of countries into the EU.

Using the Republic of Macedonia as an example, the proposals given in the paper suggest that the EU method of open regionalism represented by the imposed SEE 2020 Strategy of the Regional Cooperation Council-RCC, is expected to be a main tool for accelerating regional cooperation among countries in the SEE and their integration into the EU. In order to fulfill its task, meet the targets and not to be viewed only as a fiction, it is inevitable that the SEE 2020 Strategy uses statistical data that is in accordance with internationally accepted and recognized standards and criteria. Unfortunately, it was not the case when taking the smart and innovative growth in the Republic of Macedonia as an example.

Key words: *open regionalism, EU integration, RCC, Europe 2020, SEE 2020*

ДАЛИ СЕ УШТЕ ПОСТОЈАТ КАЛЕНДАРСКИТЕ АНОМАЛИИ НА ПРИНОСИТЕ НА МБИ10 ИНДЕКСОТ?

проф. д-р Драган Тевдовски
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
dragan@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Целта на овој труд е да утврди дали постои прекршување на хипотезата за случаен од и да го испита постоењето на три календарски аномалии на дневните приноси на МБИ10 индексот: ефектот на денот на неделата, ефектот на половина месец и ефектот на преодот во месецот. Посебно се испитува постоењето на секој од овие ефекти во средината и волатилноста на приносите на индексот. Стандардни регресиони модели со вештачки променливи се користат при утврдување на ефектите во средината, додека GARCH(1,1) модели со вештачки променливи се користат при утврдување на ефектите во волатилноста. Резултатите покажуваат дека дневните приноси на МБИ10 индексот се карактеризираат со силно присуство на ефектот на денот во неделата, додека кај волатилноста на индексот, ефектот на денот во неделата е само умерено присутен. Ефектот на половина месец и ефектот на преодот во месецот не е присутен кај дневните приноси на МБИ10. Спротивно на ова, волатилноста на индексот се карактеризира со силно присуство на ефектот на половина месец, а умерено присуство на ефектот на преодот во месецот.

Клучни зборови: календарски аномалии, дневни приноси, вештачки променливи, МБИ10.

1. Вовед

Хипотезата за ефикасен пазар на Фама (Fama, 1965) претпоставува дека финансиските пазари се информациски ефикасни. Тој во својот најблаг облик тврди дека цените на тргуваните акции веќе ги содржат сите минати информации. И како резултат, инвеститорите не можат да остварат натпросечни приноси тргувајќи со акции. Сепак, многу емпириски студии покажуваат дека во приносите на акциите се среќаваат сезонски или циклични варирања кои се појавуваат во одредени временски периоди, кои се нарекуваат календарски ефекти или аномалии. Нивното постоење означува прекршување на хипотезата за ефикасен пазар според бихејвиористичките економисти (на пример, Канеман и Тверски), иако Фама и неговите поборници, како Френч, тоа го негираат, меѓутоа сепак го признаваат нивното постоење и тоа го објаснуваат со случајност. Како и да е, самото постоење на календарските ефекти значи дека инвеститорите можат да дизајнираат стратегии за остварување на натпросечни приноси.

Трудот има две цели. Прво да утврди дали е прекршена хипотезата за ефикасен пазар на македонскиот пазар на хартии од вредност, претставен преку МБИ10 индексот, за што се користи тестот на сооднос на варијансата на Lo and MacKinlay (1988). Втората цел е да утврди дали постојат три видови на календарски аномалии на приносите на МБИ10 индексот: ефектот на денот во неделата, ефектот на половина месец и ефектот на преодот на месецот. Притоа, посебно се утврдува присуството на секој од овие ефекти кај средината и волатилноста на приносите на индексот.

Постојат само четири трудови кои го испитувале присуството на календарските ефекти на приносите на МБИ10, колку што му е познато на авторот. Тевдовски (2009) година утврдува дека не постои една форма на ефектот на денот во неделата - викенд ефектот кај дневните приноси на МБИ10 во периодот од почетокот на 2005 година до средината на 2008 година. Georgantopoulos и Tsamis (2011) го покажуваа присуството на ефектот на денот во неделата кај индексот за време на периодот од 2002 до 2008 година. Тевдовски, Михајлов и Саздовски (2012) и Тевдовски (2013) покажуваат дека викенд ефектот е присутен кај МБИ10 индексот за време на Глобалната криза (од 2007 до почетокот на 2011 година). Сегашниот труд го проверува присуството не само на ефектот на денот во неделата, туку и на други два календарски аномалии, за период на набљудување кој досега

не е испитуван во емпирииската литература (до средината на 2014 година). Идејата на трудов е да провери дали календарските аномалии исчезнале од кога ù биле предочени на професионалната заедница. Постојат повеќе емпириски трудови кои го докажуваат исчезнувањето на календарските ефекти во развиените пазари на хартии од вредност од кога ù се предочени на професионалната заедница, меѓу кои поважни се следниве трудови: Rubinstein (2001), Sullivan, Timmerman and White (2001), Schwert (2003), Maberly and Waggoner (2000) и Dimson and Marsh (1999).

Структурата на трудот е следната: во вториот дел се претставени поважните емпириски трудови кои ги анализираат календарските аномалии; методологијата и описот на податоците се претставени во третиот и во четвртиот дел; емпириските резултати се прикажани во петтиот дел и на крајот се дадени заклучните согледувања.

2. Преглед на релевантната литература

Постојат голем број на научни студии кои се обидуваат да го докажат постоењето на календарските аномалии. Cross (1973) е еден од првите кој го изучува викенд ефектот, но притоа не користи статистички модели. Тој ги анализира приносите на Стандард и Пурс 500 индексот (S&P 500) за време на периодот од 1953 до 1970 година и заклучува дека просечниот принос во петок (0.12 проценти) е повисок од тој во понеделник (-0.18 проценти). До сличен заклучок доаѓа и French (1980), кој го изучува S&P 500 за периодот од 1953 до 1977 година и открива дека приносите во понеделник се пониски од другите денови во неделата за 0.2 проценти во просек и дека просечните приноси во понеделник се негативни во дури 20 од вкупно 25 години. Исто така, Gibbons and Hess (1981) го анализираат Дау Џонс индустрискиот индекс (Dow Jones Industrial Index) и откриваат дека просечните приноси во понеделник се негативни. Rogalski (1984) е првиот кој користи регресионен модел, F и t-статистики и открива дека приносите на акциите во понеделник се негативни, но притоа резултатите не се статистички значајни. Aggarwal and Tandon (1994) со користење на регресионен модел со вештачки променливи заклучува дека просечните приноси во понеделник се негативни во 13 земји, а добиените резултати се статистички значајни само во 7 земји. Тие, исто така, покажуваат дека просечните приноси во петок се позитивни и

статистички значајни во најголемиот број од земјите.

Постојат различни објаснувања за ефектот на денот во неделата. Abraham and Ikenberry (1994) сметаат дека инвеститорите имаат тенденција да продаваат во понеделник по ревизијата на нивните портфолија за време на викендот. Chen and Singal (2003) покажуваат дека инвеститорите ги затвораат кратките позиции (купуваат) во петците и повторно ги отвораат (продаваат) во понеделниците. Penman (1987) открива дека лошите вести за заработувачката имаат поголема веројатност да бидат објавени за време на викендот од добрите вести. Сепак, заедничко за овие објаснувања е што не можат да бидат генерализирани за сите земји.

Првите трудови кои ги документираат ефектот на половина месец и ефектот на преодот во месецот се: Ariel (1987), Lakonishok and Smidt (1988), Cinar and Vu (1991), Hensel et al. (1994) и Martikainen et al. (1995). Ефектот на половина месец значи дека просечниот принос на хартиите од вредност е повисок во деновите на тргување во првата половина на месецот, во споредба со деновите на тргување од втората половина од месецот. Ефектот на преодот во месецот значи и дека просечните приноси во последните неколку денови и првите неколку денови од месецот се повисоки, во споредба со другите денови на тргување во месецот.

Слично на ефектот на денот во неделата, во литературата се даваат различни објаснувања за ефектот на половина месец и ефектот на преодот во месецот. Објаснувањата се дека тие настануваат поради групирање на плаќањата на плати и други обврски (Odgen, 1990), зголемената ликвидност (Pettengill and Jordan, 1988; Booth et al., 2001) и од групирањето на информациите за заработувачката (Penman, 1987).

3. Методологија

Во овој дел се презентира емпириската методологија: прво, се прикажува тестот на соодносот на варијансата (англ. variance-ratio test), кој се користи за да се испита отстапувањето од хипотезата на случаен од; и второ, се претставуваат модели за оценување на календарски аномалии кои можат да бидат утврдени во дневни податоци (ефектот на денот во неделата, ефектот на половина месец и ефектот на преодот на месецот).

Тест на соодносот на варијансата

Последица на информациската ефикасност е тоа што приносите на хартиите од вредност треба да се однесуваат како процес на случаен од. Хипотезата на случаен од е точна ако варијансата на приносите од повеќе периоди е збир на варијансите на поединечните периоди. Постојат повеќе тестови кои емпириски ја испитуваат оваа карактеристика, при што најпознат е тестот на соодносот на варијансата на Lo and MacKinlay (1988). Идејата на овој тест е дека ако податоците следат случаен од, тогаш варијансата на приносите на q -периоди треба да биде q пати поголема од варијансата на приносите на 1-период. Така, соодносот на варијансите треба да биде близок до еден:

$$VR(q) = \frac{\sigma^2(q)}{q\sigma^2(1)} = 1 \quad (1)$$

Кога хипотезата за случаен од е погрешна, $VR(q)$ е еднаков на $q\sigma^2(1)$ плус коваријансата помеѓу сите парови на различни приноси (Taylor, 2005). Затоа, z -статистиката на соодносот на варијансата:

$$z_N = \frac{\sqrt{VR(q)} - 1}{\sqrt{\hat{\sigma}^2(q)}} \quad (2)$$

е асимптомски $N(0, 1)$ за соодветен избор на оцената $\hat{\sigma}^2(q)$. Lo and MacKinlay обезбедуваат оценка во случај на хомоскедастичен случаен од и во случај на хетероскедастичен случаен од. Притоа, во емпириските анализи е вообичаено да се оценат z -статистиките за повеќе вредности на q , бидејќи соодносот на варијансата може да важи за секој период $q > 1$. Chow and Denning (1993) воведоа тест статистика која ја испитува максималната апсолутна вредност на множеството на повеќе статистики на соодносот на варијансата, со цел да се контролира големината на заедничкиот тест. Подобрувањето на карактеристиките на малиот примерок во индивидуалните и заедничките тестови на сооднос на варијансата може да се направи со помош на пристапот на Kim (2006).

Оценување на ефектот денот во неделата

Се користи стандардна методологија со цел да се тестира сезоналноста во приносите на хартии од вредност (French 1980, Rogalski 1984, Agrawal and Tandon 1994, and Mills and Couts 1995). Тоа е регресионен модел со вештачки променливи:

$$R_t = \alpha_1 + \sum_{i=2}^5 \alpha_i D_{it} + u_t \quad (3)$$

$$h_t^2 = \alpha + \beta u_{t-1}^2 + \gamma h_{t-1}^2 + \sum_{i=2}^5 \delta_i D_{it} \quad (4)$$

каде, во равенството на средината, R_t го претставува дневниот логаритмиран принос (во %); D_{it} е бинарна променлива за различните денови на тргување во неделата, од вторник до петок, респективно (т.е. $D_{2t} = 1$ ако денот t е вторник, а нула за секој друг ден во неделата, итн.). Понеделник претставува контролна категорија. Коефициентот α_1 го претставува просечниот дневен принос за понеделник (контролната категорија), додека α_2 до α_5 ја претставуваат разликата помеѓу просечниот дневен принос во понеделник и просечниот дневен принос во другите денови на тргување во неделата. Случајната грешка се означува со u_t и таа е идентично и независно распоредена. Gujarati (2004) тврди дека ваквите видови на модели се поопшти од t тестот кој се користи со цел да се споредат просечните вредности на две категории или групи. Ако не постојат разлики помеѓу просечните приноси на индексот во различните денови во неделата, коефициентите α_2 до α_5 се еднакви на нула. Затоа, нултата хипотеза на релевантниот Валд тест е $H_0: \alpha = 0$ за $i = 2, \dots, 5$. Ако нултата хипотеза се отфрли, тогаш приносите на индексот се карактеризираат со одредена форма на сезоналност во приносите по денови во неделата (Georgantopoulos and Tsamis, 2011).

Равенството за варијансата е GARCH(1,1) модел, каде, h_t^2 ја претставува условната варијанса u_t . Таа се користи да се оцени ефектот на денот во неделата во волатилноста. Ако не постои ефектот на денот во неделата во волатилноста, параметрите δ_2 до δ_5 се еднакви на нула, така што нултата хипотеза е $H_0: \delta_i = 0$ за $i = 2, \dots, 5$.

Оценување на ефектот на половина месец

За оценување на ефектот на половина месец се користи модел првично предложен од Lakonishok and Smidt (1988). Равенствата на средината и варијансата се:

$$R_t = \alpha_0 + \alpha_1 H_{1t} + u_t \quad (5)$$

$$h_t^2 = \alpha + \beta u_{t-1}^2 + \gamma h_{t-1}^2 + \delta H_{1t} \quad (6)$$

каде, H_{1t} е бинарна променлива, која може да земе вредност 1 ако денот на

тргување е од првиот до петнаесеттиот календарски ден во месецот и 0 во другите случаи. Коефициентот α_0 го означува просечниот дневен принос на деновите на тргување во втората половина на месецот (контролната категорија), додека α_1 ја претставува разликата помеѓу просечниот дневен принос во првата половина на месецот и контролната категорија. Коефициентот δ го означува ефектот на половина месец во волатилноста. Ако не постои ефектот на половина месец во волатилноста, тогаш коефициентот δ е нула.

Оценување на ефектот на преодот на месецот

За оценување на ефектот на преодот на месецот се користи модел првично предложен од Ariel (1987), Lakonishok and Smidt (1988) и Agrawal (1994). Равенствата на средината и варијансата се:

$$R_t = \alpha_0 + \alpha_1 T(-3)_t + \alpha_2 T(-2)_t + \alpha_3 T(-1)_t + \alpha_4 T(+1)_t + \alpha_5 T(+2)_t + \alpha_6 T(+3)_t + u_t \quad (7)$$

$$h_t^2 = \alpha + \beta u_{t-1}^2 + \gamma h_{t-1}^2 + \delta_1 T(-3)_t + \delta_2 T(-2)_t + \delta_3 T(-1)_t + \delta_4 T(+1)_t + \delta_5 T(+2)_t + \delta_6 T(+3)_t \quad (8)$$

каде вештачките променливи се индикатор за деновите од преодот во месецот. Поточно $T(-3)$, $T(-2)$ и $T(-1)$ се бинарни променливи кои го претставуваат третиот последен, вториот последен и последниот ден на тргување во месецот, респективно, додека $T(+1)$, $T(+2)$, $T(+3)$ се бинарни променливи кои го претставуваат првиот, вториот и третиот ден на тргување во месецот, респективно. Коефициентите од α_1 до α_6 ја претставуваат разликата помеѓу просечниот принос од одредениот ден на тргување од преодот на месецот и просечниот принос во останатите денови на тргување во месецот. Нултата хипотеза кај релевантниот Валд тест е $H_0: \alpha_i = 0$ за $i = 1, \dots, 6$. Ако нултата хипотеза се отфрли, тогаш приносите на индексот покажуваат некој облик на ефектот на преодот во месецот во средината. Коефициентите од δ_1 до δ_6 ја претставуваат разликата во волатилноста помеѓу одредениот ден на тргување од преодот на месецот и волатилноста во другите денови на тргување во месецот. Нултата хипотеза на релевантниот Валд тест е $H_0: \delta_i = 0$ за $i = 1, \dots, 6$. Ако нултата хипотеза се отфрли, тогаш приносите на индексот се карактеризираат со одреден облик на ефектот на преодот во месецот во волатилноста.

4. Податоци

Емпириските модели се применуваат на приносите на МБИ10. Извор на податоците е базата DataStream database. Се користат дневните логаритмирани приноси (во проценти) на индексот, пресметани од ценовните вредности на индексот. Податоците го опфаќаат периодот од 11 јануари 2007 година до 25 јуни 2014 година. Вкупниот број на опсервации е 1945. Главен настан за време на периодот на набљудување е Глобалната финансиска криза која започна да се чувствува од крајот на 2007 година.

Табела 1: *Дескриптивни статистики на дневните приноси на МБИ10*

	Средина	Стандардна девијација	Коефициент на асиметрија	Коефициент на сплоснатост
МБИ10	-0.0443	1.3791	-0.44	11.92

Извор: Пресметка на авторот врз основа на податоци од Datastream.

Дескриптивните статистики на дневните приноси на МБИ10 индексот се прикажани во табелата 1. Просечниот дневен принос на МБИ10 индексот во набљудуваниот период изнесува -0.0443%, додека стандардната девијација на приносот е 1.3791. Распоредот на приносите на индексот се одликува со умерена асиметрија, а позитивниот коефициент на сплоснатост покажува дека распоредот има подебели опашки во споредба со нормалниот распоред.

5. Емпириски резултати

Резултатите на заедничките тестови на сооднос на варијансата се прикажани во табелата 2. Првата колона од табелата се однесува на максималната вредност на тест статистиката на сооднос на варијансата ($Z - \text{статистиката}$) за хомоскедастичен случаен од, додека втората колона се однесува на максималната вредност на тест статистиката на сооднос на варијансата ($Z - \text{статистиката}$) за хетероскедастични робустни оцени. Кога е вистинита нултата хипотеза, вредноста на тестот на сооднос на варијанса е 1 и тест статистиката има стандардизиран нормален распоред (асимптотски). Во случајот на МБИ10 индексот, тест статистиката ја отфрла нултата хипотеза и во двата случаја. Овој резултат укажува на тоа дека

македонскиот пазар на хартии од вредност не е ефикасен во набљудуваниот период.

Табела 2: Заеднички тестови на сооднос на варијанса

Хипотеза за хомоскедастичен случаен од	Хипотеза за хетероскедастичен случаен од
Max z (во период 4)	Max z (во период 4)
14.6455***	6.3674***
(0.0000)	(0.0000)

Забелешка: */**/** показуваат дека коефициентот е различен од нула на 10%/5%/1% ниво на значајност; р-вредностите се дадени во заградите. Извор: Пресметка на авторот.

Табелата 3 ги содржи оцените на ефектот на денот во неделата за приносите на индексот. Валд тестот ја отфрла нултата хипотеза на ниво на значајност од 1%, што значи дека во приносите на МБИ10 индексот постои ефектот на денот во неделата. Оценетите поединечни коефициенти на моделот покажуваат дека просечните приноси во четврток и петок се повисоки од просечниот принос во понеделник.

Табела 3: Ефектот на денот во неделата во средината

α_1	α_2	α_3	α_4	α_5	Валд тест F-статистика
-0.1002***	-0.0711	0.0439	0.1652***	0.1219**	6.8093***
(0.0073)	(0.1659)	(0.4155)	(0.0009)	(0.0184)	(0.0000)

Забелешка: */**/** показуваат дека коефициентот е различен од нула на 10%/5%/1% ниво на значајност; р-вредностите се дадени во заградите. Извор: Пресметка на авторот.

Табелата 4 ги покажува оцените на ефектот на денот во неделата за волатилноста на индексот. Валд тестот ја отфрла нултата хипотеза на ниво на значајност од 5%, што значи дека во волатилноста на МБИ10 индексот постои ефектот на денот во неделата. Оценетите поединечни коефициенти на моделот покажуваат дека само вторник има повисока просечна волатилност од понеделник.

Табела 4: Ефектот на денот во неделата во волатилноста

α	β	γ	δ_2	δ_3	δ_4	δ_5	Валд тест F-стат.
0.0367	0.2422***	0.7576***	0.1079*	-0.0701	0.0019	-0.0198	3.0056**
(0.3023)	(0.0000)	(0.0000)	(0.0760)	(0.1532)	(0.9674)	(0.7300)	(0.0174)

Забелешка: */**/** показуваат дека коефициентот е различен од нула на 10%/5%/1% ниво на значајност; р-вредностите се дадени во заградите. Извор: Пресметка на авторот.

Табелата 5 ги покажува оцените на ефектот на половина месец за приносите на индексот. Коефициентот α_1 не е статистички значаен, што значи дека во случајот на МБИ10 не постои ефектот на половина месец во приносите.

Табела 5: Ефектот на половина месец во средината

α_0	α_1
-0.0401	-0.0015
(0.1034)	(0.9651)

Забелешка: */**/** показуваат дека коефициентот е различен од нула на 10%/5%/1% ниво на значајност; р-вредностите се дадени во заградите. Извор: Пресметка на авторот.

Табелата 6 ги покажува оцените на ефектот на половина месец за волатилноста на индексот. Коефициентот δ е значаен на ниво од 1%, што значи дека во случајот на МБИ10 се јавува ефектот на половина месец во волатилноста, т.е. волатилноста на МБИ10 во деновите на тргување од првата половина на месецот е повисока во однос на волатилноста на деновите на тргување во втората половина од месецот.

Табела 6: Ефектот на половина месец во волатилноста

α	β	γ	δ
0.0174***	0.2328***	0.7690***	0.0402***
(0.0024)	(0.0000)	(0.0000)	(0.0001)

Забелешка: */**/** показуваат дека коефициентот е различен од нула на 10%/5%/1% ниво на значајност; р-вредностите се дадени во заградите. Извор: Пресметка на авторот.

Табелата 7 ги покажува оцените на ефектот на преодот на месецот за приносите на индексот. Валд тестот ја прифаќа нултата хипотеза дека

коэффициентите од α_1 до α_6 се еднакви на нула, што значи дека во приносите на МБИ10 индексот не постои ефектот на преодот во месецот.

Табела 7: Ефектот на преодот на месецот во средината

α_0	α_1	α_2	α_3	α_4	α_5	α_6	Валд тест F-стаг.
-0.0701*** (0.0018)	0.0842 (0.2254)	0.1231** (0.0388)	0.1036 (0.1560)	0.0835 (0.3476)	0.0660 (0.4302)	-0.0480 (0.6016)	1.1729 (0.3179)

Забелешка: */**/** показуваат дека коэффициентот е различен од нула на 10%/5%/1% ниво на значајност; p-вредностите се дадени во заградите. Извор: Пресметка на авторот.

Табелата 8 ги покажува оцените на ефектот на преодот на месецот за волатилноста на индексот. Валд тестот ја отфрла нултата хипотеза дека коэффициентите од δ_1 до δ_6 се еднакви на нула, што значи дека во волатилноста на МБИ10 индексот постои ефектот на преодот во месецот. Оценетите коефициенти покажуваат дека третиот последен и вториот последен ден на тргување имаат пониска волатилност од другите денови на тргување во месецот, додека третиот ден на тргување во месецот има повисока волатилност од другите денови на тргување во месецот.

Табела 8: Ефектот на преодот на месецот во волатилноста

α	β	γ	δ_1	δ_2	δ_3	δ_4	δ_5	δ_6	Валд тест F-стаг.
0.0344*** (0.0000)	0.2358*** (0.0000)	0.7660*** (0.0000)	-0.1244*** (0.0081)	-0.0897* (0.0687)	0.1314** (0.0406)	-0.0721 (0.2342)	0.0528 (0.3008)	0.1676*** (0.0035)	8.0879** (0.0000)

Забелешка: */**/** показуваат дека коэффициентот е различен од нула на 10%/5%/1% ниво на значајност; p-вредностите се дадени во заградите. Извор: Пресметка на авторот.

6. Заклучок

Трудот ја испитува ефикасноста на македонскиот пазар на хартии од вредност преку тестирање на хипотезата за случаен од на МБИ10 индексот. Тестот на соодносот на варијансата ја отфрла хипотезата за случаен од на МБИ10. Понатаму, се испитуваат три вида на календарски аномалии кои можат да се јават на дневните приноси на индексот: ефектот на денот во неделата, ефектот на половина месец и ефектот на преодот во месецот.

Период на набљудување во анализата е од 11 јануари 2007 година до 25 јуни 2014 година. Вкупниот број на опсервации изнесува 1945.

Табела 9: Сумарно прикажување на анализираниите календарски ефекти за МБИ10

Ефектот на денот во неделата		Ефектот на половина месец		Ефектот на преодот во месецот	
Средина	Волатилност	Средина	Волатилност	Средина	Волатилност
Силно	Умерено	Нема	Силно	Нема	Умерено

Забелешка: Слабо/Умерено/Силно присуство врз основа на нивото на значајност*/**/** на соодветниот Валд тест.

Извор: Претставено од авторот.

Анализата се базира на стандардни модели кои се користат во релевантната литература. Табелата 9 ги сумира резултатите на календарските ефекти. Во набљудуваниот период, дневните приноси на МБИ10 индексот се карактеризираат со силно присуство на ефектот на денот во неделата, додека кај волатилноста на индексот ефектот на денот во неделата е само умерено присутен. Ефектот на половина месец и ефектот на преодот во месецот не е присутен кај дневните приноси на МБИ10. Спротивно на ова, волатилноста на индексот се карактеризира со силно присуство на ефектот на половина месец, а умерено присуство на ефектот на преодот во месецот.

Користена литература:

1. Agrawal, A., and K. Tandon (1994). "Anomalies or Illusions? Evidence from Stock Markets in Eighteen Countries." *Journal of International Money and Finance* 13: 83-106.
2. Booth, T., Kallunki, J.-P., & Martikainen, T. (2001). Liquidity and the turn-of-the-month effect: Evidence from Finland, *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 11, 137-146.
3. Chang, E., J. Pinegar and R. Ravichandran (1993) "International Evidence on the Robustness of the Day of the Week Effect", *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 28, pp 497-513.
4. Cross, F. (1973). "The behavior of stock prices on Fridays and Mondays," *Financial Analysts Journal*, 29(6), 67-69.

5. Dyl, E. and Maberly, E. (1986) "The Weekly Pattern in Stock Index Futures: A Further Note", *Journal of Finance*, 41 No:5, 1149- 1152.
6. Fama, E.F. (1970). Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work, *Journal of Finance*, 25: 383-417.
7. Fama, Eugene F. (1965) "The Behavior of Stock Market Prices", *Journal of Business*, Vol.38, No.1, pp. 34-105.
8. French, K. (1980). "Stock Returns and the Weekend Effect". *Journal of Financial Economics*, 8(1), 55-69.
9. Georgantopoulos, A. and Tsamis, A. (2012). A Comparative Study on Calendar Effects: Greece vs Bulgaria. *International Journal of Economic Research*.
10. Georgantopoulos, A., Kenourgios D., Tsamis A. (2011). Calendar Anomalies in Emerging Balkan Equity Markets, *International Economics and Finance Journal*, 6(1): 67-82.
11. Georgantopoulos, A., Tsamis A. (2011). Investigating Seasonal Patterns in Developing Countries: The Case of FYROM Stock Market, *International Journal of Economics and Financial Issues*, 1(4): 211-219.
12. Gibbons, M. R., & Hess, P. (1981). "Day of the Week Effects and Asset Returns," *The Journal of Business*, 54(4), 579-596.
13. Granger, C.W.J, and Morgenstern O. (1970). *Predictability of Stock Market Prices*, Lexington, MA: Heath..
14. Gujarati, D. (2004) *Basic Econometrics*. McGraw Hill.
15. Jensen, M. (1978). Some Anomalous Evidence Regarding Market Efficiency, *Journal of Financial Economics*, 6: 95-102.
16. Karadzic, V., BackovicVulic T. (2011). The Montenegrin Capital Market: Calendar Anomalies, *Economic Annals*, Vol. LVI, No.191, pp. 107-121.
17. Lo, A.W., and MacKinlay A.C. (1988). Stock market prices do not follow random walks: evidence from simple specification test, *Review of Financial Studies*: 1: 41-66.
18. Miller, E. M. (1988) "Why a Weekend Effect?", *Journal of Portfolio Management*, pp. 43-48.
19. Mills, T. C. and Coutts, J. A. (1995), Calendar Effects in the London Stock Exchange FTSE Indices, *The European Journal of Finance*, 1: 79-93.
20. Odgen, J. (1990). Turn-of-the-month evaluations of liquid profits and stock returns: A common explanation for the monthly and January effects, *Journal of Finance*, 45, 1259-1272.
21. Penman, S. (1987). The distribution of earnings news over time and seasonalities in aggregate stock returns, *Journal of Financial Economics*, 18, 199-228.

22. Pettengill, G., & Jordan, B. (1988). A comprehensive examination of volume effects and seasonality of daily security returns, *Journal of Financial Research*, 11, 57-70.
23. Rogalski, R.J. (1984). "New findings regarding day of the week returns over trading and nontrading periods: A note," *Journal of Finance* 39, 603-14.
24. Rubinstein, M. (2001) "Rational Markets: Yes or No? The Affirmative Case", *Financial Analysts Journal*, 57, pp. 15-29.
25. Schwert, G. (2001) "Anomalies and Market Efficiency", in G. Constantinides et al., *Handbook of the Economics of Finance*, North Holland, Amsterdam.
26. Scrinjaric, T. (2012) "Kalendarskiucinci u prinosimadionica", *Ekonomskipregled*, 63(11), pp. 651-678.
27. Steely, J. (2001) "A Note on Information Seasonality and the Disappearance of the weekend Effect in UK Stock Market", *Journal of Banking and Finance*, 25, pp. 1941-1956.
28. Sullivan, R., A. Timmermann, and H. White (2001) "Dangers of Data mining: The Case of Calendar Effects in Stock Returns", *Journal of Econometrics*, 105, pp. 249-286.
29. Taylor, Stephen J. (2005). *Asset Price Dynamics, Volatility, and Prediction*, Princeton University Press, New Jersey.
30. Taylor, Stephen J. (2008). *Financial Times Series*, World Scientific.
31. Tevdovski, D., Mihajlov M., and Sazdovski I. (2012). "The Day of the Week Effect in South Eastern Europe Stock Markets," *Annals of the Constantin Brancusi University, Economic Series, Vol.3*, pp. 20-24.
32. Тевдовски, Д. (2009) "Календарски ефектина приносите на акции од Македонската берза", *Годишник на Економскиот факултет - Скопје*, Том.44, Скопје, стр.443-452.
33. Тевдовски, Д. (2013) "Дали викенд ефектот е присутен за време на финансиска криза" Докази од избрани балкански берзи на хартии од вредност, *Годишник на Економскиот факултет - Скопје*, Том.48.

ARE CALENDAR ANOMALIES STILL PRESENT IN THE MBI10 INDEX RETURNS?

Dragan Tevdovski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
dragan@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The goal of this paper is to test the existence of the random walk hypothesis and to examine the presence of the three calendar anomalies of the MBI10 index daily returns: the day-of-the-week effect, the halfmonth effect and the turnof-the-month one. We specifically examine the existence of each calendar effect separately in the mean and in the volatility of the index returns. We apply standard regression models with dummy variables for the effects in the mean returns, and GARCH(1,1) models with dummy variables for the effects in the volatility of returns. The results present evidence that daily returns of the MBI10 are characterized by strong presence of the day-of-the-week effect in the mean and its moderate presence in the volatility. The half-month and the turn-of-the-month effects are not present in the mean of the MBI10 daily returns. Contrary to this, the MBI10 volatility is characterized by strong presence of the half-month-effect, with moderate presence of the turn-of-the-month one.

Key words: *calendar anomalies, daily returns, dummy variables, MBI10.*

МАРКС ОД ПЕРСПЕКТИВА НА ГЛОБАЛНАТА КРИЗА

проф. д-р Олга Теменугова-Градишка
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет-Скопје, Р.Македонија
temenugova@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Глобалната криза од 2008 година има многу сличности со Големата економска криза од 1929/33 година, како по причините кои ја провоцираа, така и по терапијата со која се санираше, што дозволи да бидат дијагностицирани како „две рунди“ на ист процес - слабости на капиталистичкото општествено-економско уредување.

Неоспорно е дека последната, актуелната криза, како никогаш досега, ја реанимираше, рециклираше Марксовата доктрина, која навистина се експонира како детално „скенирање“ на економската анатомија на капитализмот. Марксовиот „Das Kapital“ денес се чита и препрочитува во капиталистичкиот свет, доживува вистинска „ренесанса“ во настојувањето да се најде најадекватниот излез од лавиринтите на глобалната криза. Оттука и основниот мотив да го напишеме овој труд, односно да ја потсетиме научната, стручната и широката јавност на Марксовото учење, секогаш негирано во капитализмот, а потполно заборавено во екс-социјализмот. Затоа низ Марксова призма, а во контекст на глобалната криза, овде ќе проговориме за капитализмот како систем, за кризите како негова неминовност, за Марксовите предикции, за современите капиталистички случувања и за краткорочната, односно долгорочната судбина на капитализмот.

Клучни зборови: *глобалната криза, закономерноста на кризите, Марксовите предикции, судбината на капитализмот*

**„Додека постои капитализмот,
ќе постои и Маркс“**

М. Ковач

Марксовите наоди за капитализмот

Капиталистичкото општество Маркс го опишува како општествено-економски систем во кој стоковото производство добива општ карактер, т.е. сите производи¹ добиваат третман на стока, односно се наменети за пазар. Основата на капитализмот базира на приватната сопственост врз средствата за производство, на што се темели и можноста за експлоатација на работничката класа. Движечкиот мотив и цел на капиталистичкото производство е профитот², чија срж ја чини дел од неплатената вредност на работната сила која се купува со дел од капиталот³, наменет за производство. Во капиталистичкото стоковно производство општествениот амбиент го карактеризираат: индивидуалната иницијатива и организација; либерализацијата на стопанските движења; слободната конкуренција и спонтаниот економски развој.

Профитот, продукт на работниците, го присвојуваат капиталистите, како сопственици на факторите на производство и притоа еден дел од него наменуваат за лична потрошувачка, а другиот дел за акумулација, за зголемување на производството преку интензивни или екстензивни форми на експлоатација. Со акумулацијата на капиталот, а подоцна и со неговата концентрација и централизација, доаѓа до поларизирање на општественото богатство, до значајни нееднаквости, со што се заострува класната борба и се подготвува теренот за револуција на пролетаријатот со крајна цел уривање на ваквиот социјален поредок во правец на комунизам/социјализам⁴. Така, според Маркс, општиот закон на акумулацијата провоцира дебаланс помеѓу напредните производни сили (економската база) и стагнантните продукциони односи (општествената надградба).

Во Марксовата дедукција стои дека правата граница на капиталистичко производство е самиот капитал, чие акумулирање се јавува како почетна и крајна точка, како побуда и цел за произведување воопшто. Оттука, производството е

1 Вклучително и работната сила.

2 Во Марксовата терминологија тој е преобразена форма на вишокот на вредноста.

3 Овој капитал Маркс го именува како варијабилен (променлив) капитал.

4 Сега од Марксовото учење не се заканува никаква револуционерна опасност, бидејќи од главата на луѓето Маркс се пресели во книгите. Затоа, многу поверојатна станува еволутивната (мирната) vs револуционерната (насилната) преобразба на капитализмот.

само производство за капитал, а не обратно. Така, акумулирањето на капиталот е во постојана противречност со методите за раст на производството, бидејќи производството се трансформира во цел сама за себе.

Маркс за капиталистичките кризи

Марковата анализа на капиталистичкото општество влегува во редот на најобемните и најконзистентните, па оттука и неговите научни погледи за капиталистичките кризи воопшто и нивните исходи посебно се навистина вредни за респектирање.

Ако го парафразираме Марковото учење за кризите, тогаш тие добиваат карактер на постојани периодични нарушувања кои го потресуваат капиталистичкиот систем заради присуството на стока која не наоѓа реализација на пазарот. Ваквите кризи на хиперпродукција провоцираат дисконтинуитет во процесот на репродукцијата, односно во нормалните движења на стоковниот пазар. Всушност, доаѓа до натрупување на стока на пазарот, која поради ниската куповна моќ не може да се продаде, па консеквентно производството бележи пад, вработеноста исто така, наемниците се намалуваат, се влегува во стопанско мртвило, од кое постепено се излегува сè до наредната криза. Оттука и Марковата декларација за цикличниот, а не рамномерниот, развиток на капитализмот, односно за економските кризи како законитост на капиталистичкото функционирање. Притоа, Маркс не заборава да нотира дека формалната можност за капиталистичките кризи е врзана за парите како платежно средство, т.е. за кредитот⁵.

Кризите во Марковото учење не се поттикнати од случајни околности, туку како законита појава се провоцирани од основната капиталистичка противречност меѓу општествениот карактер на производството од една и приватното присвојување од друга страна⁶. Општествениот карактер на капиталистичкото производство е детерминиран од меѓусебната поврзаност на сите производители, од нивната истоветна усмереност да произведуваат за општеството и од фактот што производите на едно лице минуваат низ рацете на многу други. Конфронтацијата лежи во тоа што резултатите од овој заеднички (општествен, колективен) труд ги присвојува една класа-

5 Маркс наведува пет функции на парите (како мерка на вредноста, како прометно средство, како платежно средство, како средство за тргување на благо и како светски пари).

6 Распределбата секогаш била „табу“ тема за капитализмот, па оттука и високата нееднаквост во индивидуални и во национални рамки.

капиталисти, а врз основа на приватната сопственост над средствата за производство. Ваквата противречност се манифестира на два начина: прво, преку деталната организираност на производството во секое поединечно претпријатие (микрoплан) и тоталната анархија на вкупното производство (макрoплан) и второ, преку неограничената тенденција на секој капиталист што повеќе да произведе и ограничената куповна моќ на работното население.

Исто така, Маркс подвлекува дека капиталистичкото стопанство не е постојано во криза. Кризите избувнуваат периодично во одредени временски интервали заради дејството на противречни фактори кои дејствуваат перманентно и симултано - едни, кои влијаат врз проширување на репродукцијата/реализацијата и други кои истовремено влијаат врз стеснување на репродукцијата/реализацијата.

Кризата е привремено, насилно решавање на постоечките капиталистички противречности, насилни „експлозии“ кои по извесно време ја воспоставуваат нарушената рамнотежа - дециден е Маркс. Во истиот контекст тој продолжува дека капиталистичкото производство се развива циклично, циклусот го дефинира како период од една до друга криза, односно како процес кој се одвива по фази: криза, депресија, оживување, просперитет, криза.

А ргоро кризните последици, Маркс се согласува дека од кризите не останува поштеден ниту еден сегмент од стопанството, односно дека тие се само рефлекс на фактот дека „капиталистичките продукциони односи дошле во судир, стануваат кочница за развојот на капиталистичките производствени сили“.

Низ призма на сегашната криза, следната Марксoва мисла доби пророчко значење: „Сопствениците на капиталот и на бизнисот кај работниците ќе поттикнуваат и ќе стимулираат потреба да ја купуваат нивната скапа стока, станoви, куќи и технологија, обврзувајќи ги притоа да вложуваат во скапи хипотекарни кредити до ниво на неиздржливост. И на крајот, тие неисплатени долгови ќе предизвикаат банкрот на банките, кои ќе мора да бидат национализирани⁷, па државата тогаш ќе тргне кон патот што води до комунизам“⁷. (<http://www.snopes.com/politics/quotes/somsunerdept.asp#oo fehgofzgzljcz.99>).

⁷ Национализацијата на големите банки и осигурителни компании, како и „инјекциите“ од огромни државни парични средства во нив, се случуваа како спас од глобалната криза.

Марксовите предикции за капитализмот

Марксовите антиципации заслужуваат внимание и во врска со глобализацијата, монополот, измислените потреби. Големата економска криза, тенденциите за пад на профитната стапка

- Хиперпродукцијата ќе провоцира ширење на капитализмот до планетарни размери во функција на освојување на нови пазари заради пласман на стоката, претпоставил Маркс⁸. Ова, *de facto*, е денешниот процес на глобализацијата, потрагата по нови пазари со ефтина работна сила и устоличување на капитализмот насекаде низ светот, доброволно или насилно.
- Во Марксовите наоѓања⁹ моќта над пазарот сè повеќе ќе се концентрира во големи монополистички фирми vs исчезнувањето на малите локални претпријатија. Бидејќи капитализмот ќе тежнее кон монополизација, ќе мора да постои и построга регулатива. И навистина, во XX век сме сведоци на елиминацијата на малите банки и претпријатија, за сметка на ланците на големи банки и фирми (мултинационални компании), односно на поригорозното антимонополско законодавство.
- Маркс зборувал и за трендот на одредување високи цени за производите кои не се неопходни, што ќе доведе до нехумани, софистицирани, неприродни и измислени конзумеристички апетити. Современци сме и на оваа појава, т.е. кога моделите на производите секојдневно се менуваат и се усовршуваат (естетски и функционално), со цел постојано да се купуваат-потрошувачки модел на однесување.
- Капитализмот е склон да запаѓа во кризи, а желбата за поголем профит ќе ги упатува компаниите кон сè поголема автоматизираност на работните места заради можноста за производство на повеќе стока¹⁰, што ќе резултира со намалување на наемнините до степен работниците да не можат да ги купат производите што ги произвеле. Токму ова се случи во времето на Големата економска криза (1929/33 година), односно се случува и денес со глобалната криза (2008 година).
- Наемнините нема да растат, туку ќе опаѓаат заради присуство на „резервната армија на трудот“. Респективно на трошоците за работната сила, компаниите ќе заштедуваат што е сосема изводливо во услови на голема невработеност. И ова Марксово предвидување реалноста го потврдува. Невработеноста стана „нормална“ појава во капитализмот,

8 За ова Маркс пишувал 1848 година прогнозирајќи дека ќе се случува кон крајот на 20-тиот век.

9 Во XIX век ваквите размислувања делувале чудно, а во XX век се повеќе од видливи.

10 Вложување на постојан (фиксен) капитал, според Маркс.

а некоја поголема загриженост кај фирмите во врска со неа не се забележува и повторно во потрага по повисока маса на профит.

- Со порастот на органскиот состав на капиталот¹¹, што претставува тренд во капитализмот заради зголемување на учеството на константниот vs варијабилниот капитал, на сцена стапува законот за тенденциско опаѓање на профитната стапка. Токму заради дејствувањето на овој закон капиталот сè повеќе се селеше во финансиската сфера на штета на реалниот сектор, обидувајќи се низ мноштвото на финансиски деривати да го остави безбедно неговото височество-профитот. Глобалната криза ја демантираше исправноста на ваквите потези.

Покрај наведените Марковски предикции, вредно е да се напомене дека тој испишал и многу страници за нееднаквоста на индивидуално, односно национално ниво, за политичката корумпираност, за техничкиот прогрес, кои сегашноста повеќекратно ги верификувала.

In fine, ползувајќи ги своите оригинални методи на истражување¹² и потпирајќи се врз законите на дијалектиката¹³, судбината на капитализмот Маркс ја врзува за неговото исчезнување, трансформирање во похумано општествено-економско уредување¹⁴. Капитализмот самиот себе ќе се „изгризе“, гушејќи се во своите противречности, во својата алчност по профит, а тоа ќе се случи тогаш кога тој ќе навлезе во сите пори на земјината топка, т.е. ќе ги исцрпи сите свои можности, излегувајќи сè поистоштен и послаб од секоја наредна криза¹⁵.

И навистина, од Големата економска криза¹⁶ (1929/33 година) капитализмот доживеал многу кризи и успеал да се извлече од нив. „Волшебното стапче“ за тоа го пронаоѓал во потрагата по нови пазари, нивно покорување и експлоатирање на месното население¹⁷. Затоа во 2008 година, кога избувна последната криза, се очекуваше дека е во прашање незгода која бргу ќе се елиминира со подобра регулација. Меѓутоа, токму таа докажа дека се работи за длабока мешана криза¹⁸ која задира во контурите на самиот капитализам како систем. Марковста предикција дека кога

11 Техничкиот состав на капиталот, изразен вредносно, се опфаќа под поимот органски состав на капиталот. Авторството за оваа категорија го има Маркс

12 Причинско-последичниот, историско-логичниот и брилијантниот метод на апстракции.

13 Единство на спротивности, преод на квантитет во квалитет и законот за негација на негацијата.

14 Во Марковото учење „смената на епохите е законита појава“, па консеквентно на капитализмот му е судено да умре.

15 Ова е de facto т.н. еволутивен (мирен) пат за укинување на капитализмот.

16 Заслугата за спасувањето на капитализмот од оваа криза со право му се припишува на Кејнс.

17 Особено земјите од третиот свет.

18 Хипотекарна, финансиска, економска, должничка, структурна и системска истовремено.

капитализмот ќе го изгуби својот простор за експанзија ќе доживее колапс¹⁹ заради системската блокада пред која е исправен, со оглед на денешното ниво на неговата глобалност и умреженост, веќе не е далеку од реалноста, т.е. од својата реализација. Затоа, за последната криза како „втора рунда“ на Големата економска криза сè уште не може да се најде долгорочно решение.

Вулгаризацијата на Марксовото учење

Марксовото наследство беше затемнето со промашувањата за комунизмот/социјализмот²⁰ кој и не беше примарната Маркова преокупација. Конечно, Маркс и немал намера да навлегува во исцрпна анализа на комунистичкото/социјалистичкото општество, односно како тоа би функционирало. Всушност, изнел само своја визија за него и тоа на многу мал број страници. Од овој агол на опсервација, најголемиот удар на комунизмот/социјализмот го нанела руската револуција која настапила прерано. Ако го следиме Марксовото резонирање, изгледите за комунизмот/социјализмот биле многу поверојатни во развиените капиталистички земји, оние кај кои капитализмот дал сè од себе и создал материјална основа за комунистичко/социјалистичко опстојување, одошто во неразвиената и сиромашна Русија од 1917 година. Значи, проблемот го создадоа марксистите, т.е. оние кои Марксовите комунистички/социјалистички идеи, иако оскудни, ги сфатија како апсолутна вистина, па по секоја цена, дури и насилно, се обидуваа да ги вградат во неподготвена, несоодветна економска средина, т.е. да експериментираат со нив.

Еден од најголемите операционализатори на Марксовите комунистички/социјалистички сфаќања беше Ленин²¹, но овде ќе го споменеме во друг контекст. Имено, неговото дело: „Империјализмот како највисок стадиум на капитализмот“²² претставува вистинско дополнување, продолжување на Марковиот капитал. Нарекувајќи ја највисоката капиталистичка развојна фаза²² империјализам, тој ја врзува за пет карактеристики и тоа: концентрација

19 Пред 150 години напишал Маркс.

20 Социјализмот не е општествено-економска формација, туку преоден период, преодна фаза помеѓу капиталистичкиот и комунистичкиот систем, па оттука задржува белези и на едниот и на другиот (стоковното производство како капиталистички ентитет, а општествената сопственост како комунистички ентитет).

21 Тој најдобро на „терен“ ги почувствувал недоизграденоста и незаокруженоста на Марксовите идеи за комунизмот/социјализмот, обидувајќи се до одреден степен да ги адаптира на несоодветната општествено-економска констелација.

22 Според едно мислење, последната фаза на капитализмот треба да се нарече индивидуализам (А. Ѓериќ), а по нашето дури и конзумеризам (О.Г. Теменугова).

и централизација на капиталот/производството; финансискиот капитал и финансиската олигархија; извозот на капитал; економска поделба на светот и територијална поделба на светот. Сите пет белези на една од етапите во развојот на капитализмот се манифестираше, а и денес се актуелни во практиката, т.е. не губат од своето значење.

Ако резимираме, тогаш Маркс неправедно беше „истеран“, како од капитализмот, така и од екс-социјализмот. Во првиот случај, не заради капиталистичката дијагноза, туку заради рецептите за измена на капитализмот. Во вториот случај, заради вулгаризирањето на неговите комунистички/социјалистички идеи и импровизирањето со методите за нивното устоличување²³. Всушност и во едниот и во другиот случај Маркс беше погрешно разбран пред сè заради идеолошките предрасуди, врзани за неговото учење. Меѓутоа, Марксовата морална сатисфакција може да се пронајде во фактот што ниту капитализмот, ниту социјализмот не се прославија, т.е. беа компромитирани.

Глобалната криза и Марксовото учење

Распространетата претстава дека Маркс а priori имал аверзија кон капитализмот е сосема погрешна. Напротив, тој капитализмот го окарактеризирал како противречен и несовршен систем во кој егзистира неспоивост помеѓу деталноста на микро ниво (индивидуално претпријатие) и анархичноста на макро ниво (национално, државно), но му го оддал своето признание за огромниот економски напредок и развој, па оттаму го етикетираше како систем на “функционална рационалност и суштинска ирационалност”. Затоа, според Маркс, борбата меѓу капиталот и трудот, односно меѓу индивидуалната организираност и колективната анархичност, се постојаната закана за капитализмот. Во наодите на Маркс стабилни општествено-економски односи не можат да се градат врз приватна сопственост од една и нерегулиран пазар од друга страна. Приватната сопственост продуцира неприфатливи општествени нееднакости²⁴ кои на анархичен пазар закономерно резултираат во тешки економски кризи²⁵ и големи општествени потреси. Затоа, процесот на акумулација на капиталот

23 Теоријата, па и практиката, не нудеше сознанија за трансформацијата на капитализмот во комунизам/социјализам. Ваква теоретско-практична основа не постоеше и за обратната трансформација, а сепак екс-социјалистичките земји, преку транзицијата станаа дел од единствениот капиталистички систем.

24 Нееднаквостите сами по себе создаваат нестабилност во општествени рамки.

25 Метафорички Маркс кризите ги нарекува „општествени чуми“.

во капиталистичкото опкружување се одвива на асоцијален начин и респективно е следен со кризи, војни, беда и неволји.

Од друга страна, основата на секоја вредност Маркс ја наоѓа во трудот, во производството, во реалниот сектор. Но, за волја на вистината, кризата од 2008 година го атакуваше токму реалниот сектор, манифестирајќи се во пад на производството, пред сè заради пад на потрошувачката, а во полза на финансискиот сектор²⁶. Тука се вгнезди и „вкусот“ на кризата, зафаќајќи ја економијата на САД, а поради глобализационите процеси се пренесе и на другите економии во светот. Родена на пазарот на недвижности, кризата го зафати целиот финансиски пазар, оттука и реалниот пазар, попримајќи симптоми на финансиска, економска, должничка, структурна и системска криза истовремено и тоа не од локален, туку од глобален карактер поради монолитноста на капиталистичкиот систем.

Финансиската економија се обиде да докаже дека наместо со традиционалните фактори на производство (труд, земја, суровини, капитал), вредност може да се создава и со непроизводни „финансиски фактори“ (електронски трансакции, диспаратет меѓу активни и пасивни камати, курсни разлики и сл., базирани на факторот време), односно дека и без производство може да се создаде огромен виртуелен капитал. На таков начин, беше минимализиран трудот, а максимизирани хазардните вештини, како елементи на капиталот. Меѓутоа, како што беше создаден, така ваквиот капитал и исчезна, бидејќи уште на стартој ја изгуби конекцијата со реалноста. Иако огромни суми на виртуелни пари го преплавија светот, надминувајќи ја повеќекратно вредноста на глобалниот општествен производ²⁷, беше повеќе од јасно дека девастирањето на реалниот сектор и неговото супституирање со виртуелна „казино економија“ не е само погрешно, туку и многу погубно.

Класичната аксиома „ништо без труд, ништо без производство“ остана недемантирана. Ете зошто Маркс беше во право со својата теорија за капиталот, бидејќи реалноста докажа дека тој капитал не може да се замени со парче хартија²⁸ и да обезбеди победа на капитализмот со корумпирање на пролетаријатот преку идеологијата на конзумеризмот. Во овој контекст, афирмација добива и Марксовата недвосмислена изјава дека долгорочно одржување на начин на производство кој е првенствено свртен кон профит

26 Повисоките профитни стапки во финансиската сфера vs реалната сфера водеа до масовен прилив на капитал (домашен и туѓ) во рамки на финансиите.

27 Детерминираноста на овој капитал без покритие „лебдеше во воздух“. Се работеше за шпекулативен балон кој на крајот мораше да пукне.

28 Тој треба да се однесува или на стока (добра) или на пари, а во случајот не беше ниту едно, ниту друго.

е неможно и неодржливо.

Периодичното обезвреднување на постојниот капитал, што е иманентно средство на капиталистичкиот начин на производство за да се задржи падот на профитната стапка и за да се забрза акумулацијата на капитал вредноста со создавање на нов капитал, ги нарушува дадените односи во кои се одвива прометниот и репродукциониот процес на капиталот, па затоа е следено со застои и кризи во процесот на производство - смета Маркс²⁹.

In genere, историјата се поигра со Маркс, но последната, глобалата криза, го врати на тронот. Во прилог на ваквата констатација сведочи фактот што денес се реafirмира Марксовото сфаќање за егзистенцијата на капитализмот од една до друга криза за неговата неминовност да осцилира низ криза, сè додека самиот не се изгризе одвнатре, не се уништи сам од себе.

Наместо заклучок

И конечно, не може да се одбегне прашањето, што во духот на Марксовите експликации би требало да се случува во капитализмот на краток, односно на подолг рок, а во функција на избегнување на кризните синусоиди.

На краток рок би требало да се најде начин парите (како стоков, а не како знаков еквивалент) кои ги нема, а ако ги има се прилично скапи, да се пласираат во реалниот сектор, а финансискиот сектор да се стави под ригорозна контрола³⁰. Од овој аспект, идеологијата “купувај за да купуваш” треба да биде забравена³¹. Спасувањето на реалниот сектор ќе го усмерува капиталот на сигурен терен, т.е. кон земјите на третиот свет кои се поконкурентни, каде наемнините се пониски и каде владее конзистентната идеологија на труд, односно на производство³².

На решението за долг рок ќе треба да почекаме. Имено, кризата го доведе под прашање неолибералниот капиталистички модел на функционирање, демантирајќи ја тезата за неговата идеалност, т.е. тезата за неговото експонирање како „крај на историјата“. Оттука, светот се најде во потрага по некои нови модели на општествено економско уредување, односно нови идеологии (ниту леви, ниту десни) на кои тие би се темелиле.

29 Во третиот том на „Капитал“.

30 Дури и во ерата на најраната фаза на либералниот капитализам две области биле под државна контрола: банкарството и надворешната трговија.

31 На високите наемнини, куќите/становите на кредит треба да им се стави крај.

32 Од аголот на сериозноста на последната криза, еден кинески високодржавник ќе изјави: „Нашите учители сега имаат проблеми“.

Сепак, досега не е исфрлена новата алтернатива на постојниот еднополарен капиталистички систем, но сè почести се мислењата за негово ревидирање, реконструирање, па и супституирање со некој нов систем, некоја нова идеологија.

Како и да е, се наоѓаме на почетокот од крајот на сегашниот капитализам во полза на некој нов со похуман профил и анфас³³. Ете, во тој контекст денес се зборува дека „духот на Маркс лебди над светот или дека баукот на социјализмот/комунизмот доживува реинкарнација“.

Користена литература:

1. *Acta Economica*, (2009): godina VII, br. 10, E.F, Banja Luka, str. 133-152.
2. *Acta Economica*, (2010): godina VIII, br. 12, E.F., Banja Luka, str.65-81.
3. Vlačo, N. (2014): „Marks predvideo sta nas ceка“, 02.02.2014, *Blic*, Serbia. <http://www.blic.rs/Vesti/Svet/439287/Marks-predvideo-sta-nas-ceka-2014-godine>
4. Đerić, A. (2012): „Zasto je Marks sišao s uma“, 18.01.2012, *Vikki*, Serbia. <http://www.makroekonomija.org/ekonomske-teorije/zasto-je-marks-sisao-s-uma>
5. Dukić P. (2010): „Globalna i nacionalna ekonomska kriza - izazov za reforme i održivi rast ekonomije“, *Skola biznisa*, br. 1, Novi Sad, str.1-11.
6. Jusić, M. (2012): „Kriza kapitalizma i povratak Marksa“, *Al Jazeera*, Bosna <http://balkans.aljazeera.net/vijesti/kriza-kapitalizma-i-povratak-marksa>
7. Krugman, P. (2008): *The Return of Depression Economics and The Crisis of 2008*, Penguin Books, UK.
8. Krugman, P. (2011): *The Profession and The Crisis*, *EEJ* 37, p. 307-312.
9. Marjanović, G. (2010): „Uticaj ekonomske krize na glavni tok ekonomske misli“, *Ekonomski horizonti*, br.12, Kragujevac, str. 5-20.
10. Milaković, N. (2013): „Finansko - ekonomska kriza zahteva temeljno preispitivanje ekonomije i kao teorije i kao prakse“, *Naucni časopis za ekonomiju*, br. 1, Banja Luka, str.5-17.
11. Piketi, T. (2015): *Kapital XXI veka*, Akademska knjiga, Novi Sad.
12. Сорос, Џ. (1999): *Крива на глобалниот капитализам*, Култура, Скопје.
13. Stipić, B. (2014): „Jeli moguć kapitalizam s ljudskim licem - ispunjava li se Marksovo proročanstvo“, 08.11.2014, *Globus*, Hrvatska. <http://globus.jutarnji.hr/hrvatska/ispunjava-se-marxovo-prorocanstvo>
14. Thurov, L. C. (1997): *Buducnost Kapitalizma*, MATE, Zagreb.
15. Fukuyama, F. (1992): *The End of History and The Last Man*, Free Press, New York.

33 Германија спроведува зелена револуција, САД се залагаат за здравствени реформи, Италија ги отпишува долговите на невработените, Унгарија го реформира својот даночен систем, а даночно реформирање креира и Хрватска.

MARX FROM THE PERSPECTIVE OF THE GLOBAL CRISIS

Olga Gradiska-Temenugova PhD

“Ss. Cyril and Methodius”- University in Skopje

Faculty of Economics - Skopje R.Macedonia

temenugova@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The global crisis in 2008 has many similarities with the great economic crisis from 1929/33, in terms of comparison of both the causes that provoked it, as well as the therapy that treated it, thus showing them as “two rounds” of a same process - the flaws of the capitalist system.

It is a fact that the current crisis, like never before, has reanimated and recycled Marx’s doctrine that really presents a detailed “scanning” of the economic anatomy of capitalism. Nowadays, Marx’s “Das Kapital” is read and reread in capitalist societies, it is going through its own “renaissance”, as it were, in the efforts to show the most adequate exit from the labyrinth of the global crisis. With the foregoing in mind, the basic motivation behind this paper, i.e. is to remind the scientific, expert and even the general public of the Marx’s doctrine, always negated in capitalism, and completely forgotten in former socialist societies. Therefore, through Marx’s prism, and in the context of the global crisis, there will be a discussion about capitalism as a system, about its crisis as its inevitability, about Marx’s predictions, about the contemporary capitalist events and about the short-term, as well as the long-term “future” of capitalism.

Key words: *global crisis, inevitability of the crisis, Marx’s predictions, the “future” of capitalism*

УДК: 339.5.012.421 (4-12)

ANALYSIS OF THE TRADE FACILITATION INDICATORS IN THE COUNTRIES OF SOUTH-EASTERN EUROPE

Katerina Toshevska-Trpchevska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia

katerina@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Over the last two decades, it has been recognized that further liberalization of international trade is possible by undertaking trade facilitation measures. The effects that are expected from the measures in the field of trade facilitation show that they have greater influence over the liberalization of trade than all other trade barriers, including tariffs. Trade facilitation refers to policies and measures aimed at reducing trade costs by improving the efficiency at each stage of the international trade chain.

In this paper, we base our analysis on previous OECD findings and analysis of trade facilitation indicators for assessing the relative economic and trade impact of specific trade facilitation measures. We plan to analyze and indicate the importance of certain trade facilitation indicators over others and indicate the need of applying certain trade facilitation measures over others. We plan to analyze eleven trade facilitation indicators (TFIs) that correspond to the main policy areas under negotiations at the WTO. The analysis of individual trade facilitation indicators should also enable countries to better assess which trade facilitation measures deserve priority.

We base our analysis on 9 countries from South-East Europe, out of which five are CEFTA-2006 members: Albania, Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Montenegro and Serbia, and four are EU members: Bulgaria, Croatia, Romania and Greece.

Key words: *South East Europe, Trade Facilitation Indicators, Cross-Border Cooperation-External, National Trade Facilitation Committee.*

Introduction

In the last two decades, it has become evident that trade facilitation is a field where further liberalization could be achieved. The rules and procedures of the World Trade Organization mainly refer to tariffs and other non-tariff instruments. On the other hand, it has become more apparent that the international trade actors nowadays face different types of barriers. These barriers are administrative and sometimes informal, but have significant influence on the trade of goods on the international scene. The administrative barriers mainly comprise complicated customs procedures and complex documentation requirements and have increasing influence on the international flow of goods.

Trade facilitation is the field where further liberalization can be achieved and possible trade growth can be obtained. All countries agree that undertaking measures in this field can be beneficial for increasing their trade and the trade of their partners. The concept of trade facilitation under the auspices of the WTO refers to “measures for expediting the movement, release and clearance of goods, including goods in transit” (WTO, 2014).

The growing importance of trade facilitation is acknowledged with the signing of the new Agreement on Trade Facilitation at the WTO Ministerial Conference held in Bali in December 2013. In November 2014, the WTO members adopted a Protocol of Amendment to insert the new agreement in Annex 1A to the WTO Agreement. The Trade Facilitation Agreement will enter into force once two-thirds of the members have completed their domestic ratification process. As of August 2015, only 14 WTO members have ratified the Protocol of Amendment to insert the new Trade Facilitation Agreement.

The Trade Facilitation Agreement contains three sections: the first one refers to measures that countries can undertake to facilitate the movement of goods in international trade, the second refers to special and differential treatment provisions for developing country members and least-developed countries, and the third section contains institutional arrangements and final provisions (WTO, 2014). The trade facilitation measures have been organized in twelve articles numbered in the first section, as follows: publication and availability of information; opportunity to comment information before entry into force, and consultations; advance rulings; procedures for appeal or review; other measures to enhance impartiality, non-discrimination and transparency; disciplines on fees and charges imposed on or in connection with importation and exportation and

penalties; release and clearance of goods; border agency cooperation; movement of goods intended for import under customs control; formalities connected with importation, exportation and transit; freedom of transit; and customs cooperation (WTO, 2014 pp. 1-20).

Research Methodology

In this paper, we plan to obtain the goal by undertaking an analytical analysis of several research studies that have been done on the issue of implementation of trade facilitation measures in the countries of South-Eastern Europe. The main driver of the paper is to make an analytical and critical view of the values of the Trade Facilitation Indicators of these countries constructed by the methodology of OECD. We make this analysis as we think that the values of the indicators can show the points where these countries have made improvements and where they are lacking behind. It can also show which country has made an improvement and in which field and where other countries need to work and improve more.

Based on the negotiations that were conducted and before the signing of the WTO Trade Facilitation Agreement, OECD has undertaken work to develop Trade Facilitation Indicators (TFIs) and measure their relative economic and trade impact on trade flows and trade costs in WTO member countries. The work was conducted in two phases. The first one was conducted in 2011 by constructing twelve Trade Facilitation Indicators for twenty five OECD members and Hong Kong, China (Moise, Orliac and Minor, 2011, pp. 5-7). The second phase of the OECD work continued in 2013 by constructing sixteen Trade Facilitation Indicators for all WTO member countries and observers. The number of indicators has increased because of the development of four transit-specific indicators to take into account transit trade, which is of significant importance for developing landlocked and transit countries (Moise and Sorescu, 2013, pp. 5-9).

The goal of this paper is to analyze the specific characteristics of the trade facilitation indicators of certain countries from South-Eastern Europe. We included five countries that are currently members of the CEFTA-2006 agreement: Albania, Bosnia and Herzegovina, Macedonia, Montenegro and Serbia.¹ Moldova is excluded although it is a CEFTA-2006 member, since it shares only a small portion of trade with the above mentioned countries. As a

¹ Only Kosovo is not included due to non-existing data.

part of the geographical region of South-Eastern Europe we included Bulgaria, Croatia, Romania and Greece, although they are EU members and are by some indicators much better off than the other countries in the group. We have received the values for the Trade Facilitation Indicators for these countries from OECD and we use certain countries Trade Facilitation Self Assessments results, OECD Report on the elimination of non-tariff barriers in CEFTA-2006, Summary of the results of the CEFTA week 2014 and the notifications sent by the countries to the Preparatory Committee on Trade Facilitation in the WTO for making the analysis, drawing the conclusion and recommending further steps.

We also plan to use comparative analysis in order to draw conclusions and recommend future actions for promoting and undertaking further trade facilitation measures. To this goal, we have analyzed previous studies in this field. Damijan, de Sousa and Lamotte (2006) analyze the trade liberalization in the SEE countries and estimate the impact of tariff and nontariff barriers on exports of manufactured goods. They find that nontariff barriers exhibit larger effects on trade and also conclude that preferential trade agreements between SEE countries will have a limited impact on their mutual trade, since their trade potential has already been reached. Bjelić, Dragutinović Mitrović and Popović Petrović (2013) focus on one part of the SEE region, i.e., the Western Balkans countries. Their analysis indicates that technical barriers to trade significantly reduce Western Balkans' trade with the EU. Tosevska-Trpcevska and Tevdovski (2014) have applied the gravity model to measure the influence of certain customs and administrative barriers on trade between the countries of South Eastern Europe. They found that 10 percent reduction of the costs both in importer and exporter countries may lead to an approximately 10 percent increase in export, while a 10 percent reduction of the time at the border both in importer and exporter countries may lead to a 5.5 percent increase in export (Tosevska-Trpcevska and Tevdovski, 2014). In their further research, they have applied the gravity model, which has shown that only 5 indicators of the 11 measured ones have positive influence on their mutual trade. The results have shown that the *Information Availability, Involvement of the Trade Community, Appeal Procedures, Formalities – Automation and Border Agency Cooperation – External* indicators are statistically significant on a 10% level of export (Tosevska-Trpcevska and Tevdovski, 2015).

Trade Facilitation Indicators for the Countries of South-East Europe

Data for the Trade Facilitation Indicators are obtained electronically and directly from OECD. For countries outside the OECD area, the analysis is based on TFIs latest available data as of January 2013 and the set of TFIs as constructed in "Trade Facilitation Indicators: The Potential Impact of Trade Facilitation on Developing Countries Trade" (OECD Trade Policy Working Papers, No. 144, 2013). For OECD countries (Greece), the analysis is based on country replies received by June 2010 and the set of indicators as constructed in "Trade Facilitation Indicators: The Impact on Trade Costs", (OECD Trade Policy Working Papers, No. 118, 2011).

The Trade Facilitation Indicators were constructed by reorganization of the trade facilitation measures mentioned in the twelve articles in the Draft Consolidated Negotiating Text and later included in the twelve articles of the new Agreement on Trade Facilitation. The reorganization was done by taking into account similarities between measures and areas where further distinctions were warranted. For the needs of the second phase of research, four additional trade facilitation indicators have been developed for developing landlocked and transit countries, but the countries of South East Europe were not included in that analysis. For the purposes of this paper and the analysis of the nine South-Eastern European countries, we use the following twelve trade facilitation indicators:

- A. Information Availability;
- B. Involvement of Trade Community;
- C. Advance Rulings;
- D. Appeal Procedures;
- E. Fees and Charges;
- F. Formalities – Documents;
- G. Formalities – Automation;
- H. Formalities – Procedures;
- I. Border Agency Cooperation – Internal;

- J. Border Agency – External;
- K. Consularization;
- L. Governance and Impartiality (Moise and Sorescu, 2013, pp. 8-9).

The Information Availability indicator refers to publication of trade information, including information on internet and the establishment of enquiry points. The involvement of the Trade Community indicator measures the intensity of consultations between the government and the traders. The Advance Rulings indicator refers to the existence of prior statements by the administration to requests from traders concerning the classification, origin, valuation method, etc. applied to specific goods at the time of importation and to the rules and procedures applied to these statements. The next indicator, Appeal Procedures, measures the possibility and modalities to appeal administrative decisions by border agencies. Fees and Charges is an indicator that explains the disciplines on the fees and charges that countries apply to import and export transactions. Formalities – Documents is the indicator that measures the simplification of trade documents, the harmonization in accordance with international standards and the acceptance of copies by separate countries. The Formalities – Automation indicator refers to the electronic exchange of data, the application of automated border procedures and the use of risk management techniques in the countries. The following indicator, Formalities – Procedures refers to applying streamlined border controls, the establishment of single windows concepts as one point for submission of all required documents for trade, the application of post-clearance audits, and the introduction of authorized economic operators programs. The Border Agency Cooperation – Internal indicator refers to the cooperation between various border agencies within the same country, and the Border Agency Cooperation – External one refers to the cooperation between the border agencies of neighboring and third countries. The Consularization indicator refers to the imposition of consular transaction requirements. This indicator has been abolished in the analysis of the countries of South East Europe, as these countries don't impose consular transaction requirements in trade transaction and this measure has also been abolished in the text of the new Agreement on Trade Facilitation. The last indicator of Governance and Impartiality has been added by the OECD, and is not contained in the new Agreement on Trade Facilitation. This indicator refers to customs structures and functions, to their accountability, internal system

audit and ethics policy.

In table 1 we give an overview of the values of the Trade Facilitation Indicators for the countries in South-East Europe.

Table 1. Trade Facilitation Indicators (TFIs) for the countries in South-East Europe

	TFI_A	TFI_B	TFI_C	TFI_D	TFI_E	TFI_F	TFI_G	TFI_H	TFI_I	TFI_J	TFI_L
Albania	1.600	2.000	2.000	1.667	1.750	1.000	0.750	1.133	2.000	1.667	1.857
Bosnia and Herzeg.	1.111	0.500	1.833	1.200	1.750	1.500	1.000	1.154	2.000	0.000	n.a.
Bulgaria	1.800	1.500	1.857	1.500	1.250	1.500	1.000	1.467	1.500	0.667	1.714
Croatia	1.900	2.000	1.857	1.333	1.000	1.167	1.750	1.615	2.000	0.000	1.429
Greece	1.308	0.750	1.325	2.000	0.667	1.200	2.000	0.300	1.000	1.000	1.000
Macedon	1.900	2.000	2.000	1.667	2.000	1.833	2.000	2.000	2.000	1.667	1.857
Monten.	1.900	n.a.	1.800	1.833	2.000	2.000	1.000	n.a.	2.000	n.a.	n.a.
Romania	1.800	1.000	2.000	1.500	1.750	1.833	1.750	1.571	1.000	0.667	1.857
Serbia	1.833	0.500	n.a.	1.286	n.a.	2.000	1.667	1.250	2.000	n.a.	n.a.

Source: OECD

The scores for the indicators have been obtained by following multiple binary schemes, where the top score is 2 and corresponds to the best performance or best result. The indicators, themselves, have been computed from seventy eight (78) different variables obtained from different data sources: the questionnaire from the Global Express Association (GEA) compiled in the Global Express Association Customs Capabilities Report, World Trade Organization Trade Policies Reviews, Countries Customs websites and Customs Codes, data from the World Bank Doing Business indicators, section on Trading across Borders, data from the World Bank Logistic Performance Index (LPI), data from the World Economic Forum (WEF) Global Competitiveness Report (GCR), Institutional Profiles Database (IPD) and other sources, such as the OECD Directorate for Financial Affairs – Administrative Barriers Reports for CEFTA parties (Moise and Sorescu, 2013, pp. 52-54).

Analysis of the Results

If we analyze the values of the Trade Facilitation Indicators of the countries of South-East Europe from Table 1, we can see that the indicator where countries have best results is the TFI_C or the *Advance Rulings* Indicator. All values, except one without data and the one for Greece, have values of over 1,500. As for the worst indicator, we can see that the *Border Agency Cooperation – External* Indicator or the TFI_J has the lowest values. Only two of the values of this indicator are over 1,000 (the one for Albania - 1,667 and the one for Macedonia – 1,667) and one has the value of 1,000.

This implies that one field where resources should be directed is that of undertaking measures to increase the external cross-border cooperation between the customs authorities of the countries of South East Europe. According to the Preliminary report of OECD in 2014, this can be done by signing agreements on joint customs controls with a wider range of neighboring countries in order to avoid duplication of controls between exporting and importing countries and intensify the work on developing joint work on risk management and joint risk profiling at a regional level (OECD, 2014 pp.92-93). The importance of undertaking trade facilitation measures in this field is acknowledged by the findings of Tosevska-Trpcevska and Tevdovski (2015) that this was one of the five indicators which have statistical significance for the trade on a 10% level of export. Other trade facilitation indicators that appeared to be statistically significant on 10% level of export were Information Availability, Involvement of the Trade Community, Appeal Procedures and Formalities – Automation.

As for the analysis between the countries, we can see that the best performer as far as the values of the Trade Facilitation Indicators are concerned is Macedonia. All indicators for Macedonia have values of over 1,500 and only 5 indicators have values less than the maximum of 2,000. On the other side, we can notice that Bosnia and Herzegovina is the worst performer. This country has only one indicator with the maximum value of 2,000 and only 2 indicators with value of over 1,500.

If we analyze the implementation of trade facilitation measures in Macedonia as a best performer more deeply, we can notice that out of 41 measures taken into account, 38 have been fully complied with, one was substantially complied with and two were not complied with at all. Substantial compliance was indicated for the measure on pre-arrival processing that should start to apply

upon the launch of the fully automated Customs Declarations Processing System. The measures that are still not complied with refer to the non-existence of Trade Facilitation Enquiry Point and a National Trade Facilitation Committee (USAID, 2015 p.30).

The establishment of a National Trade Facilitation Committee in these countries has been identified as the main institutional vehicle to develop from a customs-centric approach to an inclusive implementation process that will engage all government agencies relevant for trade facilitation and the private sector. This has been presented as conclusion to the analysis that USAID has been doing by helping countries in organizing Trade Facilitation Self-Assessment exercises. The findings of the Trade Facilitation Self-assessment exercises for Macedonia, Albania, Kosovo and Montenegro have shown that there is high level of compliance of the region, with 65% of commitments designated in Category A, 80% of measures fully or substantially compliant with the provisions of the Agreement with common challenges related to establishment of enquiry points, pre-arrival processing and implementation of single window for cross-border trade. The most challenging commitments for the region appear to be the ones that require political will (USAID, 2015 pp.29-30).

Conclusion

All transition periods for trade liberalization and tariff reduction between CEFTA-2006 members have elapsed and future trade benefits can only be obtained by undertaking trade facilitation measures and reducing customs and administrative procedures. Since most of these countries are small, import-dependent and landlocked, undertaking trade facilitation measures, especially by reducing certain customs and administrative procedures, can be the most feasible way to promote export and mutual trade.

The results obtained from the analysis should be taken into consideration by the individual countries when preparing future trade policy directions. This means that the countries from South-Eastern Europe should place more attention on undertaking measures and policies that have shown to be significant for improving trade flows. Another aspect that arises from this analysis is the direction that can be used for setting future CEFTA-2006 prospects.

One obvious conclusion refers to the importance for improving the

external customs cooperation by undertaking joint measures for alignment of the working hours of neighboring border crossings, the possibility for development and sharing of common facilities and possibility to perform joint customs controls.

Another obvious conclusion refers to the increased recommendation by the international organizations to create national trade facilitation committees by the separate countries. The establishment of such a committee has been seen as a body that can provide dynamic leadership necessary to bring all relevant agencies and stakeholders together to implement all relevant provisions of the Trade Facilitation Agreement. The establishment of a National Trade Facilitation Committee has been seen as a firm step that can enhance the cooperation between the governmental agencies involved in the field of trade facilitation with the private sector. Obtaining effective dialogue between the governmental agencies and the private sector stakeholders is a two-way street and a win-win solution for everybody. This is often one of the more difficult barriers to overcome, given that in many countries border control agencies and their private sector stakeholders have regarded each other with mutual distrust.

Bibliography

1. Bjelić, Predrag, Radmila Dragutinović Mitrović and Ivana Popović Petrović (2013) “Administrative Barriers to Trade as Predominant Non-Tariff Barriers in the Western Balkans Trade”, paper presented at the 3rd International Conference on International Trade and Investment “Non-Tariff Measures: The New Frontier of Trade Policy” organized by the University of Mauritius and WTO Chairs Programme, Mauritius, September 4-6
2. Damijan, Jože P., José de Sousa and Olivier Lamotte (2006) “The Effect of Trade Liberalization in South-Eastern European Countries”, The wiiw Balkan Observatory Working Papers, No. 70, August, Vienna: The Vienna Institute for International Economic Studies
3. Djankov S., Freund C. and Pham C. (2006) “Trading on Time”, *World Bank Policy Research Working Paper 3909*, The World Bank, Washington D.C. USA
4. Engman M. (2010) “The Economic Impact of Trade Facilitation” in OECD Trade Policy Studies *Overcoming Border Bottlenecks, The Costs and Benefits of Trade Facilitation*, OECD, USA

5. Hummels D. and Schaur G. (2012) “Time as a Trade Barrier”, *NBER Working Paper Series*, WP 17758, Cambridge, MA, USA
6. Moise, E. (2013), “The Costs and Challenges of Implementing Trade Facilitation Measures”, *OECD Trade Policy Working Papers*, No. 157, OECD Publishing
7. Moise, E. and S. Sorescu (2013), ”Trade Facilitation Indicators: The Potential Impact of Trade Facilitation on Developing Countries Trade”, *OECD Trade Policy Working Papers*, No. 144, OECD Publishing
8. Moise, E., T. Orliac and P. Minor (2011), “Trade Facilitation Indicators: The Impact on Trade Costs”, *OECD Trade Policy Working Papers*, No. 118, OECD Publishing
9. OECD (2014), *Elimination of Non-Tariff Barriers in CEFTA*, Preliminary report
10. USAID (2015), *CEFTA Week 2014, Summary and Highlights*, Skopje
11. USAID (2014), *CEFTA Member Implementation of the WTO Trade Facilitation Agreement: A Regional Assessment*, Executive Summary
12. Tosevska-Trpcevska K. and Tevdovski D. (2015), “Trade Facilitation Indicators and Their Potential Impact on Trade Between the Countries of South-Eastern Europe”, paper presented at the International Conference *Economic Recovery in the Post Crisis Period*, Faculty of Economics, University “Ss. Cyril and Methodius”, Skopje
13. Tosevska-Trpcevska K. and Tevdovski D. (2014), ”Measuring the Effects of Customs and Administrative Procedures on Trade: Gravity Model for South-Eastern Europe”, *Croatian Economic Survey*, Vol. 16, No. 1, The Institute of Economics, Zagreb
14. Wilson, N. (2010) “Examining the Effect of Certain Customs and Administrative Procedures on Trade”, in *OECD Trade Policy Studies Overcoming Border Bottlenecks, The Costs and Benefits of Trade Facilitation*, OECD, USA
15. World Bank and IFC (2013) *Doing Business 2013: Smarter Regulations for Small and Medium-Size Enterprises*, World Bank and IFC, Washington D.C.
16. World Trade Organization (2014), *Agreement on Trade Facilitation*, WT/L/931, Geneva

Data were used from the following web pages:

www.wto.org

www.oecd.org

www.usaid.org

АНАЛИЗА НА ИНДИКАТОРИТЕ ЗА ОЛЕСНУВАЊЕ НА ТРГОВИЈАТА НА ЗЕМЈИТЕ ОД ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА

Доцент д-р Катерина Тошевска-Трпчевска
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
katerina@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Во последните две децении станува повеќе од јасно дека понатамошна либерализација на меѓународната трговија е можна со преземање мерки за олеснување на трговијата. Ефектите што се очекуваат од преземањето мерки за олеснување на трговијата покажуваат дека тие имаат поголемо влијание врз либерализацијата на трговијата во однос на другите трговски бариери, па дури и од царините. Олеснувањето на трговијата се однесува на мерки и политики за намалување на трошоците во трговијата преку зголемување на ефикасноста на секоја фаза од меѓународниот трговски синџир.

Анализата во овој труд е базирана на претходни истражувања и анализи на ОЕЦД на индикаторите за олеснување на трговијата за согледување на релативното економско и трговско влијание на одделните специфични мерки за олеснување на трговијата. Во овој труд планираме да спроведеме анализа за согледување на важноста на едни мерки за олеснување на трговијата во однос на други, како и да ја препорачаме потребата за примена на едни мерки за олеснување на трговијата во однос на други. Планираме да анализираме единаесет индикатори за олеснување на трговијата (ТФИс) што се соодветни на главните области за олеснување на трговијата во рамките на СТО. Анализата на одделни индикатори за олеснување на трговијата треба да им помогне на земјите подобро да согледаат кои мерки за олеснување на трговијата имаат приоритет.

Анализата е спроведена на девет земји од Југоисточна Европа, од кои пет се членки на ЦЕФТА-2006: Албанија, Босна и Херцеговина, Македонија, Србија и Црна Гора, а четири се членки на Европската унија: Бугарија, Грција, Романија и Хрватска.

Клучни зборови: *Југоисточна Европа, индикатори за олеснување на трговијата, прекугранична соработка – надворешна, Национален комитет за олеснување на трговијата.*

УДК: 338.124.4 (100)
336: 338.124.4 (100)
338.22: 338.124.4 (100)

ЕФЕКТИТЕ ОД ГОЛЕМАТА ЕКОНОМСКА КРИЗА ВРЗ ГЛОБАЛНАТА ЕКОНОМИЈА – ФИНАНСИСКИОТ И РЕАЛНИОТ СЕКТОР

доц. д-р Борче Треновски
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
borce@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Времињата на криза се предизвик за економската наука, како што војните се предизвик за воените офицери. Причините и последиците од економските кризи даваат вредни сознанија за почетоците, трансмисијата и ефектите од економските потреси кои економската наука може да ги искористи и да ги вгради во својот иден антикризен арсенал. Имајќи го ова предвид, во овој труд правиме обид на едно место да ги анализираме ефектите кои глобалната криза од 2007 година ги нанесе врз економската професија/наука, финансискиот и реалниот сектор на глобалната економија. Ова ќе ги покаже слабите алки каде што ефектите од кризата биле најизразени, кои воедно претставуваат и областите на кои во иднина треба да биде ставен фокусот на економската анализа и активностите на економската политика.

Клучни зборови: економска политика, глобална економска криза, финансиски сектор, реален сектор

1. Вовед –Глобалната криза предизвик за економската теорија и политика

Речиси три децении, макроекономската теорија и политика се развиваа во опкружување коешто подразбираше: одржување макроекономска и ценовна стабилност; постоење рационални очекувања кај економските субјекти; ограничено поттикнување на реалната економска активност со активна економска политика; креирање макроекономски модели кои ги земаат предвид кредитбилитетот на креаторите на политиките, временската неконзистентност, монетарните правила итн.; развој на теоријата на јавниот избор (политичката макроекономија) и критиката на мешањето на државата во водењето на економската политика. Како последица на поволните економски движења во минатиот период и во ефикасното справување на постоечкиот инструментариум со економските потреси, економистите почнаа да веруваат во сеоќноста на пазарниот механизам и во „невидливата рака“ и сè повеќе се глорификуваа капитализмот, либералните идеи и економскиот систем, базиран на пазарот. Во таквото економско и општествено опкружување се случи Глобалната економска криза, која уште во есента 2007 година најави промени во ваквата констелација на односи.

Времињата на криза се предизвик за економската наука, како што војните се предизвик за воените офицери. Денешната криза е време кога економската професија треба да го оправда своето постоење и да покаже дека нејзините анализи и модели можат да бидат од корист. Три главни забелешки можат да се упатат на сметка на економистите и на нивната улога во денешната економска криза. Прво, економистите не успеаја да го предвидат доаѓањето на кризата; второ, економистите не успеаја дури да ја видат и можноста од појавата на таков вид криза, што одеше во насока на брзо ширење на кризата; трето, тие не успеаја дури ни да понудат корисен совет што да се прави откако кризата зеде замав, туку понудија само измешана фонија од гласови, без конкретен водич за економската политика. За првата забелешка е нефер да се обвинуваат економистите, втората е многу позначајна, затоа што секој економист кој не ја заборавил историјата би знаел дека финансиските кризи се далеку од завршени, додека најкатастрофален неуспех на економистите е понудата на принципи и мерки за водење ефикасна политика во условите на криза (види поопширно Krugman 2011).

Економската историја регистрирала голем број економски кризи, меѓутоа по Големата депресија во 1930-те и Втората светска војна, економистите како да подзаборавија на последиците од економските кризи и сметаа дека Кејнзовите мерки на економската политика ги победија економските кризи. Иако економистите се подобри во објаснувањето и во донесувањето заклучоци за минатото отколку предвидувањето на иднината, тие заборавија на фактот дека секоја економска криза има сопствена специфика, па затоа, за време на Глобалната економска криза економската наука уште еднаш остана збунета. Требаше малку време за од својот арсенал повторно да ги извлечат мерките кои упатуваат на историјата, Големата депресија и на Кејнз. Мерките кои се применуваат во најголем број земји упатуваат на крах на неолибералната доктрина во водењето на економската политика, враќање на државната интервенција и остра осуда на пазарниот систем. Се оживува дебатата за запоставената улога на државата во општеството и економијата и за пристап кој ќе треба да направи баланс меѓу пазарот и државата, меѓутоа, исто така, се укажува на преоѓање во другата крајност и последиците од преземените мерки (презадолженост, неефикасна алокација на средствата, зголемен протекционизам и регулација итн. - види Schneider and Kirchgässner, 2009).

Во продолжение, покрај елаборацијата на предизвикот кој го наметна глобална криза за економската теорија и политика, фокусот на трудот ќе биде насочен на ефектите/последиците од кризата врз глобалната економија. Наша цел во трудот претставува сеопфатна дескриптивна и квалитативна анализа на ефектите кои беа резултат на кризата, што понатаму треба да отвори бројни прашања и проблеми кои можат да бидат предизвик за бројни дополнителни истражувања (имајќи предвид дека е невозможно на едно место/во еден труд детално емпириски да се анализираат бројните последици од кризата). Анализата ќе биде структурирана во две клучни точки – финансискиот и реалниот сектор, при што таа ќе биде фокусирана на групи земји или региони на глобално ниво (исклучок може да претставуваат доминантните економии на глобално ниво).[□]

2. Ефекти врз финансискиот сектор

„Финансиските пазари, главно, вклучуваат алокација на ресурсите. За нив можеме да размислуваме како за мозок на целиот економски систем... ако тие се во колапс, нема да се намалат само профитите во тој сектор, туку можат да нанесат штета на функционирањето и перформансите на целиот економски систем“ (Stiglitz, 1993, стр. 23).

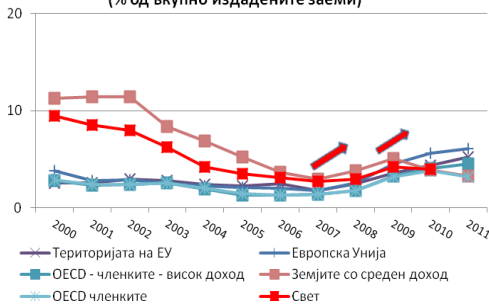
Како што финансискиот сектор може значајно да придонесе за брз економски раст, исполнувајќи ги неговите функции и функционирајќи ефикасно, исто така, не може да се отфрли констатацијата дека за неговото ефективно и ефикасно функционирање од пресудно значење е стабилноста на финансискиот систем. Финансиската нестабилност може да го наруши процесот на посредување, водејќи кон неефикасна алокација на инвестициите и намалување на средствата расположливи за инвестирање. Ова понатаму значајно придонесува за субоптимално функционирање на реалниот сектор (види Tennant, 2010).

Глобалната економска криза, која започна како финансиска, имаше далекусежни последици – најпрвин на финансиските пазари во САД, подоцна проширувајќи се на глобално ниво. Ефектите најпрвин се манифестираа во финансискиот сектор, а потоа, преку повеќе канали, директно или индиректно, се пренесоа и во другите сектори на економијата. Опасноста од системска финансиска криза почна да се материјализира од 2008 г. со пропаѓањето на Lehman Brothers, пропаѓањето и преземањето на Bear Stearns, спасувањето на Fannie May и Freddie Mac и AIG во САД, понатаму проблемите на европските банки Northern Rock, Fortis, Landesbank Sachsen, Bradford & Bingle, Hipo Real Estate и Dexia, голем број банки во Исланд и во Шпанија итн. Проблемите со ликвидноста и солвентноста, предизвикани од меурите на пазарите на недвижности и новата финансиска архитектура ги забавија или потполно ги запреа основните функции на финансискиот сектор – да обезбедува доволно финансиски средства и рационално да ги алоцира финансиските ресурси. Како последица на тоа, имајќи ја предвид и недовербата во пазарите која нагло се зголемуваше, цените на недвижностите, хартиите од вредност и вредноста на бизнисите континуирано опаѓаше, додека кредитните критериуми остро се затегнуваа, а кредитната активност на финансиските институции нагло се намалуваше. Сето тоа влијаеше на богатството на економските агенти и на нивната инвестициска активност/

потрошувачка, што понатаму ја забавуваше економската активност. Имајќи предвид дека заемите, дадени од банкарскиот сектор (посебно хипотекарните) се првата слаба алка од која се затегна ланецот на новата финансиска архитектура, во продолжение, на графиконите бр. 2.1 и 2.2 го претставуваме нивото на лоши заеми на глобално ниво по региони во светот и по поединечни одбрани економии.

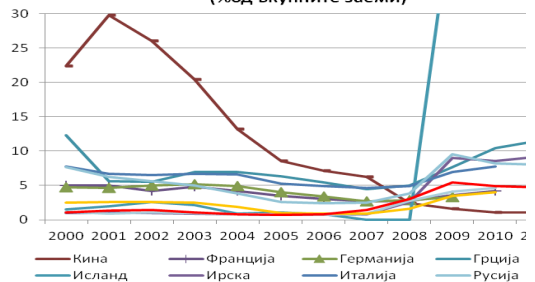
Графикон бр.2.1

Лоши заеми на глобално ниво
(% од вкупно издадените заеми)



Графикон бр.2.2

Лоши заеми во одбрани земји
(% од вкупните заеми)



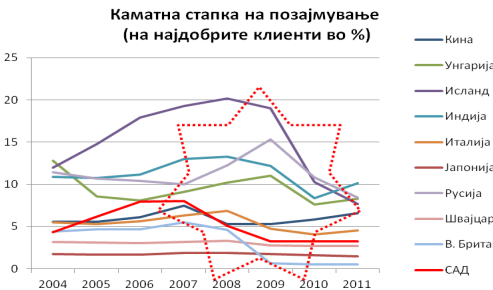
Извор: Global Financial Stability Report April 2012, International Monetary Fund.

Од графиконите се гледа дека по општиот тренд на намалување на лошите заеми, почнувајќи од 2001/2002 г., од почетокот на кризата (почнувајќи од 2007 г.) овој индикатор бележи нагло зголемување кај сите групи земји и скоро кај секоја од претставените економии (со исклучок на Кина и на Германија), како и нивно одржување на високо ниво до денес. Трендот на зголемување на лошите заеми во годините по кризата на глобално ниво се задржува во ЕУ и OECD (земји со висок доход), додека најголемо зголемување на лошите заеми од селектираните економии бележат Исланд, Грција, Ирска и Русија.

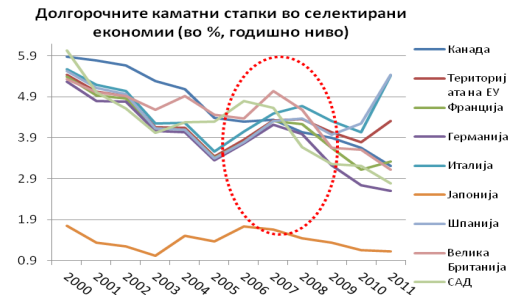
Лошата финансиска состојба во која се најдоа голем дел од финансиските институции влијаеше директно на двата столба кои ги движат финансиските ресурси – каматните стапки и критериумите/стандардите за финансирање. Практиката кај најголем дел од економиите во светот во последната деценија - да одржуваат ниско ниво на каматни стапки и релаксирани кредитни критериуми, се замени со зголемување на каматните стапки и намалена кредитна активност, како и построги кредитни критериуми. Перцепцијата на економските агенти/инвеститорите

за неизвесноста (аверзијата кон ризик), како и ризиците со кои во иднина ќе се соочуваат одделни економии (ликвидносните и кредитните ризици) придонесоа кон трендот на зголемување на долгорочните каматни стапки (на државните обврзници) во селектираните економии (види графикон бр.2.4).

Графикон бр.2.3



Графикон бр.2.4

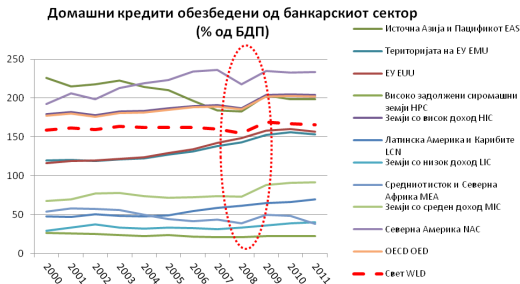


Извор: International Financial Statistics April 2012, International Monetary Fund.

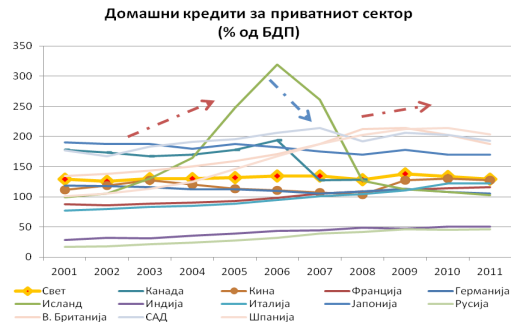
Каматните стапки за кредитирање на првокласните клиенти најпрвин почнуваат значајно да се зголемуваат во САД, В. Британија и поблаго во Кина, понатаму како што глобалната криза се шири, трендот на зголемување на каматните стапки ги зафаќа и Индија, Русија, Исланд, Италија итн. (види графикон бр. 2.3). Најголем пораст на каматните стапки на државните обврзници бележат САД, Британија, Италија и Шпанија, додека најнизок е порастот на каматната стапка во Јапонија и во Германија. Доколку се погледнат долгорочните каматни стапки во периодот 2010/2011 г., ќе се забележи дека тие остануваат забележително високи во ЕУ (посебно во Шпанија и во Италија), што покажува присуство на продолжен ризик во регионот.

Ризикот, несигурноста и недостигот од финансиски средства (на меѓународните и на домашните пазари) водеа кон тренд на заострување на кредитните критериуми и намалување на обемот на кредити што банкарските институции ги пласираат во економијата, што дополнително ја влошуваше ситуацијата и ги трансферираше негативните шокови во реалниот сектор. На графиконите бр. 2.5 и 2.6 подолу е прикажана динамиката на кредитната активност преку банкарскиот сектор по групи земји и во одбрани економии.

Графикон бр.2.5



Графикон бр.2.6



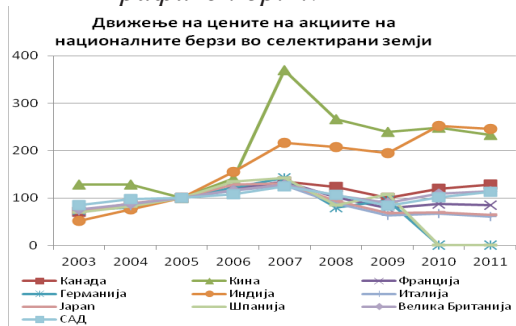
Извор: IFS - International Monetary Fund и World Bank and OECD GDP проценки.

Од графиконите се гледа намалувањето на кредитната активност на глобално ниво (види свет), како и по групи земји и во поединечни економии. Она што може да се утврди од графичкиот приказ е дека најголем пад на кредитната активност имаат економиите кои во минатиот период (почнувајќи од 2000 г.) имаа побрз раст во однос на другите економии, каде што кредитниот раст бил поскромнен. На глобално ниво, тоа се земјите со високо ниво на доход, OECD и Северна Америка, додека пад не е забележан во ЕУ. Доколку се погледнат поединечните економии, евидентен е падот кај Исланд, САД, Јапонија, Канада, Кина, додека забележителен раст на кредитната активност во услови на криза забележуваат Шпанија, В. Британија, Италија, Франција. Имајќи го предвид тоа, можеме да заклучиме дека европските економии за време на кризата не ја намалија кредитната активност, што понатаму претставуваше една од причините за високите буџетски дефицити и нивото на јавен долг во одделни земји, отворајќи го патот на должничката криза во еврозоната.

На крај, правиме осврт на пазарите на хартии од вредност (берзите), местото каде што најбрзо се манифестираат последиците од економските потреси (глобалната криза) – несигурноста на инвеститорите, аверзијата кон ризик, недостигот од финансии, вредноста на средствата (види графикони бр. 2.7 и 2.8). Ова е од особена важност, имајќи го предвид фактот дека намалувањето на вредноста на хартиите од вредност (вредноста на средствата/недвижностите) има директен ефект на доходот на домаќинствата и потрошувачката, додека намалената вредност на компаниите се одразува на нивната инвестициска активност. Тука не треба да се занемари и огромниот

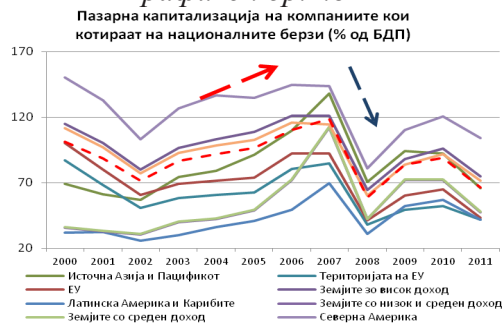
пад на цените на пазарот на недвижности кој, исто така, имаше значајно влијание на доходите и на кредитната способност на домаќинствата во засегнатите економии.

Графикон бр.2.7



Извор: Global Stock Markets Factbook 2013, Standard & Poor's,

Графикон бр.2.8



Извор: International Financial Statistics (IFS), IMF Stat.

Од графиконот бр.2.13 се гледа константниот глобален пораст на цените на хартиите од вредност во периодот пред кризата (најголем пораст забележуваат Кина и Индија), како и наглиот пад по започнувањето на кризата. Слична е состојбата и со вредноста на компаниите на глобално ниво пред кризата и падот на нивната вредност при првите сигнали за финансискиот колапс. Така, глобалната вредност на компаниите значајно се намали, од 119% од БДП во 2007 г. на 59% од БДП во 2008 г. (види графикон бр. 2.8). Најголем раст на вредноста на компаниите и најголем пад веднаш по започнувањето на кризата бележат Северна Америка, земјите со висок доход и OECD. Ова покажува дека првичниот удар од глобалната криза најсилно се почувствувал во развиените економии, меѓутоа имуни не останале и другите економии, каде што последиците беа поблаги при првиот бран, но подоцна се пренесуваа и се засилуваа преку повеќе канали.

3. Ефекти врз реалниот сектор

3.1 Економска активност

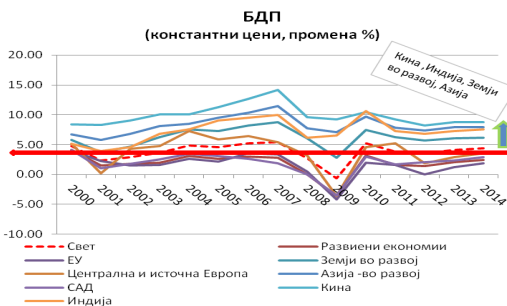
На почетокот од кризата постоеше несигурност дали таа ќе се

пренесе на остатокот од економијата, како и дискусија за начинот на кој другите економии (посебно земјите во развој) можат да се изолираат од кризата што ги зафати САД (кои воедно претставуваат и најголем пазар за голем број економии). Надежта беше дека кризата ќе се ограничи само на финансиските пазари со малку реперкусии на другите пазари и остатокот од светот. Меѓутоа, сите очекувања и претпоставки се срушија на 8 септември 2008 г., кога кризата влезе во акутна фаза со силни надолни притисоци на пазарите на хартии од вредност и недвижности, зголемена променливост на девизните курсеви, намалување на довербата во пазарите, како и контракција на побарувачката и на потрошувачката. Сето тоа водеше до пад на индустриското производство и намалување на меѓународната трговија и тековите на капитал и значајно намалување на стапките на раст, предизвикувајќи зголемување на невработеноста во голем број економии во светот (види Allen and Carletti, 2009).

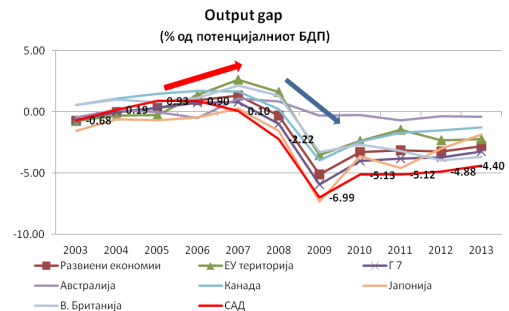
Каналите на трансмисија на финансиската криза во економска криза се многубројни и тие се често елаборирани и анализирани: монетарниот канал, кредитниот канал, цената на капиталот, ефектите врз богатството, недовербата и несигурноста, променливоста на девизните курсеви итн. (поопширно види кај Furceri and Mourougane, 2009).

Во продолжение се претставени движењата на стапките на раст на групи земји и поединечни економии на глобално ниво од периодот пред кризата до денес, вклучувајќи ги прогнозите на ММФ и за следниот период.

Графикон бр.3.1



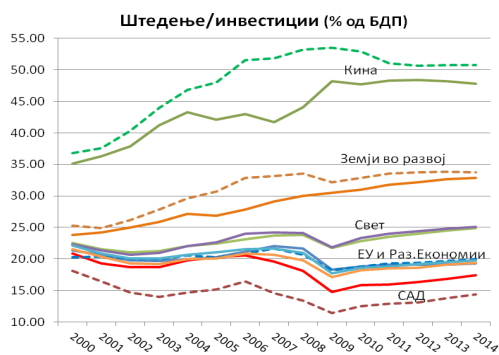
Графикон бр.3.2



Извор: World Economic Outlook Database, April 2012, International Monetary Fund.

Од графиконот бр.3.1. се гледа евидентниот раст на БДП на скоро сите групи земји, почнувајќи од 2001 г. до почетокот на кризата, како и нивниот

Графикон бр 3.3



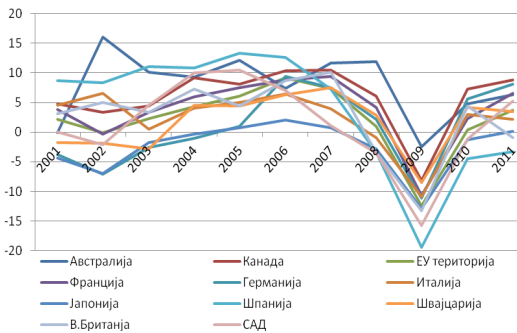
Извор: World Economic Outlook Database, April 2012, International Monetary Fund

на јазот во производството (види графикон бр.3.2) од кој уште појасно се гледа падот на економската активност, намаленото искористување на факторите на производство и процесот на закрепнување на економиите. Со исклучок на Јапонија и на Австралија, кои имаат негативен или скромно позитивен производствен јаз во периодот пред кризата, сите други групи на земји во наведениот период имаат позитивен јаз, што ја потврдува тезата дека глобалната економија во тој период се наоѓала во фаза на експанзија. Глобалната криза ги промени тие текови и придонесе најголем дел од економиите да навлезат во контракција, недоволно искористување на факторите на производство и негативни производствени јазови. Притоа, најголемо негативно отстапување од потенцијалниот БДП во 2009 г. (кога падот е најевидентен) бележат Јапонија (7,33%), САД (7%), ЕУ (3,53) или развиените економии (5,12%). Посебно интересен е фактот кој се однесува на степенот и временскиот период на закрепнување на економиите од глобалната криза. Така, според предвидувањата на ММФ, дури во 2017 г. најголем дел од економиите ќе почнат сериозно да закрепнуваат и ќе се приближат до своето потенцијално ниво на економска активност.

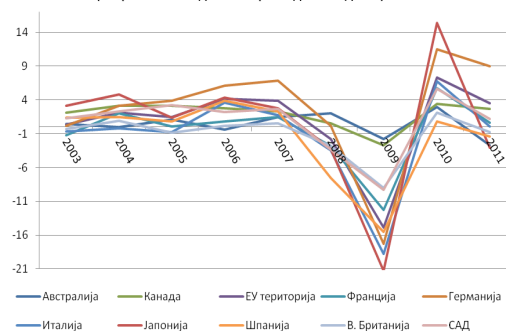
Ефектот врз доходот и богатството на економските агенти, недовербата во финансиските системи и неизвесноста за идните економски движења, го намалува потенцијалот за штедење (види го графиконот бр.3.3). Од друга страна, намаленото штедење, затегнатите кредитни услови, намалената кредитна активност и покачената цена на капиталот, влијаат на намалување

на инвестициите. Најголем пад на инвестициите во фиксни средства во 2009 г. бележат: САД (15,8%), В. Британија (13,3%), Јапонија (12,8%) и ЕУ (12,4%) (види го графиконот бр. 2.18.). Во тој поглед, интересно е да се нагласи, од една страна, трендот на зголемување на инвестициите во земјите во развој (посебно Кина) и намалувањето на нивното штедење (намалување на позитивниот јаз на штедење) како резултат на пренесувањето на ефектите од кризата и, од друга страна, трендот на намалување на инвестициите и штедењето во развиените економии (САД и ЕУ).

Графикон бр.3.4
Инвестиции во фиксни средства
(% промена во однос претходната година)



Графикон бр.3.5
Индустриско производство
(% промена во однос на претходната година)

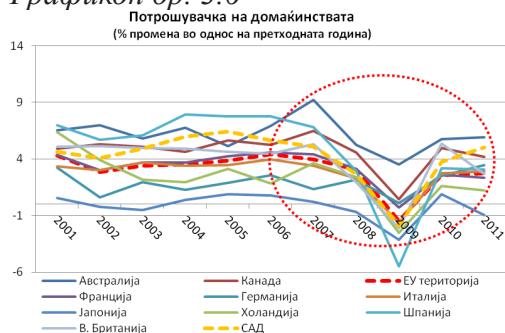


Извор: International Financial Statistics (IFS), Principal Global Indicators, IMF Stat.

Доколку на намалените инвестиции и штедење на глобално ниво го додадеме остриот пад на агрегатната побарувачка и на меѓународната трговија, воопшто не изненадува остриот пад на индустриското производство кој има значајно долгорочно влијание на економската активност. Притоа, најголем пад на индустриското производство бележат: Јапонија (21,3%), Италија (18,7%), Германија (17,3%), Шпанија (15,5%), Франција (12,3%) и ЕУ (14,9%) (види го графиконот бр. 3.5).

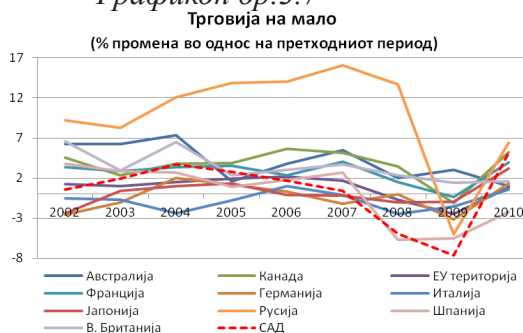
Ерозијата на богатството на граѓаните поради колапсот на цените на средствата, заострувањето на кредитните стандарди, намалената понуда на кредити, порастот на нивната цена и аверзијата кон ризик, несигурноста за иднината и зголемувањето на невработеноста имаа силно влијание на намалувањето на потрошувачката и на мултиплицираните ефекти на доходот и стандардот на живот.

Графикон бр. 3.6



Извор: International Financial Statistics (IFS), Principal Global Indicators, IMF Stat.

Графикон бр.3.7



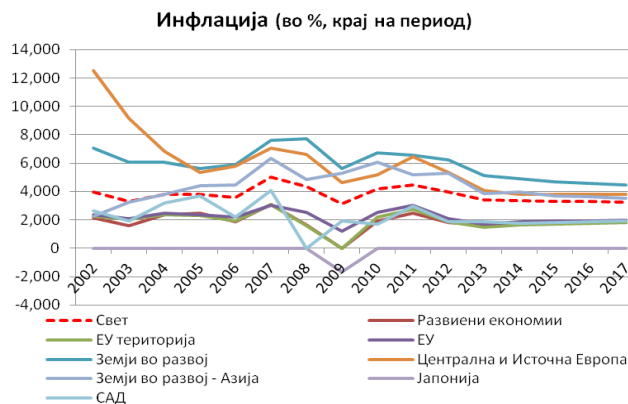
Извор: OECD Main Economic Indicators, Principal Global Indicators, IMF Stat.

На графиконите бр. 3.6 и 3.7 се гледа порастот на потрошувачката на домаќинствата и трговијата на мало во периодот пред кризата, како и нивниот пад за време на кризата и бавното закрепнување по кризата. Најголем пад на потрошувачката имаат Шпанија (5,5%), Јапонија (3,1%), САД (1,8%), В. Британија (2,1%) и Холандија (2,5%). Најголем пад на трговијата на мало е забележан во САД (7,6%), Шпанија (5,5%) и Германија (3,1%), додека Русија забележува најголем раст (16%) во 2007г., во 2008 г. (13,7%) и голем пад (5%) во 2009 г.

3.2. Инфлација

Контракцијата на побарувачката на глобално ниво за добрата кои се тргуваат (на страната на побарувачката) и влошувањето на финансиските позиции на производителите и понудувачите на тие добра (на страната на понудата) силно придонесоа за пад на цените на суровините. Многу земји извозници на суровини, посебно Западна Азија, Африка и земјите во транзиција, кои имаат полза

Графикон бр. 3.8



Извор: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2012

од бумот на цените пред кризата, сега се соочуваат со надолен тренд на побарувачката и цените на глобално ниво од кои силно зависат приходите од нивниот извоз. Во повеќе од 90 земји во развој, 50% од извозот отпаѓа на извоз на сировини на меѓународните пазари (47 од нив не се извозници на нафта), а за голем дел од останатите економии во развој, приходот од извозот на сировини се движи помеѓу 20 и 50%. Според тоа, во голем дел од овие економии, намалувањето на цените на глобалните пазари во услови на криза значајно влијаеше на намалување на приходите на производителите, приходите на државите, зголемување на задолжувањето и влошување на платно-билансната состојба итн. (види United Nations, 2008; UNCTAD. 2009).

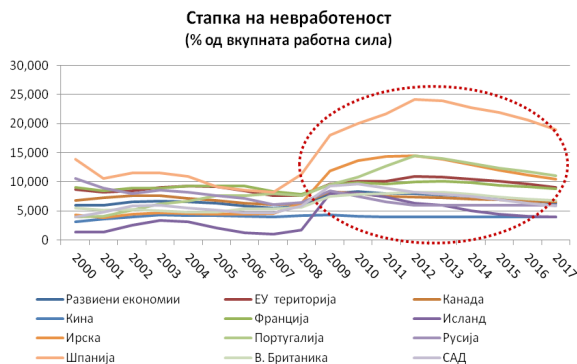
Падот на цените за време на Глобалната криза, како и нивниот значителен пораст пред кризата, може да се објасни со порастот на цените на храната и на горивата на глобално ниво. Најголем пад на општото ниво на цени во периодот 2007-2009 г. бележат САД (2,17 п.п.), ЕУ (3,1 п.п.), ЦИЕ (2,5 п.п.), Средниот Исток и Јужна Африка (5,47 п.п.). Значајно е да се спомене дека, иако цените на храната и на енергијата во скоро сите економии на глобално ниво значајно се намалија во првиот бран од кризата, цените на енергенсите/материјалите/храната многу бргу се вратија на нивоата кои се повисоки од оние пред почетокот на кризата. Како резултат на трендот на пораст на цените на енергијата и на храната и покрај падот на потрошувачката, трговијата на мало и намалената глобална побарувачка, инфлацијата во голем дел од економиите на глобално ниво полека се враќа на нивото од пред кризата (во 2012 г. најголем дел од анализираните економии го достигнаа нивото од 2006 г.). Според проценките на ММФ, до 2017 г. ќе следи период во кој општото ниво на цени во голем дел од економиите ќе биде релативно ниско и стабилно (види го графиконот бр. 3.8).

3.3. Невработеност

Падот на глобалната побарувачка, намалувањето на инвестициската и на економската активност, колапсот на голем број финансиски институции, неизвесноста за идните економски движења, како и активните политики на државите за стимулирање на побарувачката и вработеноста, се главните варијабли кои го детерминираат движењето на стапката на невработеност во економиите во услови на Глобалната економска криза.

Вообичаено, компаниите и бизнисите реагираат на падот на

Графикон бр. 3.9



Извор: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database, April 2012

на работното време и на прекувремената работа и доколку негативните очекувања почнат да се остваруваат, дури тогаш спроведуваат отпуштање на вработените. Оваа одложена реакција се потврдува преку фактот што стапките на невработеност во најголем дел од економиите го достигнаа врвот во 2010/2011 г. (види го графиконот бр. 3.9). Од графиконот се гледа најпрвин благиот тренд на намалување на стапката на невработеност пред кризата, значајниот пораст на стапката на невработеност во периодот по почетокот на кризата 2007/2008 г., како и тенденцијата високите стапки на невработеност во најголем дел да се одржат релативно подолг период по стивнувањето на ударот на кризата (според проценките на ММФ, дури и во 2017 г., во дел од економиите, стапките на невработеност ќе бидат повисоки од оние пред кризата). Стапката на невработеност во 2010 г. забележа најголем скок кај: земјите кои се главни актери во должничката криза во ЕУ: Шпанија (21%), Ирска (14%), Португалија (11%) и Исланд (8,2%); додека не заостануваат и развиените економии (како група 8,3%) или поединечно: САД (9,7%), Франција (9,8%), Канада и В. Британија (7,8%) и ЕУ (10,1%). Исклучок од трендот на пораст на стапката на невработеност се јавува само кај Кина, чијашто стапка целиот период се движи блиску до 4%. Според предвидувањата на ММФ, високите стапки на невработеност ќе се задржат дури до 2017 г.: Шпанија (19%), Ирска (10,5%), Португалија (11%), развиените економии (како група 6,4%), Франција (8,8%), В. Британија

економската активност со промена во нивото на вработеноста само доколку нивните перцепции за идните економски движења се исклучително негативни. Во прв план, при пад на побарувачката компаниите реагираат со задржување на постојното ниво на вработеност и зголемување на залихите. Доколку ситуацијата понатаму се влошува, компаниите преминуваат на намалување

(6,7%) и ЕУ (9,1%).

4. Краток осврт врз ефектите од глобалната економска криза врз финансискиот и реалниот сектор во Македонија

Специфичните канали на трансмисија на Глобалната економска криза во македонската економија доминантно се детерминирани од спецификите и карактеристиките на македонската економија – трговска интегрираност, финансиска интегрираност и влијанието на глобалните трендови на очекувањата/довербата на економските субјекти. Македонија, како мала и отворена економија, не може да остварува солидни стапки на раст и да функционира успешно изолирана од нејзиното опкружување (трговските партнери, странските инвеститори, меѓународните пазари на капитал итн.). Значајната нето-трговска размена од околу 115% од БДП, високата евроизација (девизните депозити во М4 се скоро 45%, тешко предвидливата побарувачка за пари и значајната увозна зависност на македонскиот извозен сектор се главни причини за стратегијата на де факто фиксен девизен курс што ја спроведува НБРМ во Македонија, која претставува уште една детерминанта во трансмисиониот механизам. Според тоа, дефицитот на тековната сметка (значењето на извозот), СДИ и портфолио-инвестициите, пристапот до меѓународните пазари на капитал, движењето на цените на светските пазари - ова се значајни детерминанти кои во услови на де факто фиксен девизен курс, ја детерминираат стабилноста на македонската економија и реакцијата на економската политика. Покрој тоа, исто така треба да се напомене дека Македонија во периодот пред кризата бележеше тренд на зголемување на стапките на раст на БДП, ниски стапки на инфлација, одржување ниски/балансиран буџетски дефицити, тренд на намалување на јавниот долг, благо закрепнување на извозниот сектор и скромно намалување на стапките на невработеност (види Trenovski and Tashevska, 2014). Позициите на главните макроекономски индикатори ги претставуваат од една страна амортизерите (или канали на трансмисија) на македонската економија од ефектите од глобалната криза, а од друга, тие се главни детерминанти на клучните макроекономски политики кои беа преземани во периодот кога ефектите од кризата беа најзначајни и потоа. Оттука, главните канали на трансмисија кои се детерминирани од спецификите на македонската економија во прв ред се падот на глобалната

активност (посебно падот на економската активност на нашите клучни трговски партнери); нарушувањето на меѓународните пазари на капитал и падот на довербата на инвеститорите во пазарите и нивната аверзија кон ризик. Овие главни трансмисиони канали во периодот по пропаѓањето на „Леман Брадерс“ во македонската економија предизвикаа пад на извозот, согласно со падот на странската ефективна побарувачка, ограничување на изворите за финансирање, како и пораст на нивната цена, намалување на приливите на СДИ, портфолио-инвестиции и намалување на приватните трансфери (како доминантна ставка во покривањето на дефицитот во тековната сметка). Ова понатаму влијаеше на падот на производството во извозните сектори (моторите на БДП растот), падот на кредитната активност и со тоа дојде до ограничување/поскапување на изворите за финансирање на домаќинствата и на бизнисите, до пад на активноста на пазарите за хартии од вредност, притисоци на девизниот курс итн. (види пошироко Треновски, 2013).

5. Заклучок

Анализата што ја спроведовме беше структурирана во две клучни точки – финансискиот сектор, реалниот сектор, - при што фокусот беше на групи земји или региони на глобално ниво (исклучок во определени случаи претставуваа доминантните економии на глобално ниво). Сумираните заклучоци во посебни делови за попрегледно елаборирање ги презентираме во продолжение:

Ефекти врз финансискиот сектор

- По општиот тренд на намалување на лошите заеми, почнувајќи од 2001/2002 г., од почетокот на кризата (почнувајќи од 2007 г.) овој индикатор бележи нагло зголемување кај сите групи земји и скоро кај секоја од претставените економии (со исклучок на Кина и на Германија), како и нивно одржување на високо ниво до денес.
- Каматните стапки за кредитирање на првокласните клиенти најпрвин почнуваат значајно да се зголемуваат во САД, В. Британија и поблаго во Кина, понатаму, како што глобалната криза се шири, трендот на зголемување на каматните стапки ги зафаќа и Индија, Русија, Исланд, Италија итн.
- Најголем пораст на каматните стапки на државните обврзници бележат

САД, В. Британија, Италија и Шпанија, додека најнизок е порастот на каматната стапка на Јапонија и на Германија. Доколку се погледнат долгорочните каматни стапки во периодот 2010/2011 г., ќе се забележи дека тие остануваат забележително високи во ЕУ (посебно во Шпанија и во Италија), што покажува присуство на продолжен ризик во регионот.

- Евидентно е зголемувањето на премијата за ризик веднаш по започнувањето на кризата во САД, Јапонија, В. Британија и Канада, како и подоцнежните ефекти врз Исланд и Италија во 2008/2009 г.
- Најголем пад на кредитната активност имаат економиите кои во минатиот период (почнувајќи од 2000 г.) имаа побрз раст во однос на другите економии, каде што кредитниот раст бил поскромн. На глобално ниво, тоа се земјите со високо ниво на доход, OECD и Северна Америка, додека пад не е забележан во ЕУ.
- Забележан е константниот глобален пораст на цените на хартиите од вредност во периодот пред кризата (најголем пораст забележуваат Кина и Индија), како и наглиот пад по започнувањето на кризата.

Ефекти врз реалниот сектор

- Евидентен е растот на БДП на скоро сите групи земји, почнувајќи од 2001 г. до почетокот на кризата, како и нивниот остар пад за време на кризата, како и во периодот на закрепнување. Најголем раст во преткризниот период имаа Кина, Индија и азиските економии, додека од друга страна, падот на нивните стапки на раст е поблаг во споредба со другите економии. Најголем пад на бруто-домашниот производ во 2009 г. бележат ЕУ (4,21%), ЦИЕ (3,6%), САД (3,5%) и развиените економии (3,65%). Со исклучок на Јапонија и на Австралија, кои имаа негативен или скромно позитивен производствен јаз во периодот пред кризата, сите други групи земји во наведениот период имаат позитивен јаз.
- Најголем пад на инвестициите во фиксни средства во 2009 г. бележат: САД (15,8%), В. Британија (13,3%), Јапонија (12,8%) и ЕУ (12,4%). Во тој поглед, интересно е да се нагласи, од една страна, трендот на зголемување на инвестициите во земјите во развој (посебно Кина) и намалување на нивното штедење (намалување на позитивниот јаз на штедење) како резултат на пренесувањето на ефектите од кризата и, од друга страна, трендот на намалување на инвестициите и штедењето во развиените економии (САД и ЕУ).

- Најголем пад на индустриското производство бележат: Јапонија (21,3%), Италија (18,7%), Германија (17,3%), Шпанија (15,5%), Франција (12,3%) и ЕУ (14,9%).
- Забележан е значаен пораст на потрошувачката на домаќинствата и трговијата на мало во периодот пред кризата, како и нивниот пад за време на кризата и бавното закрепнување по кризата.

Инфлација – Падот на цените за време на Глобалната криза, како и нивниот сигнификантен пораст пред кризата, може да се објасни со порастот на цените на храната и горивата на глобално ниво. Најголем пад на општото ниво цени во периодот 2007-2009 г. бележат САД (2,17 п.п.), ЕУ (3,1 п.п.), ЦИЕ (2,5 п.п.), Средниот Исток и Јужна Африка (5,47 п.п.). Значајно е да се спомене дека, иако цените на храната и на енергијата во скоро сите економии на глобално ниво значајно паднаа во првиот бран од кризата, цените на енергенсите/материјалите/храната многу бргу се вратија на нивоата кои се повисоки од оние пред почетокот на кризата.

Невработеност –Евидентен е благиот тренд на намалување на стапката на невработеност пред кризата, значајниот пораст на стапката на невработеност во периодот по почетокот на кризата 2007/2008 г., како и тенденцијата високите стапки на невработеност во најголем дел да се одржат релативно подолг период по стивнувањето на ударот на кризата. Стапката на невработеност во 2010 г. забележа најголем скок кај: земјите кои се главни актери во должничката криза во ЕУ – Шпанија (21%), Ирска (14%), Португалија (11%) и Исланд (8,2%); додека не заостануваат и развиените економии (како група 8,3%) или поединечно: САД (9,7%), Франција (9,8%), Канада и В. Британија (7,8%) и ЕУ (10,1%). Исклучок од трендот на пораст на стапката на невработеност се јавува само кај Кина, чијашто стапка целиот период се движи блиску до 4%.

Ефектите врз Р. Македонија доминантно се поклопуваат со ефектите кои ги имаше глобалната економска криза врз голем број мали и отворени економии - пад на извозот, согласно со падот на странската ефективна побарувачка, ограничување на изворите за финансирање, како и пораст на нивната цена, намалување на приливите на СДИ, портфолио-инвестиции и намалување на приватните трансфери. Ова понатаму влијаеше на падот на производството во извозните сектори (моторите на БДП растот), падот на кредитната активност и со тоа дојде до ограничување/поскапување

на изворите за финансирање на домаќинствата и на бизнисите, до пад на активноста на пазарите за хартии од вредност и притисоци на девизниот курс.

Користена литература:

1. Allen, F. and Carletti, E.(2009), “An Overview of the Crisis: Causes, Consequences and Solutions” , *International Review of Finance*, 10(1), 1-26.
2. Furceri, D., and Mourougane, A. (2009), ”Financial Crises: Past Lessons And Policy Implications” preliminary version, OECD, World Commodity Trends and Prospects. Note by the Secretary-General, United Nations, A/63/267, p.11.
3. IMF. (2012), “Commodity prices swings and commodity exporters” World Economic Outlook Chapter 4 – Growth Resuming Dangers Remain.
4. IMF. (2012), “Global Financial Stability Report -The Quest for Lasting Stability”, достапен на: <https://www.imf.org/External/Pubs/FT/GFSR/2012/01/index.htm>
5. Krugman, P. (2011), “The Profession and the Crisis”, *Eastern Economic Journal*, 2011, 37, (307–312).
6. Schneider, F., and Kirchgässner, G. (2009), “Financial and World Economic Crisis: What Did Economists Contribute?”, Discussion Paper no. 2009-14 Department of Economics University of St. Gallen.
7. Stiglitz E, J. (1993), ‘The role of the state in financial markets’, *Proceedings of the World Bank Annual Conference on Development Economics, World Bank: Washington D.C.*
8. Standard & Poor’s, Global Stock Markets Factbook 2013, достапен на: <http://www.spindices.com/documents/additional-material/2013-sp-global-stock-markets-factbook.pdf>
9. Tennant, D.(2010), Global Financial Crisis to Real Sector Contraction: Exploring Transmission Mechanisms in a Small Open Economy – Business Coping Strategies in Jamaica. *Global Development Studies*. 6(1-2): 235-290..
10. Trenovski, B. and Tashevska, B. (2014) “The transmission mechanism and consequences from the Global economic crisis for the Macedonian economy”, *CEA Journal of Economics* Vol. 9, Issue 2
11. Треновски, Б., (2013), *Креирање на оптимална макроекономска политика во Р. Македонија*, Центар за економски анализи – ЦЕА, Скопје, 2013, стр. 165
12. UNCTAD, (2009) Global economic crisis: implications for trade and development, Report by the UNCTAD secretariat TD/B/C.I/CRP.1.
13. OECD - <http://stats.oecd.org/>
14. IMF Data and Statistic <http://www.imf.org/external/data.htm#data>

15. IMF World Economic Outlook Database/Reports, <http://www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=29>
16. IMF, International Financial Statistics (IFS), Principal Global Indicators, достапно на: <http://data.imf.org/?sk=5DABAFF2-C5AD-4D27-A175-1253419C02D1>
17. BIS statistic <http://www.bis.org/statistics/index.htm>
18. World Bank <http://data.worldbank.org/topic/economic-policy-and-external-debt>
19. Committee on the Global Financial System (CGFS): www.bis.org/cgfs/index.htm
20. <http://www.ebrd.com/pages/research/economics/data/macro.shtml#macro>
21. <http://www.oecd.org/countries/formeryugoslavrepublicofmacedoniafyrom/assessmentreportsformeryugoslavrepublicofmacedonia.htm>
22. <http://www.internationaleconomics.net/crisis.html#country>
23. <http://www.imf.org/external/np/exr/facts/howlend.htm>
24. <http://www.frbdiscountwindow.org/historicalrates.cfm?hdrID=20&dtIID>

EFFECTS OF THE GLOBAL ECONOMIC CRISIS ON THE WORLD ECONOMY - FINANCIAL AND REAL SECTOR

Borce Trenovski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia
borce@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Times of crisis are challenge for the economic science, in the same way as wars are challenge for military officers. The causes and consequences of the economic crisis provide valuable information about the initial stages, transmission and effects of economic shocks, which can be used and incorporated by the economic science into its future anti-crisis arsenal. With this in mind, in this paper we make an effort to analyze in one place the general effects of the 2007 Global Economic Crisis on the economic profession / science, and on the financial and real sector on a global level. This will show the weak links at which the effects of the crisis were most evident, with such links representing at the same time the areas in which the efforts of economic analysis and the economic policy activities should be focused in the future.

Key words: *economic policy, global economic crisis, financial sector, real sector*

ТЕОРИЈАТА НА ЗАВИСНИ И НЕЗАВИСНИ ВАРИЈАБЛИ ВО СМЕТКОВОДСТВОТО НА МЕНАЏМЕНТОТ И МЕРЕЊЕТО НА РЕЗУЛТАТИТЕ

доц. д-р **Марина Трпеска**
Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
marinas@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Теоријата на зависни и независни варијабли многу често се применува за да се разбере употребата на различни финансиски и нефинансиски мерила од страна на организациите. Најзначаен аспект при применувањето на теоријата на зависни и независни варијабли претставува изборот на независни варијабли кои имаат свое влијание врз дизајнирањето на системите за мерење на резултати. Во теоријата во сметководството на менаџментот се развиени бројни независни варијабли со одредено влијание врз различни аспекти на системите за мерење на резултатите. Теоријата на зависни и независни варијабли значи кога едно нешто зависи од други нешта или кога резултатите на организациите зависат од целата ситуација. Истражувањата, поврзани со теоријата на зависни и независни варијабли имаат долга традиција при изучувањето на системите за мерење на резултатите. Користењето на теоријата на зависни и независни варијабли во сметководството на менаџментот се заснова на фактот дека не постои соодветен универзален сметководствен систем применлив во сите организации и под сите услови. Во ова истражување како независни варијабли се испитуваат деловната стратегија, организационата структура, очекуваната неизвесност во окружувањето, пазарната ориентираност и конкуренцијата и големината на организациите. Од спроведеното истражување можеме да заклучиме дека стратегијата и организациската структура влијаат на имплементирањето на систем за мерење на резултатите, а очекуваната

неизвесност, пазарната ориентираност и конкуренција, како и големината на организациите не влијаат врз имплементирањето на систем за мерење на резултатите. Од ова може да се заклучи дека организациите имплементираат систем за мерење на резултатите по барање на странските инвеститори, односно странската матична организација, која може да изврши одредено прилагодување на системот за мерење на резултатите во однос на стратегијата и организациската структура, а целосно ги запоставува конкуренцијата и неизвесноста од окружувањето како независни варијабли врз системот за мерење на резултатите.

Клучни зборови: теорија на зависни и независни варијабли, зависна варијабла, независни варијабли, системи за мерење на резултати

Вовед

Теоријата на зависни и независни варијабли¹ претставува една од најзначајните теории во сметководството (Gerdin & Greve, 2004; Otley, 1980) и претставува основа на многу значајни истражувања од областа на сметководството на менаџментот (Gerdin & Greve, 2004; Chapman, 1997; Chenhall, 2003). Пристапот е развиен во раните 1960-ти години со цел да се испита влијанието на независните варијабли врз организациската структура на организациите. Теоријата на зависни и независни варијабли во сметководството на менаџментот се базира на претпоставката дека не постои универзално применлив систем за мерење на резултатите, ниту универзално применлив контролен систем и систем на наградување кои се применливи во сите организации и во сите околности, туку изборот на соодветен систем ќе зависи од условите во окружувањето во кое дејствуваат организациите (Otley, 1980; Otley, 1999; Fisher, 1995), што значи, како од екстерните фактори, специфични за секое окружување, така и од интерните фактори, карактеристични за поодделни организации (Anderson & Lanen, 1999; Chenhall, 2003; Gerdin & Greve, 2004)(Gerdin, 2005; Haldma & Laats, 2002). Општо е прифатено дека големиот број интерни и екстерни фактори влијае врз

¹ Во нашата литература, речиси, како и воопшто да не е елаборирана оваа теорија, а таму каде што се правени обиди да се објаснат нејзините постулати, авторите ја поимаат како „ситуациона теорија“. Според нас, ако се земе предвид генезата на која се заснова оваа теорија, повеќе одговара поимот: теорија на независни и зависни варијабли.

прифаќањето и примената на системите за мерење на резултатите. Интерните најчесто се однесуваат на стратегијата на организациите, структурата, големината, деловните политики, организациската култура и друго и имаат значајна улога во објаснувањето кога и како организациите управуваат со одреден сет мерила (Franco-Santos & Bourne, 2005; Henri, 2006; Waggoner, et al., 1999). Екстерните, пак, како што се новите технологии, легислативата, интензивната глобална конкурентност, аутсорсингот и растечката важност на услужните индустрии, се само некои кои имаат големо влијание врз работењето на организациите, па оттука и на барањата што се поставуваат пред системите за мерење на резултатите (Waggoner, et al., 1999; Medori & Steeple, 2000; Davis & Albright, 2004; Fisher, 1992). Исто така, треба да се има предвид дека и секој систем или начин на организирање не е подеднакво ефективен и ефикасен во сите ситуации (Gerdin & Greve, 2008). Според ова, теоријата на зависни и независни варијабли треба да идентификува одредени специфични аспекти на сметководствениот систем кои се поврзани со однапред дефинирани услови и да покаже степен на нивно соодветно спротивставување (Otley, 1980). Постојат конфликтни резултати кои се добиваат од емпириски истражувања според одредена универзална рамка поттикнато и ја зголемило потребата за развивање на теоријата на зависни и независни варијабли во која со помош на секоја независна варијабла се објаснува зависната варијабла засебно како посебен случај, наведувајќи ги причините за појавување на такви конфликтни резултати. Според оваа теорија, резултатите што ги остваруваат организациите претставуваат зависна варијабла (Gerdin & Greve, 2004; Chenhall, 2003) и тие се под влијание на бројни независни варијабли кои се оценуваат во зависност од условите и видот на истражувањето. Така, за бројни истражувања кои се засновани врз теоријата на зависни и независни варијабли (Chenhall & Morries, 1986; Gerdin, 2005; Haldma & Laats, 2002) може да се каже дека претставуваат примена на „парадигма на совпаѓање“ (Cadez & Guilding, 2008).

Недостатоци на студиите за теоријата на зависни и независни варијабли

И покрај тоа што теоријата на зависни и независни варијабли е добро прифатена и применета во многу истражувања, сепак ù се припишуваат

некои недостатоци. Недостатоците, пред сè, се однесуваат на тоа како е применувана теоријата, а не на нејзината теоретска заснованост и оправданост. Така, досегашната литература поврзана со теоријата на зависни и независни варијабли во областа на мерењето на резултатите истакнува дека постои потреба за испитување на организациската ефикасност како витален дел од дизајнирањето системи за мерење на резултатите. Во истражувањата, базирани на теоријата на зависни и независни варијабли, се испитуваат системите за мерење на резултатите како зависни варијабли, со цел да се согледа усогласеноста помеѓу независните варијабли и системите за мерење на резултатите. На пример, некои истражувања (Hayes, 1977; Merchant, 1984; Simons, 1987) ја испитуваат ефикасноста на организациите, додека, пак, други (Kandawalla, 1972; Gordon & Miller, 1976; Watehouse & Tiessen, 1978) ја игнорираат ефикасноста на организациите и ја третираат како излезна варијабла. Притоа, зависноста на мерењето на „резултатите“ од ефикасноста на организациите подразбира и примена на различни методи. Во традиционалното сметководство, ефикасноста на организациите се мери преку финансиски мерила (Simons, 1987). Американската асоцијација на сметководители од неодамна препорачува поголема употреба на нефинансиските мерила. Во последно време во повеќе теоретски и практични истражувања се препорачува мерењето на ефикасноста на организациите да биде базирана на финансиски и на нефинансиски мерила (Hoque & James, 2000). Во многу истражувања се објаснува дека не може да се поврзе подобрувањето на ефикасноста или резултатите на организациите со применувањето на некој нов, посовремен метод за нивно мерење (Kandawalla, 1972; Gordon & Miller, 1976; Watehouse & Tiessen, 1978). Ваквите спротивставени мислења претставуваат главна критика на теоријата на зависни и независни варијабли и се резултат од неадекватно третирање на дизајнот на системите за мерење на резултатите и нејасно објаснување на врската помеѓу организациската ефикасност, ситуационите варијабли и системите за мерење на резултатите.

Основен проблем на кој се наидува при применување на теоријата на зависни и независни варијабли е дефинирањето и мерењето на независните варијабли. Многу од овие варијабли се теоретски концепти, како што се неизвесноста од окружувањето и деловната стратегија кои многу тешко би можеле да се измерат (Chenhall, 2003; Ittner & Larcker, 2001). При мерењето на варијаблите, со цел да се добијат соодветни информации, најчесто

применувани методи се методите по пат на прашалници (Charman, 1997). Ова е причината што од поодамна е препознаена потребата за развивање и подобрување на нови мерила кои се засновани на теоријата на зависни и независни варијабли (Otley & Pollanen, 2000). И покрај бројните недостатоци и проблеми при применувањето, теоријата на зависни и независни варијабли нашироко се применува во истражувањата, поврзани со системите за мерење на резултатите.

Предности на теоријата на зависни и независни варијабли

Неспорен е фактот дека теоријата на зависни и независни варијабли е широко прифатена и применувана во рамките на бројни сметководствени истражувања и претставува општо прифатен пристап. Тоа, пред сè, се должи на предностите што ги има теоријата на зависни и независни варијабли. Така, на пример, теоријата на зависни и независни варијабли признава ситуациони разлики кои не се опфатени во други универзални пристапи (Miles & Snow, 1978). Предност ù се припишува и поради тоа што таа се базира на добро фундирана теоретска основа што, пак, овозможува формулирање и тестирање на модели и хипотези. Исто така, може да бидат користени и големи примероци, овозможувајќи голем број организации да бидат опфатени, со цел да се добијат попрецизни и поверодостојни резултати. Користењето квантитативни податоци кои се добиваат од истражувањата при примена на теоријата на зависни и независни варијабли овозможува да се изведат соодветни статистички анализи и техники.

Примената на теоријата на зависни и независни варијабли во истражувањата од областа на сметководството се објаснува од аспект на нејзината интуитивна примена и потребата за усогласување на конфликтни емпириски резултати, добиени со примена на други теоретски модели (Мак, 1989). Некои автори, како што се Otley и Pollanen (2000) предлагаат три начини кои претставуваат можност за идно подобрување на примената на теоријата на зависни и независни резултати. Според нив, најнапред треба да постои континуитет во пристапите, базирани на традиционалната теорија на зависни и независни варијабли, како и повнимателно одредување и мерење на варијаблите. Понатаму, студиите, базирани само на една организација, треба да имаат за цел да го појаснат влијанието на различните

сметководствени практики за мерење на резултатите во нивниот поширок контекст. На крај, подобрувањата на теоријата на зависни и независни варијабли, кои се однесуваат на новите практики за мерење на резултатите, треба да придонесат за подобрувања во системите на сметководството и системите за мерење на резултатите.

Независни варијабли вообичаено применувани во истражувањата од сметководството на менаџментот

Независните варијабли би можеле да се дефинираат како определени ситуации или околности со кои се соочуваат организациите, а се однесуваат на екстерното окружување, технологијата, организациската структура, стратегијата и др. (Fisher, 1995). Многу често во истражувањата се наведува дека ефикасноста на системите за мерење на резултатите зависи од нивниот дизајн кој треба да биде соодветен и прилагоден на окружувањето, големината, структурата, стратегијата, културата и технологијата (Otley, 1980; Chenhall, 2003). Така, на пример, Euske et. al. (1993) истакнуваат дека мерилата на резултатите претставуваат контекстуално дефиниран феномен и мерилата сами по себе може да имаат различни значења и влијанија во различни организации. Некои автори, како Ittner и Larcker (2001), пак, ја нагласуваат потребата за согледување на односите помеѓу нефинансиските мерила и независните варијабли. Тие, исто така, објаснуваат дека изборот на мерила на резултатите е функција на конкурентското окружување, стратегијата и организациската структура на претпријатијата. Исто така и Maltz et. al. (2003) објаснуваат дека соодветниот сет мерила на резултатите ќе зависи од големината, технологијата, стратегијата, индустријата и од окружувањето во кое дејствуваат претпријатијата. Според Waterhouse и Tiessen (1978), технологијата и окружувањето претставуваат значајни варијабли при дизајнирањето системи за мерење на резултатите, а тие, пак, понатаму влијаат и на организациската структура во претпријатијата, изборот на мерила и контролните системи. Во своите трудови Otley (1980) нагласува дека технологијата, окружувањето и организациската структура, како зависни варијабли, имаат влијание врз ефикасноста на сметководствените системи, па оттука и на резултатите, воопшто.

Во развојните трендови на теоријата на зависни и независни

варијабли можат да се забележат два алтернативни приода. Има случаи кога се прават истражувања во кои не се настојува на експлицитно применување на рамката на теоријата на зависни и независни варијабли, туку резултатите се добиваат од студијата сама по себе или, пак, резултатите се интерпретираат во споредба со оние од други споредливи истражувања. Има случаи, пак, кога истражувањата започнуваат со теоријата на зависни и независни варијабли и експлицитно се настојува да се оцени влијанието на различни зависни фактори кои се под хипотеза, било на теоретски или, пак, на емпириски тестирања (Otley, 1980).

Во ова истражување ќе бидат опишани независните варијабли и нивното влијание врз системите за мерење на резултатите. За таа цел, во истражувањето, направено преку прашалници во кои има посебен дел за наведените варијабли и по пат на тестирање на хипотезите кои се поставени, ќе биде објаснето влијанието на секоја независна варијабла. Притоа, за целите на ова истражување ќе бидат земени предвид неизвесноста од окружувањето и конкуренцијата како независни екстерни варијабли, како и деловната стратегија, организационата структура и големината на претпријатијата како независни интерни варијабли.

1. Деловна стратегија

Во економската литература се среќаваат различни дефиниции за поимот стратегија, од многу општи до многу конкретни, меѓутоа во истражувањата од областа на сметководството и системите за мерење на резултатите релевантно се зема поимањето за деловната конкурентска стратегија. Според Porter(1980), конкурентската стратегија се дефинира како заземање поволна конкурентска позиција во дејноста. Според него, претпријатијата може да развијат одржлива конкурентска предност преку примена на една од следниве стратегии:

1. **Стратегија на лидер во трошоците** – стратегија со која претпријатијата настојуваат да остварат најниски трошоци во рамките на индустријата во која дејствуваат по пат на економија на обем, контрола на трошоците, супериорна технологија итн.
2. **Стратегија на диференцирање** – стратегија со која претпријатијата сакаат да создадат производи или услуги кои од страна на потрошувачите ќе бидат препознаени како уникатни.

3. **Фокусирана стратегија** – стратегија која е фокусирана само на одреден сегмент од пазарот кој е запоставен од страна на конкуренцијата, а може да биде базирана и на најниски трошоци и на диференцијација.

Авторите Miles и Snow (1978) идентификуваат четири стратешки типовина организации, имајќиго предвид степенот на промени во производите или услугите. Според нив, тоа се организации кои се идентификуваат како трагачи, бранители, аналитичари и реактори. Овие автори аналитичарите ги нарекуваат хибридна форма на стратегија во која се манифестираат атрибутите и на трагачите и на бранителите. Организациите-трагачи се карактеризираат со постојано барање и истражување нови производи, ширење на пазарот, задоволување на потребите на потрошувачите, истражување, развој и слично. Овие организации најчесто се нарекуваат креатори на иновации на пазарот. Организациите-бранители не се толку динамични и се фокусираат во подрачја на стабилни производи, ограничено производство и мала диверзифицираност. Организациите-аналитичари имаат карактеристики и на трагачи и на бранители. Организациите реактори не следат никаква одредена стратегија.

Во нашето истражување фокусот ќе го ставиме на тоа дали и како деловната стратегија влијае врз подобрувањето на системите за мерење на резултатите и на резултатите од претпријатијата во целина. Токму врз основа на ова е развиена и првата хипотеза во нашето истражување:

X1: *Деловната стратегија на организациите влијае врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите.*

2. **Организациска структура**

Кога се дефинира поимот „организациска структура“ најчесто се мисли на тоа дека организациската структура се однесува на формалната спецификација на различни работни задачи на вработените во една организација, со цел да се добие уверување дека задачите и активностите во организацијата соодветно се извршуваат. Во поново време посебно значење се придава на организациската структура како фактор кој влијае врз стратегијата на фирмата отколку на стратегијата како варијабла која треба да ја утврди организациската структура на една фирма (Pertusa-Ortega, et al., 2010). Меѓутоа, не може да не се има предвид фактот дека организациската

структура влијае врз ефикасноста на работењето, мотивираноста на вработените, тековите на информации и контролните системи и врз идниот успех на организациите.

Посебно заслужува да се одбележи мислењето на Burns и Stalker (1961, цитирано во (Chenhall, 2003) дека организациската структура треба секогаш да се разгледува од аспект на механички и органски пристапи. Според нив, механичката структура е структурирана, а однесувањето е стандардизирано и засновано на стабилни услови, додека, пак, органската форма се карактеризира со неформални работни односи и е соодветна за променливи услови. Главните карактеристики на овие два пристапа, Daft (2010) ги сумира како што е прикажано во Табела 1. Кај повеќе автори е општ заклучокот дека организациите кои се карактеризираат со механичка структура повеќе се фокусирани на финансиски мерила, додека организациите кои се карактеризираат со органска структура повеќе користат избалансиран сет мерила на резултатите (Pedersen & Sudzina, 2012).

Табела 1. Механички и органски форми на организации

Механички	Органски
1. Задачите се расчленети на специјализирани, засебни делови	1. Вработените придонесуваат кон општите задачи на секторот
2. Задачите ригидно се дефинирани	2. Задачите се прилагодени и редефинир. преку тимска работа на вработените
3. Има стриктна хиерархија на авторитет и контрола и има многу правила	3. Има помалку хиерархија на авторитет и контрола и има помалку правила
4. Знаењето и контролата на задачите се централизираны кај врвниот менаџмент	4. Знаењето и контролата на задачите се лоцирани каде било во организацијата
5. Комуникацијата е вертикална	5. Комуникацијата е хоризонтална

Извор: (Daft, 2010).

Во истражувањата, посветени на утврдување на корелацијата помеѓу организациската структура и применувањето современи системи за мерење на резултатите, се подвлекува дека организациите со органска структура

имаат поголема корист од примената на современи системи за мерење на резултатите (Pedersen & Sudzina, 2012). Бројни истражувања се посветени на согледување на влијанието на поврзаноста на организациската структура со мерилата на резултатите (Ittner & Larcker, 2001). Ако се има предвид дека организациската структура има големо влијание врз ефикасноста во работењето, мотивацијата на вработените, контролните системи и информациските текови (Chenhall, 2003), тоа значи дека организациската структура како варијабла е многу значајна во теоријата на зависни и независни варијабли. Врз основа на истражувањата, посветени на организациската структура и нејзиното влијание врз системите за мерење на резултатите, предмет на истражување во овој труд е како современите организациски структури на организациите во Република Македонија влијаат врз дизајнирањето на современи интегрирани системи за мерење на резултатите. За оваа цел се поставува и хипотезата:

X2: *Организациската структура на организациите влијае врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите.*

3. Очекувана неизвесност во окружувањето

Окружувањето ги подразбира сите екстерни фактори врз кои организациите не можат да влијаат. Тие имаат крупно влијание и врз организациските делови на претпријатијата (Daft, 2010). Очекуваната неизвесност, пак, значи дека при носењето деловни одлуки менаџментот ги нема на располагање сите потребни информации за влијанието на факторите од окружувањето (Daft, 2010). Според Daft (2010), очекуваната неизвесност од окружувањето се состои од две главни димензии (Табела 2.), стабилна-нестабилна димензија и едноставна-комплексна димензија. Стабилната-нестабилна димензија се однесува на тоа дали елементите во окружувањето се динамични, додека едноставно-комплексната димензија се однесува на хетерогеноста или бројот на различни екстерни елементи, релевантни за една организација.

Табела 2. Рамка за оценување на неизвесноста од окружувањето

Промени во окружувањето	Стабилни	Едноставна + стабилна = мала неизвесност	Комплексна + стабилна = мала-умерена неизвесност
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Мал број екстерни елементи, елементите се слични 2. Елементите остануваат исти или бавно се менуваат 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Голем број екстерни елементи, елементите не се слични 2. Елементите остануваат исти или бавно се менуваат
	Нестабилни	Едноставна + нестабилна = голема-умерена неизвесност	Комплексна + нестабилна = голема неизвесност
		<ol style="list-style-type: none"> 1. Мал број екстерни елементи, елементите се слични 2. Елементите често и непредвидливо се менуваат 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Голем број екстерни елементи, елементите не се слични 2. Елементите често и непредвидливо се менуваат
		Едноставна	Комплексна
	Комплексност на окружувањето		

Извор: (Daft, 2010).

Неизвесноста од окружувањето претставува значајна независна варијабла при дизајнирањето на системите за мерење на резултатите (Chenhall & Morries, 1986). Во истражувањата се подвлекува дека финансиските мерила на резултатите сами по себе не се адекватни за мерење на резултатите, особено при зголемена неизвесност во окружувањето (Govindarajan, 1984) и дека при зголемена неизвесност од окружувањето организациите треба да применуваат посубјективни пристапи. Исто така, се подвлекува дека неизвесноста од окружувањето бара пообемни, навремени, интегрирани и агрегирани информации и дека вклучувањето на неизвесноста во сметководството на менаџментот, како значајна независна варијабла, води кон развивање современи системи за мерење на резултатите (Gul & Chia, 1994; Gordon & Narayanan, 1984). Доколку се има предвид дека неизвесностите од окружувањето се квантифицираат, по правило, со нефинансиски мерила, во современите сметководствени системи им се придава посебно значење, па оттука произлегуваат и препораките од бројни

автори (Chenhall & Morriss, 1986; Gul & Chia, 1994; Chenhall, 2003; Drury, 2004) да се користат посовремени системи за мерење на резултатите кои вклучуваат и финансиски и нефинансиски мерила (Pedersen & Sudzina, 2012).

Резултати од истражувањата упатуваат на заклучок дека неизвесноста од окружувањето може само индиректно да влијае врз системите за мерење на резултатите преку деловната стратегија (бидејќи деловната стратегија е одредена и од окружувањето - Garengo & Bititci, 2007). Во ова истражување ќе се испита влијанието на неизвесноста од окружувањето врз развивањето современи интегрирани системи за мерење на резултатите во организациите во Република Македонија преку следната хипотеза:

X3: *Неизвесноста од окружувањето влијае врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите.*

3. Пазарна ориентираност и конкуренција

Филозофијата на пазарна ориентација се заснова на претпоставката дека сите активности во рамките на една организација треба да бидат фокусирани на задоволување на потребите на купувачите (Jaworski & Kohli, 1993). Степенот на конкуренција, како еден аспект од пазарната ориентираност, претставува, исто така, значајна независна варијабла која има свое влијание при развивањето и ефикасноста на современите интегрирани системи за мерење на резултатите. Така, според Khandawalla (1972), колку е поголема конкуренцијата, толку е поголема потребата за контрола на трошоците и проверка дали активностите се одвиваат според очекуваното. Исто така, од степенот на конкурентноста зависи и дали организациите ќе применуваат, како финансиски, така и нефинансиски мерила (Hoque, et al., 2001). Многу автори (Otley, 1999; Ittner & Larcker, 1998a) истакнуваат дека е неопходна заедничка примена и на финансиски и на нефинансиски мерила, со цел да се оценуваат финансиските резултати на организациите, но да се оценуваат и задоволството на потрошувачите, иновациите и квалитетот на производите. Во ова истражување се испитува влијанието на конкуренцијата врз развивањето и ефикасноста на системите за мерење на резултатите во организациите во Република Македонија:

X4: *Конкуренцијата влијае врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите.*

4. Големина на организациите

Во теоријата на зависни и независни варијабли се претпоставува дека и големината на организациите може да биде независна варијабла која влијае врз развивањето и ефикасноста на системите за мерење на резултатите. Кога се поставува прашањето како треба да се мери големината на организациите, најчесто се вели дека тоа се прави преку мерење на добивката, обемот на продажба, средствата и вработените (Chenhall, 2003). Во истражувањата се наведува дека – како што се зголемуваат претпријатијата, така треба да се развиваат и пософистицирани системи за мерење на резултатите (Kandawalla, 1972; Merchant, 1984; Ezzamel, 1990; Hoque & James, 2000). На крај, може да се заклучи дека, како и претходно елаборираните независни варијабли, така и големината на организациите има одредено влијание врз изборот и примената на системите за мерење на резултатите, што е тестирано преку следната хипотеза:

X5: *Големината на организациите има влијание врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите.*

Анализа на влијанието на независните варијабли врз системите за мерење на резултатите во организациите во Република Македонија

Следејќи ги практиките во истражувањата за анализа на независните варијабли од теоријата на зависни и независни варијабли и нивното влијание врз зависната варијабла, која во нашиот труд претставува системот за мерење на резултатите, во ова истражување е применета χ^2 анализа и корелациона анализа, со цел да се утврди нивната меѓузависност.

Од спроведената χ^2 анализа (Табела 3.3) може да заклучиме дека процентот од продажбите, потрошен за трошоци за истражување и развој има влијание врз имплементирањето на систем за мерење на резултатите (на ниво на статистичка значајност $\alpha = 0,1$). Оттука и логичниот заклучок дека организациите кои имаат дефинирано стратегија која е посветена на вложување во истражување и развој имаат повеќе успех во имплементирањето на систем за мерење на резултатите отколку другите организации.

Понатаму, во однос на неизвесноста од окружувањето, организациите кои се соочени со помала неизвесност на побарувачката на пазарот (на ниво на статистичка значајност $\alpha = 0,05$), достапноста на суровините (на ниво на статистичка значајност $\alpha = 0,1$) и цените на производите (на ниво на статистичка значајност $\alpha = 0,1$) имаат поголем успех во имплементирањето на систем за мерење на резултатите. Организациите кои како многу понеизвесни фактори ги имаат оценето оние фактори врз кои немаат никакво влијание (како што се активности на конкуренцијата, цената на суровините, законската регулатива, вкусовите на купувачите и политичките и економските ограничувања), немаат значајно влијание врз примената на системите за мерење на резултатите.

Од аспект на организациската структура, преку χ^2 анализата може да се заклучи дека организациите кои имаат организациска структура во која на највисоко ниво се носат одлуки, поврзани со капитално планирање и долгорочни стратешки одлуки (на ниво на значајност од $\alpha = 0,1$) имаат поголем успех од организациите кај кои овие одлуки ги носи менаџментот на пониско ниво.

Резултатите од истражувањето не дадоа никаква поврзаност со варијаблите кои се однесуваат на конкуренцијата и големината на претпријатијата врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите.

Со спроведената корелациона анализа (Табела 3.4.) може да се заклучи дека само стратегијата и организациската структура (на ниво на значајност $\alpha = 0,1$) како независни варијабли имаат влијание врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите. Неизвесноста од окружувањето на агрегатно ниво нема влијание врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите, иако од χ^2 анализата можеше да се види дека има и фактори кои влијаат врз имплементирањето на системите за мерење на резултатите.

Резултатите од истражувањето во врска со влијанието на независните варијабли врз системот за мерење на резултатите како зависна варијабла може да се објаснат и со сознанијата од спроведените интервјуа во организациите кои беа предмет на изработка на студија на случај. Сите три организации, без исклучок, наведоа дека имплементирањето и изборот на систем за мерење на резултатите се должи на нивните матични организации кои се странски организации. Тие, всушност, имплементираат систем за

мерење на резултатите кој е имплементиран и во матичната организација и во временска рамка кога тие ќе го побараат од нив, без анализа на факторите и условите во кои дејствуваат домашните организации.

Според погоре изнесеното, можеме да заклучиме дека ги прифаќаме првата и втората хипотеза дека стратегијата и организациската структура влијаат на имплементирањето на систем за мерење на резултатите, а третата, четвртата и петтата хипотеза се отфрлаат. Со ова само се надолува нашето сознание од спроведените интервјуа дека организациите имплементираат систем за мерење на резултатите по барање на странските инвеститори, односно странската матична организација, која може да изврши одредено прилагодување на системот за мерење на резултатите во однос на стратегијата и организациската структура, а целосно ги запоставува конкуренцијата и неизвесноста од окружувањето како независни варијабли врз системот за мерење на резултатите.

Заклучок

Во овој дел од трудот го одбележавме значењето што го има теоријата на зависни и независни варијабли во сметководството и системите за мерење на резултатите. Притоа, се задржавме на најзначајните независни варијабли кои би можеле да имаат влијание врз изборот и дизајнирањето на ефикасен интегриран систем за мерење на резултатите. Во теоријата на зависни и независни варијабли се поаѓа на претпоставката дека не постои универзално применлив сметководствен систем во сите организации и под исти услови (Otley, 1980). Теоријата на зависни и независни варијабли многу одамна се користи во истражувања од областа на сметководството на менаџментот, со цел да се испита нејзиното влијание врз методите што се применуваат во организациите.

Табела 3. χ^2 анализа на влијанието на независните варијабли врз СМР

СТРАТЕГИЈА	Вредност	df	Значајност
Предностивоодноснаконкуренијатаворамкитена:			
Продажнацена	7,916	6	0,24430581
% одпродажбитепотрошеннатрошоцизамаркетинг	5,587	5	0,348467879

% одпродажбапотрошеннатрошоцизаистражување и развој	10,405	5	0,06452926
Квалитетнапроизводот	2,588	5	0,763257453
Имицнабрендот	3,231	4	0,519957659
Карактеристикинапроизводот	3,728	5	0,5892016
Следбеницииливодачи	1,492	4	0,828114997
ОКРУЖУВАЊЕ	Вредност	df	Значајност
Предвидливостилинепредвидливостна:			
Активностинаконкурентијата	3,66	4	0,454003506
Побарувачката на пазарот	11,961	5	0,035319615
Достапностна суровини/ресурси	9,889	5	0,078432198
Ценана суровини/ресурси	2,8	6	0,833532162
Законска регулатива	3,125	6	0,792966382
Цени на производите	7,617	5	0,078626886
Вкусови и преференции на купувачите	4,91	6	0,555400308
Политички и економски ограничувања	7,247	5	0,202917097
ОРГАНИЗАЦИСКА СТРУКТУРА	Вредност	df	Значајност
Начин на организираност за да се обезбеди компатибилност во одлуките со други одделенија:			
Работни групи	4,776	6	0,572814568
Повремениработникот	4,329	6	0,632232803
Службеници	3,474	5	0,62737323
Менаџментот	3,489	6	0,74540713
Одлуки на највисок ниво за:			
Производителите или услугите	3,276	3	0,35101355
Капитално планирање	4,454	2	0,100156542
Долгорочни стратегии	6,435	3	0,092279822
КОНКУРЕНЦИЈА	Вредност	df	Значајност
Високонивона конкуренција за производите	4,581	5	0,46907155
Високонивона конкуренција за новите производи	3,792	6	0,704785918
Високонивона конкуренција од аспект на маркетинг и дистрибуција	6,367	6	0,383399628
Високонивона конкуренција за стекнување пазарно учество	3,92	6	0,687541014
Однесувањето на конкуренцијата е закана за организацијата	2,847	6	0,827732384
ГОЛЕМИНА	Вредност	df	Значајност

Број на вработени	2,955	5	0,70696992
-------------------	-------	---	------------

Табела 4: Корелациона анализа помеѓу СМР и независните варијабли

	СМР	Стратегија	Окружување	Организациска структура	Конкуренција	Големина	
Pearson	СМР	1,000	,260	,025	,249	,222	,087
	Стратегија	,260	1,000	,134	,186	,177	-,313
	Окружување	,025	,134	1,000	,178	,093	-,147
Корелација	Организациска структура	,249	,186	,178	1,000	-,016	-,198
	Конкуренција	,222	,177	,093	-,016	1,000	-,164
	Големина	,087	-,313	-,147	-,198	-,164	1,000
	smr2	.	,072	,444	,081	,108	,315
	Smean	,072	.	,228	,150	,163	,038
Sig.	OKmean	,444	,228	.	,161	,304	,208
(1-tailed)	OSmean	,081	,150	,161	.	,465	,135
	KONmean	,108	,163	,304	,465	.	,181
	Вработени	,315	,038	,208	,135	,181	.

Користена литература:

1. Abernethy, M. & Lillis, A., 1995. The impact of manufacturing flexibility on management control system design. *Accounting, Organizations and Society*, 20(4), pp. 241-258.
2. Anderson, S. & Lanen, W., 1999. Economic transition, strategy and the evolution of management accounting practices: The case of India. *Accounting, Organizations and Society*, 24(5-6), pp. 379-412.
3. Cadez, S. & Guilding, C., 2008. An exploratory investigation of an integrated contingency model of strategic management accounting. *Accounting, Organizations and Society*, Том 33, pp. 836-863.
4. Chapman, C., 1997. Reflections of a contingent view of accounting. *Accounting, Organizations and Society*, 22(2), pp. 189-205.
5. Chenhall, R., 2003. Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, Organizations and Society*, 28(2/3), pp. 127-168.

6. Chenhall, R. & Morries, D., 1986. The impact of structure, environment and interdependence on perceived usefulness of management accounting systems. *The accounting review*, 61(1), pp. 16-35.
7. Daft, R. L., 2010. *Organization Theory and Design*. 10th Edition yп. Mason(OH): Sought-Western Cengage Learning.
8. Davis, S. & Albright, T., 2004. An investigation of the effect of balanced scorecard implementation on financial performance. *Management Accounting Research*, 15(2), pp. 135-153.
9. Drury, C., 2004. *Management and Cost Accounting*. London: Thomson.
10. Euske, K., Lebas, M. & McNair, C., 1993. Performance management in an international setting. *Management Accounting Research*, 4(4), pp. 275-299.
11. Ezzamel, M., 1990. The impact of environmental uncertainty, managerial autonomy and size on budget characteristics. *Management Accounting Research*, 1(2), pp. 181-197.
12. Fisher, J., 1992. Use of nonfinancial performance measures. *Journal of Cost Management*, 6(Spring), pp. 31-38.
13. Fisher, J., 1995. Contingency-based research on management control systems: Categorization by level of complexity. *Journal of Accounting Literature*, Том 14, pp. 24-53.
14. Franco-Santos, M. & Bourne, M., 2005. An examination of the literature relating to issues affecting how companies manage through measures. *Production, Planning & Control*, 16(2), pp. 114-124.
15. Garengo, P. & Bititci, U., 2007. Towards a contingency approach to performance measurement: An empirical study in Scottish SMEs. *International Journal of Operations and Production Management*, 27(8), pp. 802-825.
16. Gerdin, J., 2005. Management accounting system design in manufacturing departments: an empirical investigation using a multiple contingencies approach. *Accounting, Organizations and Society*, Том 30, pp. 99-126.
17. Gerdin, J. & Greve, J., 2004. Forms of contingency fit in management accounting research - a critical review. *Accounting, Organizations and Society*, Issue 29, pp. 303-326.
18. Gerdin, J. & Greve, J., 2008. The appropriateness of statistical methods for testing contingency hypotheses in management accounting research. *Accounting, Organizations and Society*, Том 33, pp. 995-1009.
19. Gordon, L. & Miller, D., 1976. A contingency framework for the design of accounting information systems. *Accounting, Organizations and Society*, 1(1), pp. 59-69.
20. Gordon, L. & Narayanan, V., 1984. Management accounting systems, perceived environment uncertainty and organizational structure: An empirical investigation. *Accounting, Organizations and Society*, 9(1), pp. 33-47.

21. Govindarajan, V., 1984. Appropriateness of accounting data in performance evaluation: an empirical examination of environmental uncertainty as an intervening variable. *Accounting, Organizations and Society*, 9(2), pp. 125-135.
22. Gul, F. A. & Chia, Y. M., 1994. The effects of management accounting systems, perceived environmental uncertainty and decentralization on managerial performance: a test of three-way interaction. *Accounting, Organizations and Society*, Том 19, pp. 413-426.
23. Haldma, T. & Laats, K., 2002. Contingencies influencing the management accounting practices of Estonian manufacturing companies. *Management Accounting Research*, Том 13, pp. 379-400.
24. Hayes, D., 1977. The contingency theory of managerial accounting. *The accounting review*, 52(1), pp. 22-39.
25. Henri, J.-F., 2006. Management control systems and strategy: A resource-based view. *Accounting, Organizations and Society*, Том 31, pp. 529-558.
26. Henri, J.-F., 2006. Organizational culture and performance measurement systems. *Accounting, Organizations and Society*, 31(1), pp. 77-103.
27. Hoque, Z. & James, W., 2000. Linking balanced scorecard measures to size and market factors: Impact on organizational performance. *Journal of Management Accounting Research*, Том 12, pp. 1-17.
28. Hoque, Z., Mia, L. & Alam, M., 2001. Market competition, computer-aided manufacturing and use of multiple performance measures: An empirical study. *British Accounting Review*, 33(1), pp. 23-45.
29. Hartmann, F. G. H. & Moers, F., 1999. Testing contingency hypotheses in budgetary research: an evaluation of the use of moderated regression analysis. *Accounting, Organizations and Society*, Том 24, pp. 291-315.
30. Ittner, C. D. & Larcker, D. F., 1998a. Innovations in Performance Measurement: Trends and Research Implications. *Journal of Management Accounting Research*, Issue 10, pp. 205-238.
31. Ittner, C. & Larcker, D., 2001. Assessing empirical research in management accounting: A value-based management perspective. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1/3), pp. 348-410.
32. Ittner, C., Larcker, D. & Rajan, M., 1997. The choice of performance measures in annual bonus contracts. *The Accounting Review*, 72(2), pp. 231-255.
33. Jaworski, B. F. & Kohli, A. K., 1993. Market orientation: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, Том 57, pp. 53-70.
34. Kandawalla, P., 1972. The effects of different types of competitions on the use of management controls. *Journal of Accounting Research*, 10(2), pp. 275-285.
35. Mak, Y., 1989. Contingency fit, internal consistency and financial performance. *Journal of Business Finance and Accounting*, 16(2), pp. 273-300.

36. Maltz, A. C., Shenhar, A. J. & Reilly, R. R., 2003. Beyond the balanced scorecard: Refining the search for organizational success measures. *Long Range Planning*, Том 36, pp. 187-204.
37. Medori, D. & Steeple, D., 2000. A framework for auditing and enhancing performance measurement systems. *International Journal of Operations and Production Management*, 20(5), pp. 520-533.
38. Merchant, K., 1984. Influences on departmental budgeting: An empirical examination of a contingency model. *Accounting, Organizations and Society*, 9(3/4), pp. 291-307.
39. Miles, R. & Snow, C., 1978. *Organizational strategy, structure and processes*. New York: McGraw-Hill.
40. Otley, D., 1980. The contingency theory of management accounting: achievement and prognosis. *Accounting, Organizations and Society*, 5(4), pp. 413-428.
41. Otley, D., 1999. Performance management: a framework for management control systems research. *Management Accounting Research*, Issue 10, pp. 363-382.
42. Otley, D. & Pollanen, R., 2000. Budgetary criteria in performance evaluation: A critical appraisal using new evidence. *Accounting, Organizations and Society*, 25(4-5), pp. 483-496.
43. Pedersen, E. R. G. & Sudzina, F., 2012. Which firms use measures? Internal and external factors shaping the adoption of performance measurement systems in Danish firms. *International Journal of Operations and Production Management*, 32(1), pp. 4-27.
44. Pertusa-Ortega, E. M., Molina-Azorin, J. F. & Claver-Cortes, E., 2010. Competitive strategy, structure and firm performance: a comparison of the resource-based view and the contingency approach. *Management Decision*, 48(8), pp. 1282-1303.
45. Porter, M., 1980. *Competitive Strategy Techniques for Analysing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
46. Simons, R., 1987. Accounting control systems and business strategy: An empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), pp. 357-374.
47. Waggoner, D., Neely, A. & Kennerley, M., 1999. The forces that shape organizational performance measurement systems: an interdisciplinary review. *International journal of Production Economics*, 60/61(3), pp. 53-60.
48. Watehouse, J. & Tiessen, P., 1978. A contingency framework for management accounting systems research. *Accounting, Organizations and Society*, 3(1), pp. 65-76.

CONTINGENCY THEORY IN MANAGEMENT ACCOUNTING AND PERFORMANCE MEASUREMENT

Marina Trpeska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
marinas@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The dependent and independent variables theory is rather frequently applied in efforts to understand the use of various financial and non-financial measurements by organizations. The most significant aspect of the application of the dependent and independent variables theory is the selection of independent variables influencing the design of the result measurement systems. As part of the accounting management theory, numerous independent variables have been developed with certain influence on various aspects of the results measurement systems. The dependent and independent variables theory applies when something depends on something else or when the organization's results depend on the situation as a whole. Research related to the dependent and independent variables theory has a long tradition when it comes to studying the results measurement systems. The application of the dependent and independent variables theory in accounting management is based on the fact that there is no adequate universal accounting system that is applicable in all organizations and under all circumstances. The independent variables studies in this research include business strategy, organizational structure, expected uncertainty in the environment, market orientation and competition, and size of the organization. From the research conducted, it can be concluded that the business strategy and organizational structure do have influence over the implementation of the performance measurement systems but expected uncertainty in the environment, market orientation and competition and the size of the organization do not have influence over it. From this can be concluded that the most organizations implement performance measurement systems on requirement of the foreign investors i.e. foreign mother organization where can be done required adjustments in the business strategy and organizational structure but are fully neglected competition and environmental uncertainty as independent variable in performance measurement system.

Key words: *dependent and independent variables theory, dependent variable, independent variables, results measurement systems*

УДК: 338.312: 331.215.45 (497.7) „2006/2014”

ПРОДУКТИВНОСТА НА ТРУДОТ И РЕАЛНИТЕ ПЛАТИ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВО ПОСТКРИЗНИОТ ПЕРИОД

проф. д-р Предраг Трпески

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
predrag@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Трудот има за цел да го испита односот помеѓу продуктивноста на трудот и реалните нето-плати во Република Македонија, како на ниво на целата економија, така и во секторите индустрија и земјоделство, во периодот 2006-2014 год., односно непосредно пред започнувањето и по Големата светска економска криза. Во трудот се тргнува од претпоставката дека поголемата продуктивност на трудот предизвикува промени во реалните нето-плати и дека таквите промени се во иста насока. Истражувањата што се претходно направени, покажуваат дека во периодот 1995-2003 година постои изразена квантитативна врска помеѓу продуктивноста на трудот и реалните нето-плати во Република Македонија.

Но, добиените резултати од истражувањето во овој труд покажуваат дека помеѓу продуктивноста на трудот и реалните нето-плати во анализираниот период не постои изразена квантитативна врска, па дури и нивните релации се со спротивен предзнак. Ова упатува на заклучок дека промените во продуктивноста на трудот не влијаеле или, пак, влијаеле многу малку, а во некои случаи влијанието е во спротивна насока, врз реалните нето-плати во Република Македонија и врз животниот стандард на граѓаните.

Клучни зборови: *продуктивност, реална нето-плата, индустрија, земјоделство*

1. Вовед

Иако причините за разликите во степенот на економската развиеност помеѓу земјите се многубројни, сепак, генерално, можеме да тргнеме од претпоставката дека разликите во економската развиеност се должи на разликите во продуктивноста и факторите кои не ја условуваат: физичкиот капитал, човечкиот капитал, природните ресурси и технолошките знаења. На долг рок, единствен начин да се зголеми економскиот раст и да се подигне животниот стандард е преку зголемување на продуктивноста. Ефектите од порастот на продуктивноста врз порастот на животниот стандард, на долг рок се манифестираат преку пораст на реалните плати.

Економистите многу добро го препознаваат значењето на разликата во стапките на пораст на продуктивноста од 1% или 2%, додека на неекономистите, па и на луѓето од бизнис сферата, овие стапки можат да им изгледаат и приближно исти. Колку е битна висината на стапката на раст на продуктивноста може најдобро да се уочи од познатото математичко *правило 70*¹. Според ова правило, доколку бројот 70 се подели со стапката на раст на продуктивноста, се добиват годините кои се потребни реалниот аутпут по работник да се дуплира. Оттука, доколку стапката на раст на продуктивноста е 1%, ќе бидат потребни 70 години реалниот аутпут, оттука и реалниот доход по работник, да се дуплира. Доколку стапката на раст на продуктивноста е 2%, тогаш потребниот период се преполовува на 35 години, а со стапка на раст од 3%, периодот изнесува 23,3 години.

Во Република Македонија, во периодот 1995-2007 година, просечната стапка на раст на БДП по работник изнесува 4,76% (пошироко во Трески and Tashevска 2009, p. 106). Според ова, може да се заклучи дека се потребни 14,7 години (или 15,1 година, доколку се оди со примена на правило 72) реалниот БДП по работник да се дуплира.

Основна цел на трудот е да ја испита врската помеѓу продуктивноста на трудот и реалните нето-плати во Република Македонија во транзициониот период и особено во периодот по Големата финансика и економска криза од 2007 година. Досега, во економската литература постојат бројни трудови кои ја испитуваат врската помеѓу реалните плати и продуктивноста на трудот. Се разбира дека сите тие се со различни пристапи и аспекти на истражување. Истражувањата тргнуваат од воспоставување едноставни модели за

1 Во некои трудови е земено како правило 72 (Sharpe 2002, p. 33).

утврдување на корелационата врска помеѓу платите и продуктивноста на трудот, па сè до развивање модели за утврдување на нивната меѓузависност и условеност. Во осумдесеттите години од минатиот век доста актуелни беа моделите кои ја испитуваат условеноста на продуктивноста на трудот од платата. Истражувањата на Гордон во осумдесеттите години покажаа дека „...реакцијата на продуктивноста на трудот на промените во реалните плати и цикличните флукуации во аутпутот се скоро идентични во САД, Јапонија и во Европа“ (Gordon 1976, p. 1). Во понапредните модели влегуваат моделите на плати за ефикасност. Тие укажуваат дека повисоките плати ја зголемуваат продуктивноста на работниците (пошироко во Yelen 1984, p. 200-205, Mankiw and Romer 1991, p.p. 113-121 и Трпески 2006).

Feldstein (2008) дава одговор на прашањето дали порастот на платите рефлектираат пораст во продуктивноста. Тој констатира дека во САД, во неземјоделскиот сектор, нивото на продуктивност двојно се зголемило во периодот 1970-2006 година. Платите во истиот тој период на годишно ниво се зголемувале со приближно иста стапка. Пред него Bosworth and Perry (1994) ја испитувале врската помеѓу продуктивноста и реалните плати во САД. Sharpe et al. (2008) докажуваат дека најдиректен механизам преку кој продуктивноста на трудот влијае на животниот стандард е преку реалните плати. Klein (2012) ги испитува врските меѓу реалните плати, продуктивноста на трудот и трендовите во вработеноста во Јужна Африка. Вакви слични истражувања се направени и во некои од транзиционите економии. Така, Tamasauskiene and Stankaityte (2013), ги испитуваат релациите помеѓу платите и продуктивноста на трудот во Литванија, при што доаѓаат до заклучок дека, во периодот 2005-2010 год., регионалните разлики во продуктивноста на трудот се поголеми од разликите во платите.

Broadberry and Wyrhop (2009), ги анализираат реалните плати и продуктивноста на трудот во Британија и во Германија во периодот 1871-1938 година. Тие констатирале дека просечниот британски работник е подобар од оној во Германија, но дека има значајни разлики меѓу главните сектори во овие земји. На ниво на целата економија, јазот што се јавува во реалната плата е скоро ист како и јазот во продуктивноста на трудот, но постојат значителни разлики на ниво на сектори. Така, германскиот работник во индустријата бил послабо платен од британскиот, но затоа, пак, вработените во земјоделството и во услужниот сектор во Германија биле подобро платени.

Кажер et al. (2007) ги испитуваат врските помеѓу реалните плати и продуктивноста во Словенија и, меѓу другото, констатираат дека во периодот од втората половина на деведесеттите години на минатиот век, па сè до објавувањето на трудот, реалниот раст на просечната бруто-плата по работник заостанува зад порастот во продуктивноста.

Трпески (2006) го испитува односот помеѓу продуктивноста на трудот и реалните нето-плати во Република Македонија за периодот 1995-2003 година и констатира дека на ниво на целата економија постои многу директна квантитативна врска, коефициент на корелација од 0,97%, помеѓу просечната нето-плата и продуктивноста на трудот, пресметана како БДП по работник, додека од анализираниите сектори, највисок коефициент на корелација 0,91 помеѓу продуктивноста и платата има во секторот сообраќај и врски.

За да се согледа каква е ситуацијата во Македонија во периодот непосредно пред и по Големата светска економска криза, во посебен дел од овој труд ќе бидат обработени релациите помеѓу реалните нето-плати и продуктивноста на трудот во Република Македонија. Односот помеѓу реалните нето-плати и продуктивноста ќе биде испитуван, како на ниво на целата економија, така и на ниво на секторите индустрија и земјоделство.

2. Методолошки пристап

Еден од основните проблеми при испитување на врските помеѓу платите и продуктивноста е методолошки да се постави концептот на продуктивноста. Затоа, за потребите на трудот, ќе разграничиме неколку различни концепти на продуктивноста и тоа: 1. Парцијална, наспроти вкупна факторска продуктивност; 2. Аутпут по работник, наспроти аутпут по работен час; 3. Ниво на продуктивност, наспроти стапки на раст на продуктивност и 4. Циклично однесување на продуктивноста.

Суштински за овој труд е да се направи разлика помеѓу *парцијална продуктивност* и *вкупна факторска продуктивност*. Парцијалната продуктивност се однесува на продуктивноста на одделните фактори на производство, односно таа се дефинира како однос помеѓу аутпутот што се добива со ангажирање на соодветниот фактор на производство и количеството на ангажирани единици од тој фактор. Најпозната парцијална

мерка на продуктивноста е продуктивноста на трудот. Вкупната факторска продуктивност или позната како т.н 'Солоу резидуал', упатува на делот од порастот во аутпутот кој не може да се објасни со порастот на факторите на производство, капиталот и трудот, односно на делот од порастот во аутпутот кој е резултат на технолошкиот прогрес. Вкупната факторска продуктивност, во прв ред, зависи од технолошките подобрувања на производството на добра и услуги, како и од подобрувањето на квалификациите на работниците, но и од други фактори – инвестиции во комерцијализацијата на нови производи, поевтинување на некои важни инпути и сл. (пошироко во Фити 2009, стр. 133-136).

Во овој труд цел на обработка ќе биде парцијалната продуктивност, односно продуктивноста на трудот.

Трудот, како инпут во производството на добра и услуги, може да се мери на два начини и тоа: како просечен годишен број на работници или, пак, како вкупен број на работни часови во годината. Вториот начин на изразување на трудот како инпут во производниот процес е посоодветен за утврдување на продуктивноста на трудот. Но, секако, при пресметката на продуктивноста треба јасно да се дефинира на кој начин е измерен трудот како инпут. Тоа е битно, бидејќи стапките на раст на аутпутот по работник и по работен час може да се доста различни во зависност од тоа колку часа прекувремена работа има во економијата. Оттука, компарирањето на продуктивноста на трудот во меѓународни рамки треба да се врши доста внимателно и секогаш да се зема со степен на резерва, бидејќи помеѓу земјите во светот постојат големи разлики во бројот на работни часови кои еден работник ги остварува во годината. Така, на пример, во САД еден работник остварува годишно повеќе работни часови од работникот во некоја европска земја. Оттука, мерењето на продуктивноста врз основа на аутпутот по работник ја изразува продуктивноста во САД во подобро светло отколку мерењето на продуктивноста преку порелевантната мерка аутпут по работен час. Така, на пример, во Норвешка во 2001 година, БДП по вработен изнесуваше 81,5% од БДП по вработен во САД, но 110,6% од БДП по вработен, пресметан врз основа на работен час. Разликата е цели 29,1%. Во Холандија, исто така, разликите во продуктивноста, пресметани врз основа на двете мерки е голема и изнесува 28,4%, односно од 73,4% од нивото на продуктивноста во САД, мерена врз основа на аутпут по работник, па до 101,8% од продуктивноста во САД, утврдена преку работни часови (Shaгre

2002, р. 34-35).

За потребите на овој труд, при пресметките на продуктивноста на трудот во Република Македонија како мерка на продуктивноста на трудот како инпут ќе го земеме аутпутот по работник и тоа од две причини:

Прво, продуктивноста поедноставно се пресметува за подолг временски период, што е доста битно за нас, бидејќи за истражувањата што се цел во овој дел од трудот е потребна подолга серија на движење на продуктивноста на трудот.

Второ, во Република Македонија доста ретко, а и нецелосно, во изминатиот период се регистрира прекувремената работа, односно преку-времените работни часови.

Да се направи разлика помеѓу *ниво на продуктивност и стапка на раст на продуктивноста* е исто така доста битно. При истражувањето на продуктивноста на трудот во Република Македонија, во рамките на овој труд, ги користиме и двете мерки. Нивото на продуктивноста покажува колку БДП по работник се остварува во соодветна година, додека стапките на раст на продуктивноста ја покажуваат промената во два различни периоди.

Испитувањето на односите помеѓу продуктивноста на трудот и платите во Македонија се направени врз основа на официјални податоци на Државниот завод за статистика и Народната банка на Република Македонија. Податоците за бруто домашниот производ, платите, вработеноста и продуктивноста, на ниво на целата економија, како и во секторите индустрија и земјоделство, се дадени во Анекс 1, Табела 1.

3. Продуктивноста на трудот и платите во Република Македонија

Испитување на врската помеѓу реалните нето-плати и продуктивноста на трудот во Република Македонија е направена на ниво на целата економија, како и во секторите индустрија и земјоделство.

Продуктивноста и нето-платите на ниво на целата економија

Пред да ја испитаме зависноста на реалната нето-плата од промените во продуктивноста на трудот, првин ќе ја испитаме нивната меѓузависност. Целта е да се утврди дали помеѓу варијациите на продуктивноста на трудот и нето-платите постои квантитативно усогласување, односно корелациона врска и, ако постои, колку е силна таа врска. Врз основа на спроведените

пресметки за периодот 2006 (К1)-2014(К1), добиени се следниве резултати:

Коефициент на корелација	(0,020699)
р-вредност	(0.908972)

Добиениот коефициент на корелација покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во Република Македонија постои позитивна корелација, но многу ниската вредност на коефициентот од 0,020699 покажува дека таа врската е многу слаба, односно дека помеѓу овие две појави скоро и да нема корелација. При тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација, пресметана е р-вредност од 0,908972 која е поголема од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека продуктивноста на трудот и нето-платата во наведениот период нема корелација.

Но, за да се види влијанието на Големата светска економска криза врз односите помеѓу продуктивноста и платите, анализираниот период е поделен во два потпериоди: првиот потпериод е 2006(К1) - 2008(К4) и вториот потпериод е 2008(К1) -2014(К1).

Така, за периодот 2006(К1) - 2008(К4), добиени се следниве резултати:	
Коефициент на корелација	(0.583685)
р-вредност	(0.04632)

Добиениот коефициент на корелација од 0,583685 покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во Република Македонија постои позитивна корелација и таа е драстично поизразена отколку во периодот 2006(К1)-2014(К1). При тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација, пресметана е п-вредност од 0,04632 која е помала од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето платата во наведениот период постои корелација.

Но, резултатите кои се добиени за периодот 2008(К1)-2014(К1) се драстично поразлични од оние за периодот 2006(К1)-2008(К4):

Коефициент на корелација	(-0.05831)
р-вредност	(0.781892)

Добиениот коефициент на корелација од -0.05831 покажува дека не само што помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во Република Македонија постои многу слаба корелација, туку и дека таа е инверзна. Впрочем, пресметана е п-вредност од 0,781892, при тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација, која е поголема од нивото на значајност од 0,05, укажува на тоа дека меѓу продуктивноста на

трудоу и нето- платата во наведениот период не постои корелација.

Но, само со пресметка на коефициентот на корелација не може да се утврди каква е врската помеѓу реалната нето-плата и продуктивноста на трудот во Македонија. За да се види дали со промена на продуктивноста се менува и реалната нето-плата, ќе се постави следниов линеарен регресионен модел:

$$W = \beta_1 + \beta_2 P$$

Каде W е реална нето плата, а P е продуктивност на трудот. Оценетиот линеарен модел за Македонија за периодот 2006(K1)-2014(K1) го има следниов облик:

$$W = 17728,7 + 0,00583P$$

$$R^2 = 0,000428; \text{ п-вредноста} = 0,908972.$$

Од равенката може да се види дека ако продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, тоа води до зголемување на реалната нето-плата за незначителни 0,00583 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека промените во продуктивноста на трудот многу малку влијаат врз реалната нето-плата во Македонија. Исто така и коефициентот на детерминација е многу низок и покажува дека 0,0428% од промените во платата се објаснуваат со промените во продуктивноста. Од статистичка гледна точка, овие резултати не покажуваат задоволително ниво на статистичка значајност.

Но, затоа, пак, како што беше постапено при пресметката на коефициентот на корелација, така регресионата анализа ќе се направи и за двата потпериоди: периодот 2006(K1)-2008(K4) и периодот 2008(K1)-2014(K1).

Оценетиот линеарен модел за Македонија за периодот 2006(K1)-2008(K4) го има следниов облик:

$$W = 5181,2 + 0,068784P$$

$$R^2 = 0,340688; \text{ п-вредноста} = 0,04632.$$

Ова покажува дека ако продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, тоа води до зголемување на реалната нето плата за ниски 0,06878 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека промените во продуктивноста на трудот и во овој период многу малку влијаат врз реалната нето плата во Македонија. Но, затоа, пак, добиените резултати за овој период имаат задоволително ниво на статистичка значајност. Добиената п-вредност од 0,04632 е помала од нивото на значајност од 0,05, па коефициентот на

регресија β_2 е статистички значаен. И коефициентот на детерминација е доста висок и покажува дека во периодот 2006(K1)-2008(K4), 34,07% од промените во платата се објаснуваат со промените во продуктивноста.

Сосема други резултати се добиваат за периодот 2008(K1)-2014(K1). Оценетиот линеарен модел за овој период го има следниов облик:

$$W = 21278,12 - 0,00954P$$

$$R^2 = 0,0034; \text{ p-вредноста} = 0,781892.$$

Ова покажува дека во наведениот период, ако продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, тоа води до намалување на реалните нето-плати на ниво на целата економија за 0,00954 процентни поени. Ова укажува дека промените во продуктивноста на трудот многу малку влијаат врз реалната нето-плата во Македонија. Добиената p-вредност од 0,781892 е повисока од нивото на значајност од 0,05 и покажува дека регресиониот коефициент β_2 е статистички незначаен. Исто така и коефициентот на детерминација е многу низок и покажува дека 0,34% од промените во платата се објаснуваат со промените во продуктивноста. Од статистичка гледна точка и овие резултати за периодот 2008(K1)-2014(K1), исто како и за периодт 2006(K1)-2014(K1) не покажуваат задоволително ниво на статистичка значајност.

Продуктивноста и нето-платите во индустријата

Во секторот индустрија, исто како и на ниво на целата економија, најпрвин ќе ја утврдиме корелацијата помеѓу продуктивноста на трудот и платите, а потоа ќе ја поставиме и регресионата равенка. За периодот 2006(K1)-2014(K1) се добиени следниве резултати:

Коефициент на корелација	(-0,2321003)
--------------------------	--------------

p-вредност	(0.193691)
------------	------------

Добиениот коефициент на корелација покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во секторот индустрија во Македонија постои негативна корелација, што е невообичаено за односите помеѓу продуктивноста на трудот и платите. При тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација, пресметана е p-вредност од 0,193691 која е поголема од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платата во наведениот период нема корелација.

За периодот 2006(K1)-2008(K4) се добиени следниве резултати:

Коефициент на корелација	(0.4985324)
--------------------------	-------------

p-вредност	(0.099002)
------------	------------

Добиениот коефициент на корелација од 0,4985324 покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во Република Македонија постои позитивна корелација и таа е поизразена отколку во секторот земјоделство за истиот период. Но, при тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација, пресметана е р-вредност од 0,099002 која е поголема од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека резултатот не покажува задоволително ниво на статистичка значајност.

За периодот 2008(K1)-2014(K1) резултатите се следниве:

Коефициент на корелација	(-0.54074)
р-вредност	(0.00526)

Добиениот коефициент на корелација од -0.54074 покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и платите во секторот индустрија постои доста изразена негативна корелација. Пресметаната р-вредност од 0,00526, при тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација, е помала од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека добиениот резултат е статистички значаен.

Оценетиот линеарен модел за секторот индустрија за периодот 2006(K1)-2014(K1) го има следниов облик:

$$W = 28630.722 - 0.1181998P$$

$$R^2 = 0.0538706; \text{ р-вредност} = 0.193691$$

Ова значи дека ако во секторот индустрија продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, тоа води до намалување на реалната нето-плата за незначителни 0,1181998 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека промените во продуктивноста на трудот многу малку влијаат врз реалната нето-плата во Македонија и тоа во негативна насока. Исто така и нискиот коефициент на детерминација покажува дека 5,387% од промените во платата се објаснуваат со промените во продуктивноста. Од статистичка гледна точка, овие резултати не покажуваат задоволително ниво на статистичка значајност.

Оценетиот линеарен модел за периодот 2006(K1)-2008(K4) е следниов:

$$W = 11038.116 + 0.0501503P$$

$$R^2 = 0.2485346; \text{ р-вредноста} = 0.099.$$

Од равенката може да се види дека ако продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, реалната нето-плата ќе се зголеми за ниски 0,0501503 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека промените

во продуктивноста на трудот и во овој период многу малку влијаат врз реалната нето-плата во Македонија. Добиената р-вредност од 0,099 е поголема од нивото на значајност од 0,05, па коефициентот на регресија β_2 не е статистички значаен.

За периодот 2008(K1)-2014(K1) се добиени сосема други резултати, а оценетиот линеарен модел за овој период го има следниов облик:

$$W = 40548.08 - 0.2502757P$$

$$R^2 = 0.2924016; \text{ р-вредноста} = 0.005256.$$

Ова покажува дека во наведениот период, ако продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, реалните нето-плати во индустријата ќе се намалат за 0,2502757 процентни поени. Добиената р-вредност од 0,005256 е помала од нивото на значајност од 0,05 и покажува дека регресиониот коефициент β_2 е статистички значаен. Коефициентот на детерминација покажува дека 29,2% од промените во платата се објаснуваат со промените во продуктивноста.

Продуктивноста и нето-платите во секторот земјоделство

Во секторот земјоделство, исто како и на ниво на целата економија и во секторот индустрија, најпрвин ќе ја утврдиме корелацијата помеѓу продуктивноста на трудот и платите, а потоа ќе ја поставиме и регресионата равенка.

Добиените резултати за периодот 2006(K1)-2014(K1) се следниве:

$$\text{Коефициент на корелација} \quad (0.099267)$$

$$\text{р-вредност} \quad (0.582581)$$

Добиениот коефициент на корелација е многу низок и покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во секторот земјоделство постои многу ниска меѓузависност. Добиената р-вредност од 0,582581 е поголема од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека меѓу продуктивноста на трудот и нето-платата во наведениот период нема корелација.

За периодот 2006(K1)-2008(K4) добиени се следниве резултати:

$$\text{Коефициент на корелација} \quad (0.433395)$$

$$\text{р-вредност} \quad (0.159289)$$

Од добиените резултати може да се види дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во овој период постои позитивна корелација и таа е поизразена отколку во целиот период 2006(K1)-2014(K1) и периодот 2008(K1)-2014(K1). Но, пресметаната р-вредност од 0,159289 е поголема од

ннвото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека резултатот не покажува задоволително ннво на статистичка значајност.

Резултатите, добиени за периодот 2008(K1)-2014(K1) се следннве:

Коефициент на корелација (0.179432)

p-вредност (0.390768)

Добиениот коефициент на корелација од 0,179432 покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и платите во секторот индустрија постои многу слаба меѓузависност. Исто така и пресметаната p-вредност од 0,390768 е поголема од ннвото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека добиениот резултат не е статистички значаен.

Оценетиот линеарен модел за секторот земјоделство за периодот 2006(K1)-2014(K1) го има следниов облик:

$$W = 12619.49 + 0.011384p$$

$$R^2 = 0.009854; p\text{-вредност} = 0.582581$$

Ова значи дека ако во секторот земјоделство продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, тоа води до зголемување на реалната нето-плата за незначителни 0,011384 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека во секторот земјоделство во наведениот период промените во продуктивноста на трудот многу малку влијаат врз реалната нето-плата. Од статистичка гледна точка, овие резултати не покажуваат задоволително ннво на статистичка значајност.

Оценетиот линеарен модел за периодот 2006(K1)-2008(K4) е следен:

$$W = 9568.73 + 0.017342P$$

$$R^2 = 0.187832; p\text{-вредноста} = 0.159289$$

Од равенката може да се види дека ако продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, реалната нето плата ќе се зголеми за ниски 0,017342 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека промените во продуктивноста на трудот и во овој период многу малку влијаат врз реалната нето-плата во Македонија. Добиената p-вредност од 0,159289 е поголема од ннвото на значајност од 0,05, па коефициентот на регресија β_2 не е статистички значаен.

Резултатите за периодот 2008(K1)-2014(K1) се следннве:

$$W = 13412.95 + 0.014006P$$

$$R^2 = 0.032196; p\text{-вредноста} = 0.390768$$

Очевидно е дека во наведениот период, ако продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, реалните нето плати во индустријата ќе се

зголемат за незначителни 0,014 процентни поени. Добиената п-вредност од 0,39 е поголема од нивото на значајност од 0,05 и покажува дека регресиониот коефициент β_2 не е статистички значаен.

4. Заклучок

Досегашните истражувања упатуваат на тоа дека во Република Македонија до Големата светска економска криза постои висок степен на усогласеност меѓу продуктивноста на трудот и реалните плати. Според истражувањата, до средината на првата декада од овој век, продуктивноста на трудот, изразена како БДП по вработен, растела со просечна годишна стапка од 6,8%. Но, ваквата висока стапка на пораст на ГДП по вработен не се должи исклучиво на порастот на реалниот ГДП, кој во тој период бележи просечна годишна стапка на пораст од 3,1%, туку на намалувањето на вработеноста. Имено, вработеноста во периодот од 1995 до 2003 година опаѓа со просечна годишна стапка од -3,53%. Истражувањата покажаа дека, на ниво на целата економија, постои многу директна квантитативна врска помеѓу просечната нето-плата и продуктивноста, односно, на ниво на целата економија коефициентот на корелација изнесува 0,97, додека од анализираниите сектори, највисок коефициент на корелација 0,91 помеѓу продуктивноста и платата има во секторот сообраќај и врски.

Но, овие односи помеѓу продуктивноста на трудот и реалните нето-плати се менуваат во периодот по 2008 година. Промените во реалните нето-плати во периодот по 2007 година, се проследени со промени во продуктивноста, но во спротивна насока (Анекс 2, Табела 1).

Пресметките покажаа дека во периодот 2006(K1)-2014(K1), помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во Република Македонија постои позитивна корелација (коефициент 0,02), но дека таа врска е многу слаба, односно дека помеѓу овие две појави скоро и да нема корелација. Но, затоа, пак, пресметаниот коефициент на корелацијата од 0,58 во периодот 2006-2008 година покажува дека помеѓу продуктивноста и нето-платите е поголема во периодот пред кризата, за разлика од периодот 2008-2014 кога коефициентот на корелација не само што е низок и изнесува 0,06, туку има и негативен предзнак. Во истиот период 2006-2014 година, влијанието на

продуктивноста на трудот врз реалните нето- плати е незначителна, односно порастот на продуктивноста на трудот за 1 процентен поен, тоа води до зголемување на реалната нето-плата за незначителни 0,006 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека промените во продуктивноста на трудот многу малку влијаат врз реалната нето-плата во Македонија. Истиот заклучок се однесува и за двата потпериоди.

Во секторот индустрија, пак, добиениот коефициент на корелација од -0,2321 покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во секторот индустрија постои негативна корелација, што е невообичаено за односите помеѓу продуктивноста на трудот и платите. При тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација, пресметана е р-вредност од 0,193691 која е поголема од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека меѓу продуктивноста на трудот и нето-платата во наведениот период нема корелација. Но, затоа, пак, за периодот 2006-2008 година коефициентот на корелација изнесува 0,499, што укажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите во Република Македонија постои позитивна корелација и таа е поизразена отколку во секторот земјоделство за истиот период. За периодот 2008-2014 година коефициентот на корелација изнесува -0.54074 и покажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и платите во секторот индустрија постои доста изразена негативна врска. И пресметаната р-вредност од 0,00526 при тестирање на значајноста на добиениот коефициент на корелација е помала од нивото на значајност од 0,05 и укажува на тоа дека добиениот резултат е статистички значаен. Направените пресметки за влијанието на продуктивноста врз реалните нето-плати во периодот 2006-2014 година, покажуваат дека во секторот индустрија зголемувањето на продуктивноста на трудот за 1 процентен поен води до намалување на реалната нето-плата за незначителни 0,12 процентни поени. Ова упатува на констатацијата дека промените во продуктивноста на трудот многу малку влијаат врз реалната нето- плата во Македонија и тоа во негативна насока. Слични резултати се добиени и за двата потпериоди.

Во секторот земјоделство во периодот 2006-2014 година е пресметан коефициент на корелација од 0,099, што укажува дека помеѓу продуктивноста на трудот и нето-платите постои многу ниска меѓузависност. Коефициентот на корелација од 0,43 е нешто поизразен во периодот 2006-2008 година, додека во за периодот 2008-2014 година е повторно низок и изнесува 0,18. Но, треба да се истакне дека пресметаните п-вредности се повисоки од

ннвото на значајност од 0,05, што укажува дека резултатите не покажуваат задоволително ннво на статистичка значајност.

Влијанието на продуктивноста на трудот врз реалните нето- плати во земјоделството во периодот 2006-2014 година е ниска, исто како што е на ннво на целата економија и на ннво на секторот индустрија. Имено, ако во секторот земјоделство продуктивноста на трудот се зголеми за 1 процентен поен, реалната нето-плата ќе се зголеми за незначителни 0,011 процентни поени. Слични резултати се добиени и при пресметките на влијанието на продуктивноста на трудот врз реалните нето-плати во двата анализирани потпериоди.

Користена литература:

1. Bosworth, B. and Perry, G., (1994), "Productivity and Real Wages: Is There a Puzzle?", *Brookings Papers on Economic Activity*, Brookings institution.
2. Broadberrz, S. and Burhop, C. (2009), "Real NJages and Labour Productivitz in Britain and Germanz, 1871-1938: A Unifi ed Approach to the International Comparison of Living Standards", Preprints of the Madz Plank Institute for Research on Collective Goods, Madz Plank Institute, Bonn.
3. Feldstein, M., (2008), "Did Wages Reflect Growth in Productivity?", American Economic Association, Annual meeting on January 5.
4. Фити, Т., (2009), *Феноменологија на економските кризи*, Економски факултет-Скопје.
5. Kajzer, A., Jurancic, S., Kovacic, S., Kraigher, T. and Sustepsic, J. (2007), "Wages, productivity and competitiveness", *Economic Issues 2007*, Institute of Macroeconomic Analysis and Development, Slovenia. (pp. 43-72)
6. Klein, N. (2012), "Real Wage, Labor, Productivity and Employment Trends in South Africa: A Closer Look", IMF Working Paper 12/92.
7. Mankiw, G. and Romer, D. (1991b), *New Keynesian Economics-Coordinating Failures and Real Rigidities, Vol. 2*, Cambridge, MIT Press.
8. НБРМ, Квартален билтен 4/2014.
9. Sharpe, A. (2002), "Productivity concepts, Trends and Prospects: An Overview", *The Review of Economic Performance and Social Progress*, Centre for the Study of Living Standards, Ontario, Canada.
10. Sharpe, A., Arsenault, J.F. and Harrison, P. (2008), *The relations between Labour Productivity and Real Wage Growth in Canada and OECD Countries*, Centre for the Study of Living Standards, Ottawa, Ontario.

11. Tamasauskiene, Z. and Stankaityte, A. (2013), "Evaluation of the relationship between NJages and Labour Productivitz in Lithuania: Territorial and Sectoral Approaches", *Socialiniai tzrimai/Social Research* Nr. 1(30), Siauliai Universitz, Faculty of social science, Lithuania.
12. Трпескн, П., (2006), „Продуктивноста на трудот и платите во Република Македонија“, *Годишник на економски факултет*, Скопје.
13. Trpeski, P., and Tashevskа, B., (2009), "Labor Productivity and Wages in the Republic of Macedonia", *RTE Revista Tinerilor Economisti (The Young Economists Journal)*, Vol. VII, No. 13, Romania.
14. Yelen, J. (1984), "Efficiency-Wage Models of Unemployment", *American Economic Review*, May, Vol. 74.

LABOR PRODUCTIVITY AND REAL WAGES IN MACEDONIA IN THE POST – CRISIS PERIOD

Predrag Trpeski, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
predrag@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The aim of the paper is to examine the relationship between the labor productivity and real net wages in Macedonia at the level of the whole economy, and in the sectors of industry and agriculture, both in the period 2006-2014, i.e. shortly before the commencement and after the Great World Economic crisis. The paper starts from the assumption that greater labor productivity causes changes in real net wages that are in the same direction. Studies that have previously been made show that there is an expressed quantitative relationship between the labor productivity and real net wages in Macedonia in the period 1995-2003.

But, results obtained in this paper show that there is no expressed quantitative relationship between labor productivity and real net wages in the analyzed period, and even that their relationships are with the opposite sign. This leads to the conclusion that changes in labor productivity did not have an impact on the real net wages in Macedonia and on the living standards of citizens or that they had a little impact, and in some cases the impact is in the opposite direction.

Key words: *productivity, real net wage, industry, agriculture*

Анекс 1.
Табела 1. Продуктивноста и реалните нето-плати во Република Македонија

БДП,

продуктивност, плати - Во денари

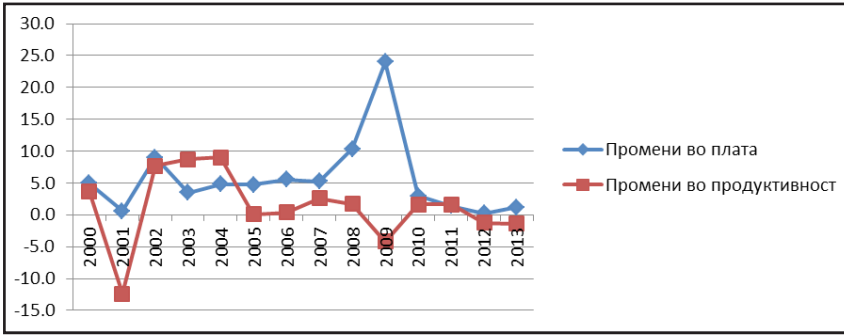
	На ниво на економија			Индустрija			Земјоделство		
	БДП мил.	Вработени	Плати	БДП мил.	Вработени	Плати	БДП мил.	Вработени	Плати
2005 K1	63,697	507,397	/	12563	181,450	/	5291	76,546	/
K2	74,535	552,797	/	14503	174,588	/	6871	126,194	/
K3	75,061	564,880	/	13793	170,157	/	7439	135,712	/
K4	81,760	555,938	/	14194	180,089	/	11390	87,921	/
2006 K1	67,610	559,702	13,207	11822	190,355	14,079	5414	103,319	9,879
K2	77,191	566,293	13,428	14042	189,630	14,231	7455	128,519	58,007
K3	80,100	576,813	13,584	14883	187,760	14,561	7937	125,322	63,333
K4	84,994	578,810	13,854	15718	176,592	14,692	11659	101,948	114,362
2007 K1	72,083	579,301	13,962	14342	186,975	14,628	5803	95,384	60,838
K2	81,116	589,254	14,287	15540	184,622	14,775	7533	112,982	66,674
K3	84,493	598,327	14,604	16417	181,993	14,962	7535	117,531	64,111
K4	91,259	594,054	15,490	17308	186,122	15,534	10635	104,975	101,310
2008 K1	76,552	600,593	15,430	15484	178,848	15,582	5885	121,238	48,541
K2	86,448	607,125	15,697	16443	186,184	15,906	8059	129,711	62,130
K3	89,403	619,802	16,171	17199	198,499	16,278	8514	119,149	71,457
K4	92,836	608,541	17,081	16007	198,590	16,912	10834	108,896	99,489
2009 K1	75,516	618,189	19,653	13398	181,567	19,858	6042	120,186	50,272
K2	84,368	636,156	20,116	14443	188,433	20,389	7873	122,958	64,030
K3	87,495	642,541	19,891	14659	189,239	20,541	8821	119,474	73,832
K4	94,683	622,720	20,172	15658	189,069	20,756	11439	104,055	109,932

2010 K1	75,509	615,962	122,587	20,303	13040	182,562	71,427	20,864	6173	109,821	56,210	14,261
K2	86,506	627,129	137,939	20,557	14929	183,307	81,441	20,997	8141	121,442	67,036	14,325
K3	91,449	648,773	140,957	20,465	15621	186,077	83,949	21,110	10745	128,825	83,406	14,282
K4	98,499	659,557	149,341	20,890	16544	189,024	87,521	21,449	11289	126,995	88,893	14,266
2011 K1	80,099	649,575	123,310	20,682	14731	192,349	76,585	21,319	6696	118,837	56,344	14,093
K2	89,580	642,809	139,358	20,864	15201	194,047	78,337	21,597	8242	122,698	67,173	14,871
K3	92,562	648,617	142,707	20,795	14875	197,175	75,439	21,636	9592	123,973	77,374	14,937
K4	99,473	639,340	155,586	21,050	15004	190,645	78,699	21,627	11731	118,065	99,363	15,240
2012 K1	79,250	643,668	123,122	20,896	14001	190,928	73,334	21,469	6219	109,222	56,943	15,108
K2	88,240	648,200	136,130	20,754	15602	194,222	80,332	21,628	7666	119,440	64,180	15,700
K3	93,314	652,498	143,010	20,842	15700	197,276	79,586	21,811	9590	109,173	87,846	15,894
K4	99,519	657,849	151,279	21,119	16175	194,784	83,042	21,770	10546	112,504	93,737	15,825
2013 K1	81,145	668,957	121,300	21,130	15253	196,939	77,451	21,924	6041	130,118	46,431	15,387
K2	91,167	678,467	134,372	21,126	16684	209,606	79,596	22,324	7641	121,487	62,896	15,393
K3	95,942	682,448	140,584	21,060	15952	209,246	76,236	22,489	9746	127,747	76,294	15,981
K4	102,555	685,479	149,611	21,267	16589	209,247	79,280	22,402	10746	129,391	83,052	15,802
2014 K1	84,331	686,277	122,882	21,092	15623	205,075	76,180	22,693	6141	131,005	46,874	15,235

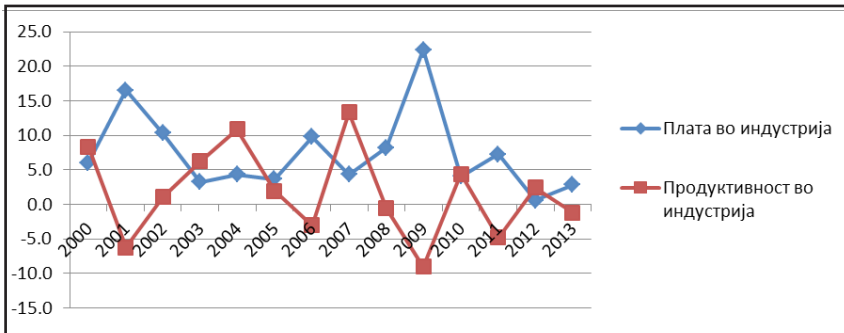
Извор: НБРМ, Квартален билтен 4/2015.

Анекс 2.

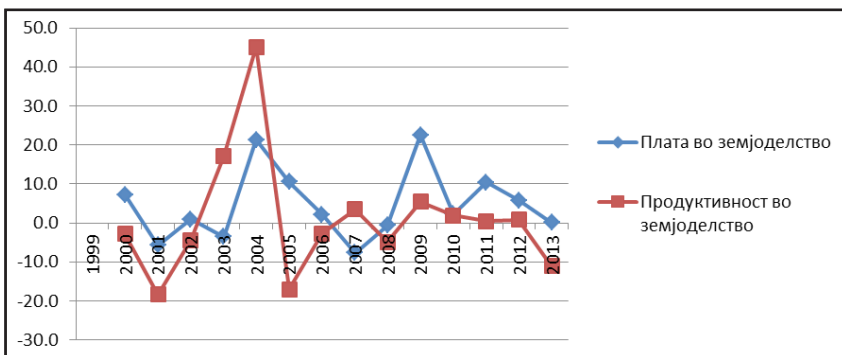
Графикон 1. Продуктивноста и реалните нето-плати во Р.М. во периодот 2006-2014 година



Графикон 2. Продуктивноста и реалните нето-плати во Р.М. во периодот 2006-2014 година во секторот индустрија



Графикон 3. Продуктивноста и реалните нето-плати во Р.М. во периодот 2006-2014 во секторот земјоделство



УДК: 314.1-026.81: 303.724 (4-12) „2000/2013”

ОЧЕКУВАНО ТРАЕЊЕ НА ЖИВОТОТ ВО ЗЕМЈИТЕ ОД ЈУГОИСТОЧНА ЕВРОПА: ПРИМЕНА НА КОИНТЕГРИРАНА ПАНЕЛ РЕГРЕСИЈА

доц. д-р Марија Трпкова-Несторовска
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
marijat@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Очекуваното траење на животот често се смета за показател за развојот на една земја. Подигањето на квалитетот на животот преку низа мерки би придонесло до унапредување на знајачни сегменти во општеството. Со цел да се донесе ефикасна политика и да се превземат мерки кои би го зголемиле очекуваното траење на животот, најпрво е потребно да се утврди кои се неговите детерминанти.

Цел на трудот е да се утврдат важни променливи големини кои го детерминираат очекуванот траење на живот во земјите од Југоисточна Европа.

Во истражувањето е применет методот на коинтегрирана панел регресија. Се користат годишни податоци за периодот од 2000 – 2013 година за 12 земји од Југоисточна Европа. Се тестира влијанието на следниве фактори врз (средното) очекуваното траење на животот: бруто националниот доход per capita, индексот на потрошувачки цени, здравствените трошоци, индексот на производство на храна, вработеноста и имунизацијата на децата.

Добиените резултати потврдуваат дека имунизацијата, бруто националниот доход per capita и индексот на потрошувачки цени се основните детерминанти на очекуваното траење на животот во земјите од Југоисточна Европа.

Клучни зборови: *очекувано траење на животот, коинтегрирана панел регресија, Југоисточна Европа*

Вовед

Населението, без никаков сомнеж, е основата на едно општество. Од развојот на популацијата на една земја во голема мера ќе зависи нејзиниот политички и економски систем, развојот на здравствениот сектор, образованието, нивото на позитивната социјална свест и развојот на уметностите и културата. Многу пати населението и квалитетните услови за живот не се на врвот на листата на приоритети на многу национални влади, што е сосема погрешно. Задоволните граѓани со висок квалитет на живот се спремни да придонесат многу повеќе за својата земја и да учествуваат во нејзината изградба и континуиран развој. Оттука, потребно е да се знае што влијае на зголемувањето на квалитетот на животот. За мерење на квалитетот на животот е потребно да се разгледаат повеќе аспекти, бидејќи постојат различни критериуми за тоа што значи квалитет на живот и тие се разликуваат во различни земји. Во овој труд ќе биде земен еден од тие аспекти, а тоа е очекуваното траење на животот.

Показателот средно или очекувано траење на животот, всушност, претставува предвидување за идните години на старост што средно ќе ги доживее такво лице. Ако за секоја старосна група го имаме бројот на преживеаните лица, со собирање може да се утврди вкупниот број на години на сите преживеани лица:

$$N_x + \sum_x^{100} l_x$$

а средното траење на животот е

$$e_x^0 = \frac{N_x}{l_x} - 0,5$$

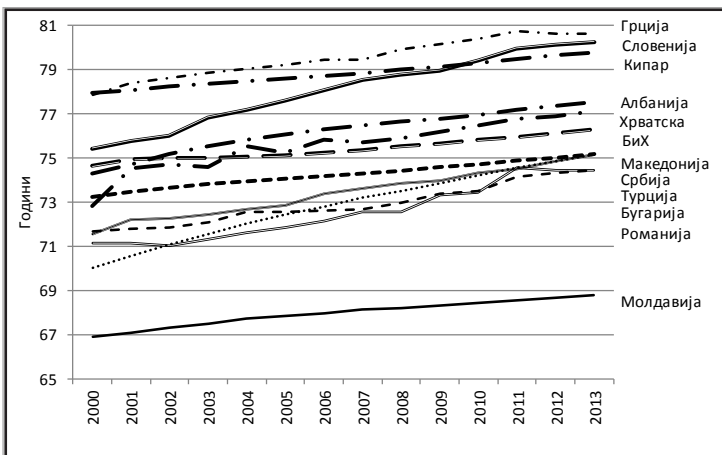
каде N_x е збир на броевите на живите, l_x е број на живи на определена старост. Средното (очекувано) траење на животот е детерминирано и од достигнатото ниво на економски развој на земјата, но и од подобрувањето на социоекономските услови на животот. Траењето на животот зависи од професијата, местото на живеење, брачната состојба, полот и слично (Ристески и Трпкова-Несторовска, 2014). Очекуваното траење на животот е истовремено и важен показател за развојот на една земја. Во голема мера очекуваното траење на животот говори и за квалитетот на живот и со себе носи значајни демографски и економски импликации. Оттука, многу земји креираат и имплементираат социјални програми со кои влијаат на

зголемувањето на средното траење на животот преку низа мерки (постојани инвестиции во здравствениот систем, промовирање на здрава храна и здрави навики, овозможување на пристап до чиста вода за пиење, зголемување на писменоста на населението).

Во истражувањето на овој труд предмет беа земјите од Југоисточна Европа и тоа: Албанија, Босна и Херцеговина, Бугарија, Хрватска, Кипар, Грција, Македонија, Молдавија, Романија, Србија, Словенија и Турција. Косово и Црна Гора се изоставени од причина што за овие земји недостасуваат податоци за бројни години.

На слика 1 е прикажано очекуваното траење на животот во разгледуваните земји за периодот од 2000 – 2013 година.

Слика 1. Очекувано траење на животот во земјите од Југоисточна Европа



Извор: The World Bank, World Development Indicators 2015.

Од сликата може да се заклучи дека во сите разгледувани земји за периодот од 14 години се забележува постојан раст на очекуваното траење на животот, што е добар показател и генерално ја следи и светската тенденција. Но, во разгледуваните земји постои и голема разлика кај овој индикатор. Имено, Молдавија има најмало очекувано траење на животот (во 2013 год. изнесува 68,8 години), за разлика од Грција каде во 2013 година очекуваното траење на животот изнесувало 80,6. Во ова истражување ќе

се направи обид да се утврдат најважните детерминанти на очекуваното траење на животот, со користење на панел регресија. Иако е јасно дека постојат и одредени национални, културни, па дури и политички обележја кои посебно влијаат на должината на животот на една нација. На пример, може да се претпостави дека поголемиот животен век на Грција и на Кипар се должи пред сè на медитеранската исхрана.

Македонија се наоѓа на средина во рамките на земјите од Југоисточна Европа, со очекувано траење на животот за 2013 година од 75,2 години. Како за споредба, според листата на Светската здравствена организација за 2013 година, во Сиера Леоне е најмало очекуваното траење на животот и изнесува 46 години. Најдолг животен век се очекува во Јапонија, со 84 години.

Некои теоретски пристапи кон истражуваната проблематика

Детерминантите на очекуваното траење на животот се предмет на бројни истражувања. Со акцент на земјите од Источен Медитеран Bayati et al. (2013) спроведуваат панел регресија за 21 земја за периодот 1995-2007 година и доаѓаат до заклучок дека за да се подобри здравствената состојба во наведените земји, фокусот треба да биде надвор од здравствениот систем, односно да се внимава на економскиот раст и нивото на развој. Политиките за економска стабилизација, чија цел е зголемувањето на продуктивноста, економскиот раст и намалувањето на невработеноста имаат значајна улога за подобрување на здравствената состојба на луѓето во наведениот регион.

Слично истражување за земјите од Источен Медитеран се наоѓа во трудот на Gilligan and Skrepnek (2014). Истражувањето го имаат поделено на развиени и помалку развиени земји, а поделбата ја направиле со користење на кластер анализа. Тие како статистички значајни фактори на очекуваното траење на животот во развиените земји ги утврдуваат бруто домашниот производ, здравствените трошоци, писменоста и имунизацијата, додека, пак, кај помалку развиените земји како детерминанти се утврдени имунизацијата и бројот на доктори.

Детерминантите на очекуваното траење на животот за 28 земји од Европската унија се испитувани во трудот на Vilas et al. (2014). Добиените резултати покажуваат дека бруто домашниот производ по глава на жител и нивото на образование заедно објаснуваат од 72,6% до 82,6% од разликите

кои се јавуваат во очекуваното траење на животот.

Социјалната еднаквост е прашање на живот и смрт. Таа влијае на начинот на кој луѓето живеат, на можноста тие да се разболат и починат од прерана смрт. Светот со зачуденост набљудува како очекуваното траење на животот се зголемува во некои земји, додека со загриженост следи како условите за живот се влошуваат во други земји. И во самите земји постојат драматични разлики во здравствените услови кои се директно поврзани со степенот на социјалната нееднаквост. Овие разлики, помеѓу земјите и во нив, не треба воопшто да постојат. Тие се јавуваат поради различните околности во кои луѓето живеат, работат, стареат, се справуваат со болестите. Овие околности, пак, ги одредуваат политичките, општествените и економските сили. Развојот на едно општество, богато или сиромашно, може да се оцени според квалитетот на здравјето на својата популација. Во духот на социјалната еднаквост, во 2005 година, Светската здравствена организација ја формирала Комисијата за социјални детерминанти на здравјето, со цел да излезе со решенија за постигнување на здравствена еднаквост, кои би се постигнале преку остварување на глобално движење (World Health Organization, 2008).

Методологија на истражувањето

За спроведување на анализата се користи методот на коинтегрирана панел регресија. За оваа цел, најпрво се реализираат панел тестовите на единечен корен. Доколку се потврди дека сериите се стационарни во својата прва диференција, се спроведува тестирање за панел коинтеграција. Доколку сериите се коинтегрирани, се оценуваат параметрите на коинтегрираната панел регресија.

Од панел тестовите на единечен корен можат да се наведат следниве:

1) Тестот на Levin, Lin and Chu е тест со заеднички процес на единечен корен кој ја следи основната ADF спецификација:

$$\Delta y_{it} = \alpha y_{it-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \beta_{ij} \Delta y_{it-j} + X'_{it} \delta + \epsilon_{it}$$

каде $H_0: \alpha=0$ и значи дека постои единечен корен и $H_1: \alpha < 0$ и значи дека не постои единечен корен.

2) Тестот на Im, Pesaran and Shin кој е тест со индивидуален процес на единечен корен каде основната ADF регресија

$$\Delta y_{it} = \alpha y_{it-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \beta_{ij} \Delta y_{it-j} + X'_{it} \delta + \epsilon_{it}$$

се оценува за секоја земја посебно. Нултата хипотеза гласи

$H_0: \alpha_i = 0$ за сите i

Додека алтернативната хипотеза е дадена со

$$H_1: \begin{cases} \alpha_i = 0 & \text{за } i = 1, 2, \dots, N_1 \\ \alpha_i < 0 & \text{за } i = N + 1, N + 2, \dots, N \end{cases}$$

3) Fisher-ADF тестот и Fisher-PP тестот се алтернативен пристап на панел тестовите на единечен корен кои ги користат резултатите на Fisher (1932) за да изведат тестови кои ги комбинираат p -вредностите од индивидуалните тестови на единечен корен. Ако се дефинира π_i како p -вредноста од било кој тест на единечен корен за поединечната земја i , тогаш под нултата хипотеза за сите N земји постои асимптотскиот резултат дека

$$-2 \sum_{i=1}^N \log(\pi_i) \rightarrow \chi_{2N}^2$$

Во литературата често се нагласува дека развојот на техниките за панел коинтеграција е сè уште во својата рана фаза, за разлика од тестовите на единечен корен кои имаат постигнато значаен развој. Тестирањето за коинтеграција во панел регресија е доста комплексно прашање, бидејќи мора да се земе во предвид можноста за коинтеграција помеѓу групите на променливи, како и коинтеграција во самите групи (Brooks, 2014). За две групи на променливи y_{it} и $x_{m,i,t}$ кои се индивидуално интегрирани од прв ред и се смета дека се коинтегрирани

$$y_{it} = \alpha_i + \delta_i t + \beta_{1i} x_{1i,t} + \beta_{2i} x_{2i,t} + \dots + \beta_{Mi} x_{Mi,t} + \epsilon_{i,t}$$

каде $m=1, \dots, M$ се објаснувачките променливи по потенцијално коинтегрираната регресија; $t=1, \dots, T$ и $i=1, \dots, N$.

Резидуалите од регресијата се тестираат за стационарност од прв ред преку Дики-Фулеровиот или проширениот Дики-Фулеров тест. Тестирањето се прави за секоја група на променливи:

$$\epsilon_{i,t} = \rho_i \epsilon_{i,t-1} + \sum_{j=1}^{\rho_i} \psi_{i,j} \Delta \epsilon_{i,t-1} + v_{i,t}$$

Нултата хипотеза гласи дека резидуалите од сите тестови имаат процеси на единечен корен $H_0: \rho_i = 0$, со што не постои коинтеграција.

За да се прикаже оценувањето на коинтегрираната панел регресија се претпоставува дека постои еден коинтеграциски вектор, панел структура за векторски процес на временски вектор со димензија $n+1$ (y_{it}, X'_{it}), со коинтеграциска равенка

$$y_{it} = X'_{it}\beta + D'_{1it}\gamma_{it} + \epsilon_{it}$$

каде i ја означува земјата и t периодите, и каде $D_{it} = (D'_{1it}, D'_{2it})'$ се детерминистички тренд регресори, додека пак n стохастичките регресори X_{it} се водат од следниот систем на равенки:

$$\begin{aligned} X_{it} &= \Gamma'_{21i} D_{1it} + \Gamma'_{22i} D_{2it} + u_{2it} \\ \Delta u_{2it} &= v_{2it} \end{aligned}$$

Векторот p_1 кој ги содржи регресорите D_{1it} се наоѓа и во коинтеграциската равенка и во равенките на регресорите, додека пак векторот p_2 кој ги содржи детерминистичките тренд регресори D_{2it} е содржан во равенките на регресорите, но е исклучен од коинтеграциската равенка. Постојат повеќе методи за оценување на коинтегрираната панел регресија и тоа: методот на целосно модификувани најмали квадрати (англ. Fully Modified OLS) и методот на динамични најмали квадрати (англ. Dynamic OLS) преку кои се добиваат асимптотски непристрасни и нормално распределени оценки на коефициентите (Phillips and Moon (1999); Pedroni, (2000), (2001); Kao and Chiang, (2000); Mark and Sul, (2003)).

Анализа на добиените резултати

Во истражувањето се користат годишни податоци за периодот од 2000 – 2013 година за 12 земји од Југоисточна Европа. Податоците се однесуваат за Албанија, Босна и Херцеговина, Бугарија, Хрватска, Кипар, Грција, Македонија, Молдавија, Романија, Србија, Словенија и Турција. Исклучени се Косово и Црна Гора поради недостаток на податоци за повеќе години. Вкупниот број на опсервации изнесува 168. Податоците се добиени од

базата на податоци на Светската банка.

Во прелиминарното разгледување се земени следниве променливи, прикажани во табела 1.

Табела 1. Променливи за коинтегрираната панел регресија

Ознака	Опис на променливата
LEB	Очекувано траење на животот во години
HEALTH	Здравствени трошоци (% од БДП)
FOOD	Индекс на производство на храна (2004-2006 = 100)
EMPLOY	Вработеност на 15 години (%)
VACCINE	Вакцинација (Ди-Те-Пер) (% на деца на возраст од 12-23 месеци)
URBAN	Урбано население (%)
CO2	Емисија на јаглерод диоксид (метрички тони per capita)
CPI	Индекс на потрошувачки цени (2010 = 100)
GNI	Бруто национален доход per capita (во долари)

Променливата GNI е дополнително трансформирана со логаритамска трансформација и како таква е вклучена во регресијата. Ознаката за неа е LOGGNI.

Променливата LEB го означува очекуваното траење на животот искажана во години и во овој труд таа е мерка за здравствениот статус на една земја, односно на група од земји. Во регресијата таа е зависната променлива и ги означува бројот на години кои би ги доживеало новороденчето доколку основните услови на морталитет останат непроменети во текот на неговиот живот и останат исти како и во моментот кога тоа било родено.

Првата независна променлива е HEALTH, односно здравствените трошоци како процент од БДП. Оваа променлива е показател за тоа колку се достапни здравствените услуги и институции на населението на една земја. Индексот на производство на храна FOOD е независна променлива и мерило за достапноста на храна. Со променливата EMPLOY се покажува процентот на вработени лица над 15 години. Преку променливата VACCINE се покажува процентот на имунизација со вакцината DPT (комбинирана вакцина против дифтерија, голема кашлица и тетанус) и се однесува на деца на возраст од 12-23 месеци. Процентот на урбано население е прикажан со променливата URBAN. Емисијата на јаглерод диоксид е искажана во метрички тони по глава на жител и прикажана како независната променлива CO2. Индексот на

потрошувачки цени е прикажан со променливата CPI. Последната независна променлива е бруто националниот доход по глава на жител кој го означува домашниот и странскиот аутпут, создаден од жителите на една земја. Тој е трансформиран со логаритамска трансформација и добиениот коефициент во регресионата равенка ќе кажува за процентуалната промена во LEB, предизвикана од процентуалната промена во GNI, односно ќе ја прикажува еластичноста на LEB во однос на GNI.

За да се избегне проблемот на мултиколинеарност, се разгледува корелационата матрица на променливите. Најпрво е искажан коефициентот на корелација, а под него е *r*-вредноста која кажува дали тој е статистички значаен.

Табела 2. Корелациона матрица на променливите

	CO2	CPI	EMPLOY	FOOD	LOGGNI	HEALTH	LEB	URBAN	VACCINE
CO2	1,000000								

CPI	0,098945	1,000000							
	0,2019	----							
EMPLOY	0,257988	-0,178199	1,000000						
	0,0007	0,0208	----						
FOOD	-0,058749	0,230639	-0,135086	1,000000					
	0,4494	0,0026	0,0808	----					
LOGGNI	0,712488	0,464419	0,399531	0,105001	1,000000				
	0,0000	0,0000	0,0000	0,1756	----				
HEALTH	0,158575	0,177945	-0,303977	-0,175284	-0,082083	1,000000			
	0,0401	0,0210	0,0001	0,0231	0,2902	----			
LEB	0,630810	0,490008	0,273422	0,085864	0,828586	-0,069636	1,000000		
	0,0000	0,0000	0,0003	0,2684	0,0000	0,3698	----		
URBAN	0,525925	0,003959	0,256004	0,147603	0,539577	-0,225545	0,328430	1,000000	
	0,0000	0,9594	0,0008	0,0562	0,0000	0,0033	0,0000	----	
VACCINE	0,133263	0,166408	0,439603	0,155201	0,249523	-0,077887	0,314810	0,214943	1,000000
	0,0851	0,0311	0,0000	0,0446	0,0011	0,3156	0,0000	0,0051	----

Извор: Пресметки на авторот.

Од табелата може да се види дека променливата CO2 има коефициент на корелација (поголем од 0,5) со променливата LOGGNI (0,712488) и променливата URBAN (0,525925). Променливата URBAN, пак, има висок коефициент на корелација (0,539577) со променливата LOGGNI. За да се избегне постоењето на мултиколинеарност помеѓу независните променливи,

променливите CO2 и URBAN се исклучуваат од понатомашната анализа.

Следуваат тестовите на единечен корен за да се утврди дали променливите се стационарни. Тестовите на единечен корен кај панел серии се многу слични со тестовите кои се користат и при оценување на една равенка (Brooks, 2014). Но и покрај сличностите, при панел метод се користат неколку посебно дизајнирани тестови за оваа намена.

Табела 3. Панел тестови на единечен корен (со индивидуален отсечок)

Променлива	P-вредност на тестот на единечен корен			
	Levin Lin and Chu	Im, Pesaran and Shin	ADF Fisher χ^2	PP Fisher χ^2
LEB	1,0000	1,0000	1,0000	0,0000
ΔLEB	0,0000	0,0000	0,0000	0,00000
CPI	0,3512	0,9997	0,9998	0,1125
ΔCPI	0,0000	0,0000	0,0001	0,0000
EMPLOY	0,0000	0,0005	0,0004	0,0206
ΔEMPLOY	0,0000	0,0001	0,0002	0,0000
EMPLOY*	0,0000	0,0290	0,0007	0,6184
ΔEMPLOY*	0,0000	0,0003	0,0005	0,0000
EMPLOY**	0,0230	n/a	0,3376	0,0124
ΔEMPLOY**	0,0000	n/a	0,0000	0,0000
FOOD	0,8633	0,8922	0,7565	0,0298
ΔFOOD	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
LOGGNI	0,0000	0,0004	0,0016	0,8578
ΔLOGGNI	0,0665	0,1926	0,4258	0,2529
ΔLOGGNI*	0,0000	0,0195	0,0000	0,0000
HEALTH	0,0011	0,2036	0,3246	0,0043
ΔHEALTH	0,0019	0,0000	0,0002	0,0000
VACCINE	0,0082	0,1723	0,1812	0,0000
ΔVACCINE	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

* Индивидуален отсечок и тренд; ** Без отсечок и тренд

Извор: Пресметки на авторот.

Дали сериите се стационарни или не најдобро може да се заклучи доколку се спроведат повеќе тестови на единечен корен, и тоа за повеќето

опции (со вклучен отсечок, со вклучен отсечок и тренд и без отсечок и тренд). Од табелата 3 може да се согледа дека се вклучени четири тестови и тоа: Levin Lin and Chu; Im, Pesaran and Shin; ADF Fisher χ^2 и PP Fisher χ^2 . Сите тестови имаат иста нулта хипотеза, дека серијата има заеднички процес на единечен корен.

Табела 4. Тестирање за коинтеграција помеѓу променливите

Тест на Као за коинтеграција на резидуалите		
	t-статистика	P-вредност
ADF	-3,280465	0,0005
Варијанса на резидуалите	0,060541	
НАС варијанса	0,072390	

Извор: Пресметки на авторот.

За повеќето променливи од тестовите може јасно да се согледа дека се стационарни во својата прва диференција. Кај променливата EMPLOY ова својство се јавува кога тестовите на единечен корен се спроведуваат без отсечок и тренд. Општиот заклучок е дека сите променливи се стационарни во својата прва диференција и поради оваа карактеристика треба да се провери дали е можно тие да бидат коинтегрирани.

За проверка на коинтеграцијата се користи тестот на Као за коинтеграција на резидуалите (англ. Kao Residual Cointegration Test). Во овој тест нултата хипотеза гласи дека не постои коинтеграција помеѓу променливите. Резултатите се прикажани во табелата 4.

Од прикажаниот тест и р-вредност од 0,0005 може да се заклучи дека се отфрла нултата хипотеза која гласи дека нема коинтеграција. Бидејќи наведените променливи се коинтегрирани, потребно е да се оцени коинтегрирана панел регресија. За оценувањето се користи методот на целосно модификувани најмали квадрати (англ. Fully Modified Least Squares Method). Резултатите од неа се прикажани во табела 5.

Табела 5. Оценети параметри на коинтегрирана панел регресија

Променлива	Коефициент	Стандардна грешка	t-статистика	p-вредност
CPI	0,031788	0,005649	5,627383	0,0000
EMPLOY	0,017843	0,019719	0,904849	0,3671
FOOD	-0,004031	0,005037	-0,800167	0,4250
HEALTH	-0,091849	0,066601	-1,379096	0,1701
LOGGNI	0,798142	0,219550	3,635353	0,0004
VACCINE	0,052611	0,014292	3,681104	0,0003
Коефициент на детерминација			0,983560	
Прилагоден коефициент на детерминација			0,981535	
Стандардна грешка на регресијата			0,439472	
Долгорочна варијанса			0,294714	

Извор: Пресметки на авторот.

Резултатите потврдуваат дека статистички значајни променливи кои го детерминираат очекуваното траење на животот во земјите од Југоисточна Европа се бруто националниот доход, нивото на потрошувачки цени и имунизацијата на децата.

Бруто националниот доход има позитивен и статистички значаен ефект на очекуваното траење на животот. Со коефициент од 0,798142 тој покажува дека доколку националниот доход по глава на жител се зголеми за 1% во земјите од Југоисточна Европа, тогаш може да се очекува пораст на очекуваното траење на животот за 0,798142%. Овој резултат е јасен и очекуван, бидејќи поголемиот национален доход значи и подобар животен стандард каде што постојат подобри услови за домување, образование, здравствени услуги, поквалитетна храна. Историски, оваа променлива е една од основните кога станува збор за нејзиното влијание врз очекуваното траење на животот. И трудовите на Bilas et al. (2014), Gilligan and Skrepnek (2014) и Bayati et al. (2013) го потврдуваат значењето на оваа променлива за различни групи на земји.

Нивото на потрошувачки цени има позитивно и статистички значајно влијание на очекуваното траење на животот. Ова, пред сè, се должи на тоа

што индексот на потрошувачки цени се искажува како базичен индекс во однос на 2010 година и како таков бележи постојан раст. Постојан раст бележи и очекуваното траење на животот и помеѓу овие променливи корелацијата изнесува 0,49. Нивната поврзаност не е случајна. Историски, постои статистички значајна врска помеѓу цените на храната и морталитетот. Дополнително, оваа поврзаност е објаснета и во моделот на Малтус во кој се говори меѓу другото дека со порастот на храна расте и побарувачката за храна, со што цените постојано растат (Livi-Bacci, 2007).

Моделот потврди и дека помеѓу имунизацијата на децата и очекуваното траење на животот постои позитивна и статистички значајна условеност. Ова е важно да се знае, посебно во време кога се појавуваат бројни дебати за корисноста на вакцините и разните теории, кои, иако научно непотврдени, влијаат на многу млади родители да ја избегнат имунизацијата на своите деца.

Променливите кои ја прикажуваат вработеноста, индексот на производство на храна и процентот на здравствените трошоци не се покажаа како статистички значајни променливи кои имаат влијание врз очекуваното траење на животот.

Заклучок

Од панел анализата се издвоија три променливи- бруто националниот доход, индексот на потрошувачки цени и имунизацијата на децата како основни детерминанти на очекуваното ниво на живот во земјите од Југоисточна Европа. Ова треба да го имаат предвид креаторите на социјалните и на економските политики, со цел да го подобрат квалитетот на животот на својата нација.

Земјите од Југоисточна Европа се земји со турбулентни настани, најмногу од политички и од економски карактер. И додека очекуваното траење на животот, генерално, постојано расте кај секоја земја, трендот на постојан раст/опаѓање не се задржува и кај променливите кои се покажаа како статистички незначајни. Имено, во поголем дел од земјите процентот на невработеност не бележи постојан пад. Иако разликата е мала, но тој постојано расте или опаѓа. Се смета дека континуираната вработеност и постојаните мерки за редуцирање на невработеноста ќе влијаат на

зголемувањето на очекуваното траење на животот.

Истото може да се каже и за здравствените трошоци. Потребно е тие постојано да бележат умерен раст за да се влијае врз зголемувањето на очекуваното траење на животот. Во земјите од Југоисточна Европа различни влади и различни буџети и нивни ребаланси влијаат процентот на здравствени трошоци да флукутира, што не придонесува оваа променлива да биде статистички значаен фактор на очекуваното траење на животот. Сосема истиот заклучок може да се даде и за индексот на производство на храна, со таа разлика што тој не е под директно влијание на владата, иако на него може да се влијае преку низа на соодветни мерки.

На крај треба да се напомене дека истражувањето и заклучоците се однесуваат на цела група земји и за подетални заклучоци за дадената земја, се препорачува оценување на посебна регресиона равенка, но и детално познавање на економските, здравствените и политичките услови во таа земја.

Користена литература:

1. Bilas, V, Franc, S. and Bošnjak, M. (2014) "Determinant Factors of Life Expectancy at Birth in the European Union Countries", *Collegium Antropologicum*, 38 (2014), 1-9
2. Bayati, M., Akbarian, R. and Kavosi, Z. (2013) "Determinants of Life Expectancy in Eastern Mediterranean Region: A Health Production Function", *International Journal of Health Policy and Management*, 2013, 1(1), 57-61
3. Brooks, C. (2014) "*Introductory Econometric for Finance*", Cambridge University Press, Cambridge
4. Fisher, R. (1932) *Statistical Methods for Research Workers*, Oliver and Boyd, Edinburgh
5. Gillian, A. and Skrepnek, G. (2014) "Determinants of Life Expectancy in the Eastern Mediterranean Region", *Health Policy and Planning*, 2014; 1-14
6. Kao, C. and Chiang, M. (2000) "On the Estimation and Inference of a Cointegrated Regression in Panel Data," in Baltagi, B. H. et al. eds., *Nonstationary Panels, Panel Cointegration and Dynamic Panels*, 15, Amsterdam: Elsevier, 179-222
7. Livi-Bacci, M., (2007) *A Concise History of World Population*, Blackwell Publishers, Hoboken
8. Mark, N. and Sul, D. (2003) "Cointegration Vector Estimation by Panel DOLS and

- Long-run Money Demand,” *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 65, 655–680
9. Pedroni, P. (2000) “Fully Modified OLS for Heterogeneous Cointegrated Panels,” in Baltagi, B. H. *ed.*, *Nonstationary Panels, Panel Cointegration and Dynamic Panels*, 15, Amsterdam: Elsevier, 93–130
 10. Pedroni, P. (2001) “Purchasing Power Parity Tests in Cointegrated Panels,” *The Review of Economics and Statistics*, 83, 727–731
 11. Phillips, P. and Moon, H. (1999) “Linear Regression Limit Theory for Nonstationary Panel Data”, *Econometrica*, 67, 1057-1111
 12. Ристески, С. и Трпкова, М. (2014) *Демографија методи и анализа*, Економски факултет, Скопје
 13. Ристески, С., Тевдовски, Д. и Трпкова, М. (2012) *Вовед во анализата на временските серии*, Универзитет Св. „Кирил и Методиј“, Скопје
 14. The World Bank (2015) *World Development Indicators* (online database) available from: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=World-Development-Indicators>, Accessed 16th of July, 2015
 15. World Health Organization (2008) *Closing the Gap in a Generation, Health Equity Through Action on the Social Determinants of Health*, WHO press, Geneva

LIFE EXPECTANCY AT BIRTH IN SOUTHEASTERN EUROPE: APPLIED COINTEGRATED PANEL REGRESSION

Marija Trpkova-Nestorovska, PhD
Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
marijat@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Life expectancy at birth is often considered as an indicator of a country's development. Raising the quality of life through a set of measures would contribute to the improvement in significant segments of the society. For an efficient policy to be created and measures increasing life expectancy at birth to be taken, it is primary to find out what are the determinants of life expectancy at birth.

The purpose of this paper is to determine the significant variables that have influence on life expectancy at birth in Southeastern Europe.

The analysis uses the cointegrated panel regression model. Collected data for annual frequency for the period 2000 – 2013 for 12 Southeastern countries are used. The influence of the following factors on life expectancy at birth is tested: gross national income per capita, consumer price index, health expenditures, food production index, employment and child immunization.

The results confirm that immunization, gross national income per capita, and the consumer price index are the main determinants of life expectancy at birth in the Southeastern Europe.

Keywords: Life expectancy at birth, cointegrated panel regression, Southeastern Europe

ЈАВНАТА ЗДРАВСТВЕНА ЗАШТИТА ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА ВИДЕНА СО ОЧИТЕ НА КОРИСНИЦИТЕ

проф. д-р Ристо Христов
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
ristoh@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Од многубројни фактори, сложени услови и разнобразни причини, прашањето на јавната здравствена заштита во денешните современи услови претставува едно од најчувствителните подрачја на јавната социјална политика на секоја земја. Условите допуштаат постоење на различни модели на здравствено осигурување. Различни се изворите на средства за финансирање на здравствените услуги. Постојат различни методи на организација за задоволување на здравствените потреби. Многу сериозен е проблемот на скудноста на ресурсите за задоволување на потребите на осигурениците од медицински услуги. Наспроти растечките потреби на населението од здравствени услуги, скудните ресурси секогаш не се ползуваат најрационално.

Проблемите на јавната здравствена заштита во Република Македонија во последниве години станаа уште поактуелни и заради тоа што невработеноста достигна застрашувачки размери, додека сиромаштијата се продлабочи. Приходите по основ на придонеси од здравствено осигурување, при зголемување на невработеноста и намалување на заработувачката, започнаа да опаѓаат. Може ли, при таквите услови, јавната здравствена заштита да одговори на своите барања? Меродавните општествени фактори ја ползуваат јавната здравствена заштита за остварување на своите посебни идеолошки и политички цели. Од друга страна се постојаните и силно изразени критички мислења дека јавната здравствена заштита е оптоварена со бројни и многу сериозни слабости. Во прилог е направен скроман обид, врз основа на анкетното испитување на 200 испитаници, проблемите на јавната здравствена заштита да се погледаат „со очите на корисниците“.

Клучни зборови: *јавна здравствена заштита, јавни здравствени услуги, јавна медицинска нега, примарна здравствена заштита, секундарна здравствена заштита*

Вовед

Критиките на сметка на јавната здравствена заштита се постојани, доаѓаат од различни страни (научните истражувачи, стручните лица, вработените во јавното здравство, политичките опоненти) и се однесуваат на многубројните и сложени проблеми од дејноста на исклучително комплексниот систем на јавното здравство. За системот на јавната здравствена заштита се вели дека е предимензиониран (во техничка и кадровска смисла). Прескапо е самото техничко одржување на објектите на јавното здравство. Во јавното здравство постои превработеност, особено на помошно-технички персонал. Организациското функционирање почива врз преголем број правно-нормативни одредби и регулативи кои создаваат конфузија, особено во поглед на неразграниченоста на правата и обврските помеѓу органите на централната власт и на локалните органи. Наградувањето според учинок не постои, поради што кај вработените, покрај незадоволството од неповолните работни услови, не постои мотивираност за повисоки работни напрегања и постигнувања.

Нема сомнение дека проблемите на јавната здравствена заштита, како и на кој било друг економски и општествен проблем, најдобро можат да се согледаат врз основа на резултатите и сознанијата од непосредните емпириски истражувања. Ниту едно емпириско истражување не може да ги опфати сите многубројни и вонредно сложени проблеми на јавната здравствена заштита. Нужно е комплексната целина да биде опфатена со иследување на одделните потесни подрачја и прашања и со нивно обединување во единствен систем на научно-теориски ставови и нивно преточување во конкретни мерки за трансформација и унапредување на системот на јавната здравствена заштита.

1. Состојбата во примарната здравствена заштита – матичните лекари

Примарната здравствена заштита осигурениците ја остваруваат кај своите избрани матични лекари. Во примарната здравствена заштита осигурените лица вршат избор на лекар во дејноста на *општа медицина, гинекологија* и *општа стоматологија*. Со анкетното истражување беа опфатени само матичните лекари од општа практика. Во текот на 2014 година здравствената заштита на осигурениците ја обезбедувале вкупно 1.471 матичен лекар од општа медицинска практика (ФЗОМ, 2014, стр. 4). Почетните четири прашања се однесуваат на работата и односот на матичните лекари кон корисниците на нивните услуги.

Табела 1. Редовноста, времето на чекање и односот на матичните лекари кон корисниците

Ред. бр.	Опис на понудените алтернативни одговори на поставените прашања	Испитаници	%
1.	Лекарот секогаш е на своето работно место	96	48,0
2.	Понекогаш не е на своето работно место	96	48,0
3.	Многу често не е на своето работно место	7	3,5
	Вкупно	200	100,0
1.	За преглед воопшто не се чека	6	3,0
2.	Се чека сосема вообичаено	138	69,0
3.	Премногу се чека	56	28,0
	Вкупно	200	100,0
1.	Лекарот е премногу внимателен	16	8,0
2.	Сосема е коректен	136	81,5
3.	Не е коректен	21	10,5
	Вкупно	200	100,0
1.	Прегледот го врши многу темелно	44	22,0
2.	Со нужниот интерес	101	50,5
3.	Незаинтересирано и површно	55	27,5
	Вкупно	200	100,0

Погоре приведените податоци јасно покажуваат дека во поглед на прифаќањето на осигурениците во својство на непосредни корисници на

медицински услуги, навременото извршување на потребните лекарски прегледи и укажувањето на неопходната лекарска помош, својата функција на „порта на целокупниот здравствен систем“ матичните лекари ја извршуваат на општествено сосема задоволителен и успешен начин. Многу високиот процент од 48,5% искажани мислења дека матичните лекари „понекогаш не се на своето работно место“ е мошне индикативен и несомнено зборува за претераниот комодитет во нивното однесување којшто, при недостиг на сопствена внатрешна одговорност и на отсуство на потребната надворешна контрола, самите си го допуштаат, додека процентот од речиси една третина (28%) дека на прегледите „премногу се чека“, може да се разбере и во неговата релативна смисла на силно изразеното субјективно чувство за должината на времето за чекање.

За огромен број од осигурениците, на кои им е потребна лекарска помош, превенцијата најчесто завршува со лекарскиот преглед и со третманот врз основа на припишаните медикаменти од страна на матичниот лекар. Поради оваа многу важна причина, неопходно беше да се види дали матичните лекари им ги припишуваат на своите пациенти потребните лекови и другите неопходни терапевтски третмани и дали лековите и терапевските третмани суштински им помагаат во нивното лекување.

Табела 2. Припишувањето на потребните лекови и терапевтски третмани и ползата од нив за корисниците

Ред. бр.	Опис на понудените алтернативни одговори на поставените прашања	Испитаници	%
1.	Лекарот секогаш ми ги припишува потребните лекови и терапии	158	79,0
2.	Понекогаш не ми ги припишува	42	21,0
	Вкупно	200	100,0
1.	Лековите и терапиите секогаш ми помагаат	97	48,5
2.	Делумно ми помагаат	96	48,0
3.	Воопшто не ми помагаат	7	3,5
	Вкупно	200	100,0

Објективноста на посоченото мислење на една петтина (21%) од испитаниците дека нивните матични лекари „понекогаш не им ги припишуваат потребните лекови и терапии“ треба да се набљудува во неговата непосредна врска со втората група од трите прашања од кои може да

се види во која мера припишаните лекови и терапии им помагаат во нивното лекување. Доколку се изостави процентот на само 3,5% од испитаниците кои сметаат дека лековите и терапиите „воопшто не им помагаат“, едната половина (48,5%) од сите други се на мислење дека лековите и терапиите „секогаш им помагаат“, додека на другата половина (48%) „делумно им помагаат“.

За функционирањето на јавната здравствена заштита многу важно беше да се видат можностите на осигурениците за обезбедување на потребните услови за нивни прегледи, интервенции, оперативни и други здравствени зафати и лекувања во системот на секундарната и на терцијарната здравствена заштита и нега.

Табела 3. Можностите за обезбедување на медицински услуги во секторот на секундарната и на терцијарната здравствена заштита

Ред. бр.	Опис на понудените алтернативни одговори на поставените прашања	Испитаници	%
1.	Упат за специјалистички преглед секогаш добивам без чекање	36	18,0
2.	Секогаш добивам по краткотрајно чекање	128	64,0
3.	Секогаш добивам по многу чекање	26	13,0
1.	Многу ретко добивам	10	5,0
2.	Никогаш не добивам	0	0,0
	Вкупно	200	100,0
1.	Упат за специјалистички преглед секогаш добивам за јавна здравствена установа	160	80,0
2.	Упат за специјалистички преглед, на мое барање, секогаш добивам и за приватна здравствена установа	22	11,0
3.	Лекарот ви сугерира да се обратите во приватна здравствена установа	18	9,0
	Вкупно	200	100,0

Вистинската вредност на јавната здравствена заштита доаѓа до полн израз преку здравствените услуги кои осигурениците ги обезбедуваат во рамките на секундарната и терцијарната здравствена дејност, односно со можностите за обезбедување на здравствена заштита и болничка нега за себе и за членовите на своите семејства во високо специјализираните клинички здравствени установи и специјализирани болници, како што се специјализираните универзитетски клиники, институти и клинички центри.

Од понудените одговори на испитаниците за можностите да ги добијат бараните упати за прегледи и за другите видови на нужни медицински и клинички третмани во повисокото ниво на секундарната и на терцијарната медицинска заштита може да се види дека од страната на матичните лекари не постојат посериозни препреки за обезбедување на овој вид на медицинска заштита. Кон процентот на скоро едната петтина (18%) од испитаниците, кои „упат за специјалистички преглед секогаш добиваат без чекање“, може слободно да се додаде и процентот од две третини (64%) на оние кои упат „секогаш добиваат по краткотрајно чекање“, со што протоколот на упати од матичните лекари кон лекарите специјалисти се искачува на полни 82%.

За оценка на вредноста на јавното здравство како систем од пресудно значење е каде осигурениците ги обезбедуваат здравствените услуги и медицинската заштита: во јавните или во приватните здравствени установи. При обезбедување на услугите во приватните здравствени установи осигурениците се изложуваат на нови и исклучително високи трошоци. Може да се рече дека формално на сите осигуреници им се пружа можноста за натамошни лекарски прегледи и медицински испитувања во установите на јавниот здравствен систем. Покрај високиот процентен поен од четири петтини (80%) од испитаниците кои одговориле дека „секогаш добиваат упат за јавна здравствена установа“, од можноста да добијат медицински услуги од јавниот здравствен сектор не биле лишени и оние (11%) кои на нивно барање биле упатувани во некоја од приватните здравствени установи, како и преостанатите (9%) на кои за нивно добро им било сугерирано помош да побараат во приватните здравствени установи.

2. Некои проблеми на системот на секундарната и на терцијарната здравствена заштита

За поефикасно функционирање на целокупниот систем на јавното здравство многу се очекуваше од сега веќе воспоставениот систем наречен „мој термин“. Со овој модел требаше да се воспостави најнепосредна врска помеѓу секторот на примарната и секторот на секундарната и терцијарната здравствена заштита. Директната компјутерско-интернетска врска помеѓу матичниот лекар и соодветниот специјалист, за којшто матичниот лекар располага со податоци за неговите можности дали и кога може да се

стави на располагање на пациентот за којшто матичниот лекар ја утврдил потребата од специјалистички преглед, требаше на клиентите – побарувачи на специјалистичка и друга здравствена заштита да им го олесни пристапот до специјалистите со определување на точен термин за бараната услуга со назначување на лекарот-специјалист, здравствената установа, денот и времето на закажаната средба. За функционирањето на системот „мој термин“ и за објективните услови и можности за пристап до специјалистичката здравствена заштита испитаниците ги понудија следниве искази.

Табела 4. Функционирањето на системот „мој термин“ и пристапот до специјалистичката здравствена заштита

Ред. бр.	Опис на понудените алтернативни одговори на поставените прашања	Испитаници	%
1.	Системот „мој термин“ функционира беспрекорно	11	5,4
2.	Воопшто не функционира	39	19,5
3.	Донекаде функционира	73	36,5
4.	Функционира со многу големи слабости	77	38,5
	Вкупно	200	100,0
1.	До специјалистите лесно доаѓам	81	40,5
2.	Пристапот до нив е тежок	115	57,5
3.	Пристапот до нив е речиси невозможен	4	2,0
	Вкупно	200	100,0

Системот „мој термин“ беспрекорно функционира само за 5,5% од испитаниците, за една петтина (19,5%) воопшто не функционира, додека за преостанатите три четвртини (75%) донекаде функционира или функционира со многу големи слабости. Ова покажува дека моделот, којшто во здравствените системи на западните развиени земји од поодамна е воспоставен како неодминлива практика, кај нас ги преживува своите „детски болести“, за кои е несомнено дека во многу голема мера се должат и на нашето премногу бавно ослободување од наследените навики во работата и во однесувањето и од несфаќањето на потребата за брзо прилагодување кон новите, изменети и динамични услови и потреби на развојот и животот. Најголемата слабост на системот „мој термин“ е во премногу долгото време на чекање за закажување на прегледот. „Со системот „мој термин“ ми закажуваат преглед за кога ќе ми помине болеста, доколку ми помине“.

Втората група од три прашања недвојбено покажува дека кон „мој термин“ испитаниците се претерано критички настроени. Наспроти 94,5% од испитаниците, за кои „мој термин“ или воопшто не функционира или функционира со многу големи слабости, дури 98% од нив се изјасниле дека до специјалистите и до специјалистичките прегледи или доаѓаат лесно (40,5%) или обезбедуваат пристап на „потешок начин“ (57,5%). Преостанатите 2%, за кои „пристапот до нив е речиси невозможен“, не значи дека никако не можат да си ја обезбедат бараната специјалистичка здравствена грижа и дека и на нив, под определени услови и макар потешко, им стои на располагање овој вид на здравствена заштита.

Натамошниот исклучително важен чекор во обезбедувањето на потребната квалитетна здравствена заштита и неџа се состои во одговрното и стручно однесување на сите од секторот на секундарната и на терцијарната здравствена заштита, а посебно на стручно-специјалистичкиот кадар, темелноста во дијагностицирањето, брзината на обезбедување на добиените резултати, третирањето на болестите и начинот на спроведувањето на терапевтските и на рехабилитационите постапки.

Табела 5. Односот, одговорноста, пристапот кон утврдувањето на дијагностичките наоди и начинот на третирање на болестите и на терапевтските постапки

Ред. бр.	Опис на понудените алтернативни одговори на поставените прашања	Испитаници	%
1.	Специјалистите се точни и одговорни	97	48,5
2.	Не се точни и се неодговорни	103	51,5
	Вкупно	200	100,0
1.	Стручни се и делумно се посветени на својата работа	172	86,0
2.	Не се стручни и не се посветени на својата работа	28	14,0
	Вкупно	200	100,0
1.	Прегледите ги вршат темелно и со потребното внимание	85	42,5
2.	Прегледите ги вршат површно и незаинтересирано	115	57,5
	Вкупно	200	100,0

Корисниците на здравствени услуги, како и побарувачите и потрошувачите на стоки и услуги во сите други подрачја на општествениот

жнвот, со време стануваат способни да ги оценат точноста и коректноста во работата и степенот на одговорност во однесувањето на учесниците од сите нивоа во процесот на здравствената заштита, па дури, врз основа на резултатите од своето болничко лекување или на каков било друг вид на интервенции и терапевтски третмани, да формираат релативно многу точно мислење и за стручноста на медицинскиот и на другиот персонал. Доколку треба со прилично голема резерва да се прифатат искажувањата за стручноста на медицинскиот персонал, дотогаш е несомнено дека приведените мислења за нивниот однос кон пациентите, посветеноста на работата, пристапот кон извршувањето на лекарските прегледи и медицинските испитувања можат речиси целосно да се земат за напoлно веродостојни и релевантни. За точноста и одговорноста на стручниот персонал мислењето на испитаниците не е многу високо. За повеќе од половината од специјалистите (51,5%) мислењето е дека се неточни и неодговорни. Со многу висок процент од 57,5% прегледите ги вршат „површно и незаинтересирано“, наспроти 42,5% кои прегледите ги вршат „темелно и со потребното внимание“.

Врз определбата на здравствените осигуреници потребната лекарска помош да ја побараат во установите на јавната здравствена заштита влијае не само можноста да се направи неопходното стручно-специјалистичко испитување, туку и располагањето на јавната здравствена установа со нужните нагледно-технички средства, соодветен стучно-технички кадар за работа со нагледните средства, болничките услови на лекувањето, степенот на доверба којшто барателот на услугата веќе го формирал за целината на јавната здравствена установа и сл.

Табела б. Можностите за специјалистички дијагностички испитувања и времето на чекање за добивање на резултатите

Ред. бр.	Опис на понудените алтернативни одговори на поставените прашања	Испитаници	%
1.	Дијагностичкото испитување можете да го направите без чекање	44	22,0
2.	Можете да го направите со подолго чекање	129	64,5
3.	Не можете да го направите поради недостиг на реагенси	20	10,0
4.	Не можете да го направите поради непознати причини	7	3,5
	Вкупно	200	100,0

1.	На добивање на резултатите од испитувањата не се чека	67	33,5
2.	На добивањето на резултатите многу се чека	133	66,5
	Вкупно	200	100,0

Анкетното истражување го потврди познатиот проблем на „тесното грло“ во јавната здравствена заштита на Република Македонија. Дијагностичките и другите видови на медицински испитувања, кои се поврзани со употреба на нагледно-технички средства и примена на посложени методолошки постапки за добивање на резултатите, се одвиваат со мошне крупни проблеми. Само една петтина (22%) од дијагностичките испитувања се одвиваат без чекање, во 64,5% може да се направат „со подолго чекање“, а во 13,5% не може да се направат поради недостиг на реагенси или од непознати причини. Не е за потценување ниту времето на чекање за добивање на резултатите од испитувањата. Во една третина (33,5%) на резултатите од испитувањата не се чека, а дури во две третини (66,5%) многу се чека.

Ова покажува дека во целината на органски поврзаниот и нераскинлив систем на јавната здравствена заштита на Република Македонија многу слаби се две алки. *Првата слаба алка* е во предолгото чекање матичниот лекар да обезбеди термин и да го закаже прегледот кај специјалистот. *Втората слаба алка* е предолгото чекање на резултатот од извршениот специјалистички преглед и изгубеното време до започнувањето на лекувањето и на терапевтскиот третман. Не е потребно да се подвлекува од какво пресудно значење по здравствената состојба на побарувачите на лекарска помош може да биде загубеното време во наведените два чекора, иако во секој конкретен случај пресуден за здравјето и за животот може да биде и само едниот изгубен чекор.

Врз определбата на здравствените осигуреници потребната лекарска помош да ја побараат во установите на јавната здравствена заштита влијае не само можноста да се направи неопходното стручно-специјалистичко испитување, туку и располагањето на јавната здравствена установа со нужните нагледно-технички средства, соодветен стучно-технички кадар за работа со нагледните средства, болничките услови на лекувањето, степенот на доверба којшто барателот на услугата веќе го формирал за целината на јавната здравствена установа и сл.

Табела 7. Располагање со нагледно-технички средства и условите за лекување во јавните здравствени установи

Ред. бр.	Опис на понудените алтернативни одговори на поставените прашања	Испитаници	%
1.	Јавното здравство располага со неопходните нагледно-технички средства	25	12,5
2.	Не располага во доволна мера	123	61,5
3.	Располага, но не ги ползува поради нестручност на персоналот	52	26,0
	Вкупно	200	100,0
1.	Условите за лекување во јавните здравствени установи целосно задоволуваат	12	6,0
2.	Делумно задоволуваат	55	27,5
3.	Воопшто не задоволуваат	133	66,5
	Вкупно	200	100,0

Без располагање и ефективно ползување на најсовремените нагледно-технички средства ниту еден здравствен систем не може да биде современ и да одговори на новите, зголемени и изменети барања на корисниците. Очигледно е дека вербата на осигурениците во можностите на јавното здравство во Република Македонија чувствително е опадната. Само 12,5% од испитаниците сметаат дека јавното здравство во Република Македонија „располага со неопходните нагледно-технички средства“. Сите други 87,5% се на мислење дека јавната здравствена заштита во Република Македонија или не располага во доволна мера со нагледно-технички средства или, доколку располага, „не ги ползува поради нестручност на персоналот“. Не е подобро мислењето на испитаниците ниту во поглед на условите за лекување во установите на јавното здравство. Само скромни 6% сметаат дека условите за лекување во јавните здравствени установи целосно задоволуваат. За преостанатите 94% условите за лекување во јавните здравствени установи или само делумно задоволуваат или „воопшто не задоволуваат“. Поради тоа, воопшто не изненадува многу големиот број на испитаници кои од различни причини се одлучуваат здравствена интервенција, заштита и нега да побараат во установите на приватното здравство.

Табела 8. Причини поради кои осигурениците прибегнуваат за лекарска помош кон приватните здравствени установи

Ред. бр.	Поради кои причини се одлучуваат здравствена заштита да побарате во приватните здравствени установи	Испитаници	%
1.	Од причина што приватното здравство е многу поопремено со нагледно-технички средства	59	29,5
2.	Од причина што во јавното здравство се губи многу време	55	27,5
3.	Од причина што приватното здравство располага со постручен лекарски и медицински персонал	46	23,0
4.	Од причина што немам доверба во јавното здравство	26	13,0
5.	Од причина што во приватното здравство имам поголема доверба	14	7,0
	Вкупно	200	100,0

Објективно земено, бидејќи не може да постои само една причина за определбата нужната здравствена заштита да се побара во некоја од приватните здравствени установи, при ова прашање на испитаниците им беше оставена можноста, откако ќе ја наведат првата и најзначајна причина за ваквата одлука, да можат да ги наведат и другите причини, доколку ги имаат, притоа строго посочувајќи ги според нивната важност. Сумарниот преглед на нивните мислења покажува дека, макар што довербата во јавното здравство не е изгубена (13%), а во приватното не е на многу високо ниво (7%), другите поважни одлучувачки причини влијаат за тоа осигурениците сè повеќе да го заобиколуваат јавното здравство и здравствена заштита да бараат во установите на приватното здравство. Прва и најважна причина е подобрата опременост на приватното здравство со нагледно-технички средства. Втора причина е што во „јавното здравство се губи многу време“. Трета причина е што приватното здравство располага со постручен лекарски и медицински персонал.

За корисниците на јавната здравствена заштита, како здравствено осигурени кои во текот на својот работен век од својата заработувачка непрекинато издвојуваат продонес за здравствено осигурување, којшто воопшто не е низок, од значење беше да се види на кој начин ги прибавуваат потребните лекови и другите медикаменти, нужни за терапевтските третмани.

Табела 9. Условите под кои корисниците на јавната здравствена заштита ги прибавуваат потребните лекови и други мредикаменти

Ред. бр.	На кој начин ги прибавувате потребните лекови и други мредикаменти	Испитаници	%
1.	Секогаш со минимална партиципација	92	46,0
2.	Секогаш со плаќање („на приватно“)	17	8,5
3.	Помалку со партиципација – повеќе „на приватно“	91	45,5
	Вкупно	200	100,0

За семејните буџети на осигурениците од голема важност е што безмалку половината од нив (46%) лековите и другите медицински потреби секогаш ги обезбедуваат со минимална партиципација. Загрижувачко е што исто толкав процент (45,5%) овие потреби ги прибавуваат „помалку со партиципација – повеќе „на приватно“, покрај веќе 8,5% кои ги обезбедуваат секогаш со плаќање („на приватно“). При таквите услови, а посебно кога издвоената сума за партиципација и за обезбедување на нужните потреби „на приватно“ не е ниска, осигурениците не можат да не бидат проникнати со силното чувство на онеправданост и со мислењето дека „двапати плаќаат“ – еднаш преку придонесот за здравствено осигурување, втор пат преку партиципацијата за специјалстичките прегледи, болничкото лекување и набавката на лековите и на другите медицински средства и потреби. Овој непоколеблив став се потврдува и во прашањата со кои се настојуваше да се дознае мислењето на испитаниците за нивната положба во системот на здравственото осигурување и на јавната здравствена заштита.

Заклучок

Презентираните резултати од нашето скромно анкетно истражување, кое се однесува само на системот на матичните лекари и на најопштите и заеднички проблеми на секундарната и терцијарната здравствена заштита, покажуваат дека својата функција на „порта на целокупниот здравствен систем“ матичните лекари, општо земено, ја извршуваат сосема успешно, со што реформската трансформација на здравствениот систем со воведување на матични лекари се покажа целосно оправдана. Многу високиот процент од искажани мислења дека матичните лекари „понекогаш не се на своето

работно место“, како што беше истакнато и во текстот, несомнено зборува за претераниот комодитет во нивното однесување, којшто е резултат на недостигот на сопствена внатрешна одговорност и на отсуството на потребната надворешна контрола.

Секундарната и терцијарната здравствена заштита и денес, по безмалку две ипол децении (1991-2015) од промената на политичките, економските, социјалните и вкупните општествени односи и услови на животот, сè уште се соочуваат со многу крупни проблеми. Времето на чекање за дијагностичките и другите видови на специјалистички испитувања е премногу долго. Предолгото чекање на резултатите од ваквите прегледи и испитувања е уште „послаба алка“ која осигурениците и побарувачите на здравствена заштита ги турка кон установите на приватното здравство. Со сета сериозност треба да се земе и мислењето на испитаниците дека приватното здравство се стекнува со предности пред јавното здравство и во поглед на располагањето со посовремени нагледно-технички средства, соодветен медицинско-лекарски и стучно-технички кадар, подобри услови за медицински третман и сл.

Во економски најразвиените земји во последните години тежиштето сè повеќе се става на зголемување на средствата за обезбедување на навремена и што подобра превентивна заштита преку широки, осмислени и истрајни општествени акции за зачувување на животната и работната средина и наведување на припадниците на сите возрасни групи кон развивање, негување и подобрување на нивниот животен стил со спортување, одвикнување од пушење и алкохол, практикување на безбедносен секс, заострување на контролата во сообраќајот (брзината на возење, практикување безбедносни појаси и сл.). Нема сомнение дека Република Македонија, доколку сака да изгради современ и ефикасен систем на јавно здравство, неодложно мора да ги следи ваквите трендови на превентивна здравствена заштита и со истрајна примена на осмислен комплекс од здравствени мерки да ја зачува и натаму да ја унапредува здравствената состојба на своето население.

Користена литература:

а) Закони, законски акти, правилници, извештаи

1. Закон за здравствено осигурување. Интегрален пречистен текст, „Службен весник на РМ“, бр. 65/2012,16/2013, 91/2013 и 187/2013.
2. Закон за здравствена заштита, „Службен весник на РМ“, бр. 43/2012, 145/2012, 65/2013, 87/2013, 164/2013.
3. Правилник за критериумите за склучување договори и за начинот на плаќање на здравствените услуги на здравствените установи кои вршат болничка здравствена заштита, „Службен весник на РМ“, бр. 14/2008, 118/2008, 164/2008, 16/2010,44/2010,63/2010, 171/2010, 5/2011, 181/2011, 104/2012, 164/2012.
4. Фонд за здравствено осигурување, *Годишни извештаи за работењето (2003, 2005, 2006-2014)*, Скопје.

б) Студии, статии, прилози

1. Фелдштајн, Ц. Пол (2009): *Економија на здравството*, „Академски печат“ Скопје, 2009.
2. Стлиглиц, И. Цозеф (2009): *Економија на јавниот сектор*, „Табернакул“, Скопје.
3. Недановски, Пеце (2008): „Транзиционите предизвици на системот на здравствена заштита и здравствено осигурување во Македонија“, *Годишник на Економскиот факултет*, Скопје.
4. Проевска, Весна (2015): *Јавната здравствена заштита во Република Македонија* (магистерски труд – ракопис), Економски факултет.
5. Христов, Ристо (2005): „Единствениот европски социјален простор (потреба, формирање, можности, перспективи), *Годишник на Економскиот факултет*, том 40, Скопје.
6. Христов, Ристо (2007): „Данскиот модел на социјална политика“, *Годишник на Економскиот факултет*“, Скопје.
7. Христов, Ристо (2009): „Моделот на социјална политика во Скандинавските земји“, *Годишник на Економскиот факултет*“, Скопје.
8. Христов, Ристо (2008): *Политика на социјалниот развој*, Економски факултет, Скопје.

PUBLIC HEALTH CARE IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA FROM THE USERS' STANDPOINT

Risto Hristov, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje,
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
ristoh@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The issue of public health care in today's modern conditions represents one of the most sensitive areas of the public social policy of any country due to many factors, complex conditions, and different reasons. The conditions allow for the existence of different models of health care insurance. Also, the sources of financing health care services are different. There are different methods of organizing the conduct of health care services. The problem of lack of resources for satisfying the needs for medical services of the insured is very serious. The growing need of the population for medical services is contrary to the scanty resources, which are not always used rationally.

The problems in the public health care in Republic of Macedonia have become even more pressing in the past years, due to the process of dramatic changes in the social structure of the population. Unemployment reached frightening proportions and poverty increased. The income from health insurance contributions has decreased due to the higher unemployment and decreased salaries.

Can public health care respond to its demands under such conditions? The competent social actors are using the public health care for accomplishment of their own specific ideological and political goals. On the other hand, there is constant and fierce criticism that the public health care is loaded with numerous and rather serious weaknesses. This paper is a modest attempt to look at the problems of the public health care from the users' standpoint, based on a survey of 200 respondents.

Key words: *public health care, public health services, public health protection, primary, secondary and tertiary health care*

ЛОКАЛНИОТ ЕКОНОМСКИ РАЗВОЈ ВО РЕПУБЛИКА МАКЕДОНИЈА - ЦЕНТРАЛНА НАДЛЕЖНОСТ ПРИ ПРОЦЕСОТ НА ФИСКАЛНАТА ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЈА: РЕАЛНОСТ ИЛИ САМО ПРЕНЕСЕН АВТОРИТЕТ?

м-р Маријана Цветаноска

Универзитет „Св.Кирил и Методиј” во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
Marijana.Cvetanoska@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Последните децении е забележан светски интерес во процесот на фискалната децентрализација. Многу од земјите во развој преземаат чекори за фискална децентрализација, како еден можен начин за избегнување неефикасна и неефективна влада, макроекономска нестабилност и несоодветен економски раст.

Македонија веќе неколку години успешно го спроведува процесот на децентрализација. Освен преносот на политичката власт на локално ниво, тој опфати пренос на надлежности во областа на локалниот економски развој (ЛЕР), образованието, урбанистичкото планирање, комуналните дејности, социјалната заштита, културата и други области.

Во овој труд, фокусот е ставен на локалниот економски развој како централна надлежност која е опфатена со процесот на децентрализацијата, како и проблемите и предизвиците со кои се соочуваат локалните влади. Во денешно време, политиките на ЛЕР стануваат клучни двигатели на растот на вработеноста и конкурентноста на локално ниво и тие, исто така, се начин на поттикнување на економскиот раст и развој на локалната економија. Нивото на фискална децентрализација, поддршката од централната влада и капиталните инвестиции се земено во процесот на истражување, со цел да се направи анализа за спроведувањето на локалниот економски развој како надлежност на локалната самоуправа која е пренесена со процесот на децентрализација. Исто така, во трудот е вклучена и студија за општината Охрид како главен туристички центар

во Република Македонија, каде се прикажани ефектите од буџетската политика врз туризмот како главен промотор на локалниот економски развој.

Клучни зборови: локален економски развој, локална самоуправа, фискална децентрализација

Вовед

Децентрализацијата се остварува како процес на пренесување определени надлежности од централната власт кон општините, односно кон единиците на локалната самоуправа, со цел да се стимулира нивната работа и да се поттикне развој на локално ниво. Со процесот на децентрализација локалната самоуправа како најблиска власт до граѓаните и како важен елемент во секое демократски уредено општество ги користи можностите за подобрување на квалитетот на животот на граѓаните и станува позитивен фактор за политичка стабилност на земјата.

Со почетокот на децентрализацијата, единиците на локалната самоуправа гледаа на локалниот економски развој како надлежност која може многу да влијае на целокупниот развој на општините, но и како мерка која може да ја подобри слабата економска ситуација на граѓаните преку имплементирање на локалните проекти.

Локалниот економски развој (ЛЕР) е еден од позначајните начини за намалување на сиромаштијата, како и за обезбедување економска и социјална благосостојба и на тој начин подобрувајќи ги условите за живот. Денес, многу земји ги дизајнираат и ги следат политиките на локалниот економски развој. Значењето на политиките на локалниот економски развој не само што е развиен во земјите од САД и ЕУ, туку исто така и во третиот свет и во земјите во транзиција.

Во Македонија поради нискиот квалитет на живот, главно, предизвикан од економската криза во 90-те години, од државата се побара да преземе некои чекори за воспоставување на функционална пазарна економија и подобрување на животниот стандард на граѓаните. Ова доведе до согледување дека креирањето на политика за економски развој и раст не е само обврска на централната власт, туку претставува одговорност и на

единиците на локалната самоуправа, преку нивното влијание и перформанси. Иако локалниот економски развој е од суштинско значење на листата на пренесени надлежности, сепак и по осум години од почетокот на втората фаза од фискалната децентрализација мал е бројот на општини кои се способни за реализирање на оваа важна надлежност. Причините за недоволната имплементација на ваквата одговорност, кои се идентификувани во поголемите општини, се различни и тоа: ниското ниво на фискална децентрализација, недостаток на финансиски средства, обврските помеѓу централната и локалната власт не се јасно дефинирани, општините не ја поседуваат градежната земја, неквалификувани работници во локалната администрација, итн.

Во овој труд, се анализира спроведувањето на локалниот економски развој како централна надлежност на локална самоуправа и како општините ја исполнуваат оваа одговорност. Покрај воведот и заклучокот, трудот, исто така, содржи уште три дела.

Првиот дел на трудот претставува краток преглед на спроведувањето на процесот на фискалната децентрализација во Република Македонија, нивото на неговата имплементација, како и неговиот развој до денес.

Во вториот дел е направен осврт кон локалниот економски развој во кој подетално се елаборирани значењето на локалниот економски развој и локалната самоуправа, со своите активности и одговорности, проблемите и предизвиците, како и осврт кон тоа дали локалните власти се самостојни и способни за спроведување на локалниот економски развој, како нивна одговорност. Дали таквата одговорност реално постои и реално се спроведува?

Како посебен дел е издвоена студија за случајот на општината Охрид, како пример за локалниот економски развој преку анализа на буџетот, односно капиталните инвестиции, со цел да се види нивото на локалниот економски развој во општината.

При реализација на истражувањето, доминантен е квалитативниот метод на истражување. Имајќи ја во предвид темата на овој труд, како и ограниченоста на расположливи податоци, потребни за подлабока анализа, при неговата изработка преовладува и е користен дескриптивен метод, надополнет со користење на историската метода и методот на анализа, особено при поединечното разгледување на случајот на општината Охрид. Анализа на документација (законска регулатива и друга стручна литература),

вклучувајќи и разговори со претставници од локалната власт, исто така се дел од истражувањето.

Краток осврт на процесот на фискална децентрализација во Република Македонија

Политичката рамка за децентрализација на локалната самоуправа беше основана со усвојувањето на Стратегијата за реформа на системот на локалната самоуправа во мај 1999 година. Стратегијата е насочена кон градење на локалната самоуправа врз основа на начелата на демократија и децентрализација. Оваа стратегија беше дополнително поддржана со донесувањето на Охридскиот рамковен договор во 2001 година, како и со пакети за развој и усвојување на уставни амандмани и закони за децентрализација, донесени од страна на Собранието на Република Македонија, со што се пренесоа широк опсег на надлежности на локалната самоуправа, како што се: управување со основното и средното образование, зголемување на одговорностите во урбанистичкото планирање, локалниот економски развој, социјалните и културните установи и активности (Novovic, 2011).

Влегувањето на општините во првата и во втората фаза во различни периоди од фискалната година претставува еден специфичен и постојан одраз на процесот на децентрализацијата во Македонија. Првата фаза на процесот, како резултат на политички одлагања, беше иницирана на 1 јули 2005 година по донесувањето на Законот за локална самоуправа, кој предвидува пренесувањето на надлежностите од централната на локалната власт. Како резултат на тоа, во согласност со овој закон, локалниот економски развој е една од обврските кои се префрлени на локално ниво врз основа на кој локалната власт стана одговорна за: „Локалниот економски развој - планирање на локалниот економски развој; основањето на развојните и структурните приоритети; имплементирањето на локална економска политика; поддршка на развојот на малите и средните претпријатија и на претприемништвото на локално ниво и, во тој контекст, учество во воспоставувањето и развојот на локалната мрежа на институции и агенции за промовирање на партнерство” (Службен весник на РМ, бр. 5/2002). Првите чекори во процесот на децентрализацијата, пренесувањето на

надлежностите за менаџирање и воведување на финансиските дотации, се случија во средината на фискалната година. На 1 септември 2007 година, повторно на средината на фискалната година, започна втората фаза од децентрализацијата. Во различни периоди, во зависност од исполнувањето на законските критериуми, на различни групи на општини им беше допуштено влегувањето во втората фаза (Херчински, 2011).

Втората фаза на фискалната децентрализација во Македонија започна само кај оние општини кои успешно го поминале „транзицискиот испит“, односно обезбедиле кадровски и финансиско-фискален капацитет и финансиска ликвидност за првите две години од фискалната децентрализација.

Денес, сè уште има недостаток на имплементација на пренесените обврски од страна на локалната власт. Фискалната децентрализација ја карактеризираат бројни хоризонтални и вертикални дебаланси (разлики) во фискалниот капацитет на одделните општини (Државен завод за ревизија, 2009).

- Хоризонталните настанале како резултат на разликите во капацитетот на единиците на локалната самоуправа да ги собираат сопствените приходи, утврдени со прописите и од различните трошоци и потреби на одделните општини. Кај сите општини е забележано зголемување на даночните приходи и покрај проблемите кои ги имале општините со преземање на базата на податоци од Управата за јавни приходи.
- Вертикалните дебаланси произлегуваат од јазот помеѓу трошоците што се поврзани со доделените надлежности на единиците на локалната самоуправа и приливот на средства од централната власт.

Најновите согледувања, поврзани со развојот на процесот на фискалната децентрализација, покажуваат дека тој успешно продолжува да се остварува. Постигнат е значителен напредок во фискалната децентрализација, за што зборува податокот дека порастот на учеството на локалните даноци во БДП од 1% во 2006 година е на 1,5% во 2012 година. Во однос на нивото на децентрализацијата, Македонија го има достигнато меѓународниот стандард на децентрализација, со што влегува во групата земји кои се децентрализираны (Министерство за финансии, 2012).

Значењето на политиката на локален економски развој, проблеми и предизвици при спроведувањето од страна на локалната самоуправа

Децентрализирањето на политиките на националните влади сè повеќе и повеќе се спроведува. Се оживуваат развојните процеси преку демонстрирање надлежности на локалната самоуправа, со цел да работат ефективно. Концептите за локален економски развој го доживуваат развојот како заеднички напор на јавните и на приватните субјекти и локалните заедници. Очигледно е дека ова е сложен пристап кон развојот, кој не само што бара ревизија на улогата на државата, туку и испитување на способноста и подготвеноста на локалните заедници да преземат улога во управувањето со нивниот развој и раст. Локалниот економски развој е особено важен за недоволно развиените подрачја, подрачја кои се во опаѓање, оние со висока стапка на невработеност и сиромаштија и оние кои имаат ниско ниво на социјални услуги, како и за области со други такви негативни атрибути. Локалната самоуправа во таква нестабилна средина сè повеќе станува важен фактор за тоа што ја мотивира мобилизацијата на граѓаните, знаењето, капиталот и алтернативните програми за вработување. Оттука, локалниот економски развој, како објективно утврден начин на современиот економски развој, може да биде најважната димензија во процесот на намалување на сиромаштијата и зголемување на еднаквоста.

По повеќе од десет години плуралистичко живеење, со уставните измени од 2001 година и со новиот закон за локална самоуправа во 2002 година, дефинитивно се означил почетокот на процесот на децентрализација и развојот на системот на модерната локална самоуправа во Република Македонија. Со принципот на супсидијарност, е истакнато значењето на улогата на локалната самоуправа во регионалниот развој, со покажување на тоа како потребата за соработка е главен оперативец, кога станува збор за подготовка, спроведување, следење и евалуација на програми и активности за економски развој.

Заспроведување на надлежностите во областа на локалниот економски развој, како што е утврдено во член 22 од Законот за локална самоуправа, предвидени се повеќе мерки и активности кои треба да бидат преземени од страна на општините и тоа: планирање на локалниот економски развој, воспоставување на развојните и на структурните приоритети, спроведување и извршување на локалните економски активности, поддршка на развојот

на малите и на средните претпријатија и на претприемништвото и учество во воспоставувањето и развојот на локалната мрежа на институции и агенции за промовирање на партнерство. Овие активности се спроведуваат на многу ниско ниво, што значи дека единиците на локалната самоуправа во Република Македонија ја спроведуваат одговорноста за локален економски развој на ниско ниво.

Ова се должи на различни причини, меѓу кои: делумната фискална децентрализација (голем дел од надлежностите на единиците на локалната самоуправа не се целосно обезбедени со финансиски средства), маргинално искористување на ИПА фондовите, особено компонентата за регионален и рурален развој, недостатокот на инструменти за привлекување на нови инвестиции, недостигот од фискална економија за даночни ослободувања и олеснувања како инструмент за стимулирање нови инвестиции и бизниси, итн. Одговорноста за локалниот економски развој е де факто меѓусебна за локалната и за централната власт и во такви околности не постои специфична адреса за одговорностите и за обврските. Улогата на владата, како во однос на следењето на состојбата, така и во однос на пренесување на соодветно искуство во областите во кои се демонстрира потребата за компетентност е оценета како недоволна. Затоа, се чини дека, со цел да се решат проблемите на ЛЕР, потребен е динамичен и ефикасен дијалог и соработка меѓу централната и локалната власт.

Во однос на спроведувањето на надлежностите поврзани со ЛЕР, општините сè уште во голема мера се зависни од централната власт. Со процесот на фискалната децентрализација, на општините им се дадени обврски и им се доделени извори на финансирање, но сè уште постои висок степен на централизација во финансирањето на локалната самоуправа. Исто така, се чини дека значењето на т.н. нови фактори во ЛЕР, како што се: човечки ресурси, знаење, квалитет на физичката и социјалната инфраструктура, како и градење и зајакнување на институционалниот капацитет, не се ниту доволно разбирливи, ниту ценети (Hristova, 2013).

Стратешки планиран ЛЕР сè повеќе се користи од страна на македонските локални заедници за зајакнување на локалниот економски капацитет, подобрување на инвестициската клима и за зголемување на продуктивноста и конкурентноста на локалните бизниси. Главниот проблем со кој се соочуваат општините е неможноста да се обезбеди целосно спроведување на активностите и проектите кои се планирани во

стратешките документи. Успешната имплементација бара не само човечки капацитети, туку и финансиски капацитет. Повеќето проекти се запрени поради потребата за понатамошно инвестирање. Имплементацијата секогаш е откажувана поради недостаток на средства. Претставници од општините изразуваа очекување дека таквата состојба ќе се подобри со фискална децентрализација, но со оглед на односот помеѓу пренесените обврски и вистинските општински приходи, прашањето е како? Вклучување на приватниот сектор, зголемување на јавната свест, фокусирање на локалните предности и репрограмирање на одредени општински трошоци ќе даде подобри резултати и на краток и на долг рок (Stojkov, 2007).

Ова значи, дека стратегиите за ЈЕР често не се во согласност со потребите на општините за ЈЕР. Тие обично не се базираат на реалните потреби и можности на општината, ниту, пак, на начинот на кој се врши приоритизацијата на активности. Најчестите проблеми кои ги спречуваат општините за ефикасно спроведување на нивните планови за ЈЕР се (Hristova, 2013):

- Недостаток на финансиски ресурси, кој се наведува како главна причина.
- Недостаток на поддршка од владини институции.
- Ниското ниво на планирање од страна на Владата.

Од една страна, општините во своето финансирање сè уште во голема мера се зависни од централната власт за спроведување на политиките на ЈЕР, но од друга страна, се зголемува бројот на општини кои веруваат дека успешната имплементација на политиките на ЈЕР може да се постигне со помош на земање заем (задолжување), односно доколку тие уживаат поголема автономија.

Локалната власт игра важна улога во создавањето позитивна клима за развој на бизнисот. Секоја единица на локалната самоуправа има свои специфични локални услови со кои ќе се зголеми или ќе се намали потенцијалот за локалниот економски развој. Ерозијата на менаџерски капацитет и недостатокот на процедурални вештини и нивна примена се оние што директно и негативно влијаат на ефикасноста на општините во Македонија. Постојната образовна структура на населението исто така е многу неповолна и поголем дел од општините немаат квалитетни човечки ресурси, потребни за да се охрабри и да се следи економскиот развој.

Фискалните и финансиските аспекти на процесот на децентрализација

остануваат најважните и најкомплексните предизвици: подобрување на финансиската состојба на општините. И покрај позитивните трендови, забележани при распределбата на општинските буџети за ЛЕР, средствата сè уште се релативно мали. Општините имаат многу малку финансиски средства за реализација на нивните развојни потреби, а најголемиот дел од буџетот се троши за задоволување на тековните оперативни и административни потреби. Ова докажува дека на ЛЕР сè уште не се гледа како на клучна важност. Локалната самоуправа мора да разбере дека успешни активности во областа на ЛЕР ќе влијаат на зголемување на вкупната економска активност во локалната економија.

Студија на случај: Општина Охрид

Општината Охрид е пример за пристапот на локалната самоуправа во локалниот економски развој. Туризмот е главна и доминантна економска гранка во Охрид. Локалните власти треба да го поттикнат туризмот, со цел да се постигне одржлив развој со одржлив економски раст, со економски придобивки и да се подобри квалитетот на туризмот и животот на сите во заедницата. За таа цел, потребно е буџетското планирање на средствата. Во последниве години општината Охрид се соочува со сериозни проблеми во нејзиното финансирање.

Капиталните инвестиции играат важна улога во квалитетот на живот на локалното население и го подобруваат капацитетот на општината за создавање на конкурентна бизнис околина, како и за зголемување на вработеноста. Капиталните инвестиции се критична компонента за одржлив туристички сектор. Поголеми инвестиции водат кон подолгорочна профитабилност, иновација и раст во овој сектор, повеќе туристи и повеќе ноќевања.

Следнава табела содржи податоци од кои може да се види колку од вкупните приходи на општината се наменети за капитални инвестиции:

Табела 1: Вкупен буџет и капитални расходи на општина Охрид за период од 2008-2013 година во денари

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Вкупен буџет	498.539.567	476.677.919	605.670.609	574.498.756	840.532.215	760.724.369
Капитални расходи	203.015.402	172.919.367	300.063.022	277.221.251	216.411.346	106.166.118
%	40,72	36,28	49,54	48,25	25,75	13,96

Извор: Буџет на општина Охрид, Биланс на состојба 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, општина Охрид.

Во анализираниот период, капиталните расходи ја следат динамиката на вкупните приходи, освен во 2012 година кога зголемувањето во вкупниот буџет не е проследено со зголемување на капиталните расходи. Но, зачудува фактот што во 2012 година само 25,75% од буџетот се наменети за капитални расходи, а во 2013 година само 13,96%, што е речиси двојно помалку од 2012 година. Од втората фаза на фискална децентрализација до 2013 година (2013 година е последна година кога општината ја има објавено завршната сметка) има значително намалување во распределбата на средства од буџетот за капитални инвестиции.

Во овој период најголем дел од капиталните проекти не се спроведуваат и најголем дел од приходите се наменети за новите вработувања во одделот за администрација во општина Охрид. Тоа е главната причина за намалување на капиталните расходи во периодот на втората фаза од децентрализацијата.

Директните економски ефекти од развојот на туризмот се мерат пред сè во однос на бројот на ноќевања, забава, атракции, храна и пијалоци, транспорт, како за домашните, така и за меѓународните патувања. Подолу се претставени податоци од Секторот за локален економски развој на општина Охрид во однос на показателите на туризмот (број на ноќевања и број на домашни и странски туристи), за периодот 2008-2013 година:

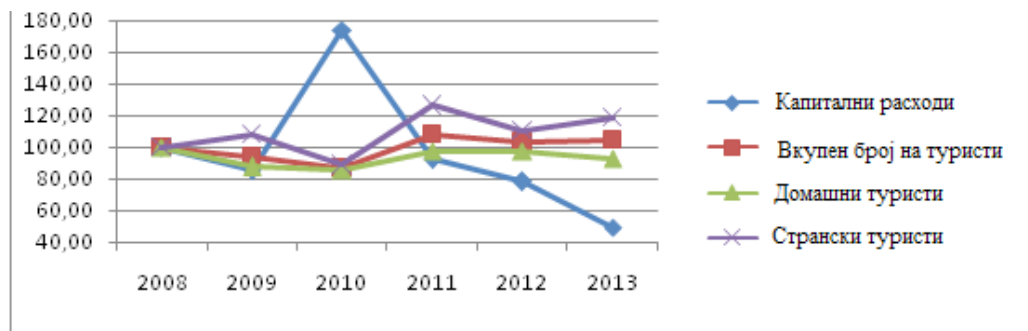
Табела 2: Индикатори за туризам на општина Охрид за периодот од 2008-2013 година

Година	Број на туристи			Број на ноќевања		
	Вкупно	Домашни	Странски	Вкупно	Домашни	Странски
2008	202.104	139.643	62.461	1.046.836	874.071	172.765
2009	189.699	122.258	67.441	951.254	774.424	176.830
2010	165.109	105.213	59.896	791.991	644.415	147.576
2011	178.277	102.730	75.547	810.795	592.886	217.909
2012	183.335	99.850	83.485	823.666	575.308	248.358
2013	191.504	92.637	98.867	793.757	522.718	271.039

Извор: Статистички извештај за туристичка трговија 2008, 2009 2010, 2011, 2012, 2013, општина Охрид - Сектор за туризам и Државниот завод за статистика на Република Македонија.

Поради ограниченоста на расположливи податоци за општина Охрид (заради нејзиниот влез во втората фаза од децентрализацијата), потребни за да се направи статистичка анализа, направена е споредба и анализа врз основа на верижен индекс:

Графикон 1: Годишна промена на вкупниот број на туристи во однос на капиталните расходи



Капиталните расходи се значајна алатка за привлекување нови посетители и тие влијаат на зголемувањето на бројот на туристи. Како што се гледа на Графикон 1, по 2010 година, кога капиталните расходи се најголеми, тие имаат тренд на постојано намалување. Во истиот период, бројот на домашните туристи се намалува, а овој тренд е присутен и денес. Спротивно на тоа, бројот на странски туристи во периодот по 2010

година се зголемува. Во овој период зголемувањето на бројот на странски туристи се однесува на работата, реализирана од 2010 година па наваму, со стратегија за привлекување туристи преку субвенционирање на туроператори и субвенционирање на авионски летови на ниско буџетски компании, кои ќе донесат странски гости од европските и од светските дестинации. Овие субвенции се главниот фактор за зголемување на бројот на странски туристи, особено се важни во 2013 година кога Охрид има право и за користење субвенции за поттикнување на приватното сместување. Тоа значи, дека сè уште има простор за зголемување на капиталните инвестиции како поттикнувачи на ЈЕР и општината треба да работи на нивно активно промовирање.

Врз основа на податоците од Агенцијата за вработување на Република Македонија¹ за општината Охрид, во последните неколку години не постои значително зголемување на бројот на вработените. Дури и по влегување во втората фаза од фискалната децентрализација, забележано е намалување на воспоставените работни односи во оваа општина.

Поради тоа, сè уште постои простор за подобрување на локалниот економски развој во општина Охрид. Денес оваа одговорност се спроведува на солидно ниво и за понатамошен локален развој и за одржување на добра економска состојба првенствено се потребни нови капитални инвестиции: реализација на големи инфраструктурни проекти во патната инфраструктура, образованието, енергетиката, минералните сировини, така што секој аспект од животот на граѓаните ќе може да се подобри.

Заклучок

Локалниот економски развој, како надлежност која со децентрализацијата е пренесена на единиците на локална самоуправа е нова за општините и тие како такви сè уште се зависни од преземените мерки и активности од страна на централната влада на Македонија. Затоа, може да се заклучи дека единиците на локалната самоуправа покажуваат најслаби перформанси во локалниот економски развој во споредба со другите надлежности што се делегирани на општините со процесот на децентрализација. Она што со сигурност може да се потврди е дека голем

1

Агенција за вработување на Република Македонија.
<http://www.avrm.gov.mk/registrirani-prijavi-za-zasnovani-rabotni-odnosi.aspx>

дел од општините во Македонија имаат само развиено стратегии, планови и програми за локален економски развој, но тие остануваат само на хартија, без да бидат спроведени, што се должи на недостигот од финансиски средства или поради фискалната зависност од централната власт.

Општините сè повеќе вложуваат дополнителни сопствени средства за финансирање на општинските програми, што претставува добар показател за процесот на децентрализација, бидејќи на овој начин, тие ја намалуваат финансиската зависност од централната власт. Сепак, треба да се има предвид фактот дека сите општини немаат можност да издвојуваат значителни дополнителни сопствени средства за финансирање на локалните надлежности и сè уште, за најголемиот број општини, трансферите од централната власт се главен (а некаде и единствен) извор за финансирање на делегираните надлежности.

За стимулирање на локалниот економски развој во Република Македонија, клучен приоритет е да се зајакне финансискиот аспект на општините и на регионите, што е директно поврзано со промоцијата на локалниот економски и севкупен развој.

За да се зајакне локалниот економски развој, општините треба да имаат поддршка од централната власт, но сепак многу важно за општините е да бидат независни во донесувањето на нивните одлуки во врска со обврските што им се доделени. Без обезбедување на финансиски средства, имот, експертиза и полно право да работат ефикасно, општините може да сметаат дека обврските, а со тоа и проблемите и предизвиците, се децентрализирани без соодветни алатки за нивно решавање. Очигледно е дека станува збор за сложен пристап, кој не само што бара преиспитување на улогата на државата, туку и испитување на способноста и подготвеноста на локалните самоуправи да преземат улога во управувањето со нивниот сопствен развој и раст. Локалниот економски развој сè уште не се смета како надлежност од клучна важност или како надлежност која реално се спроведува од страна на локалните заедници.

Македонија ја спроведува одговорноста за локален економски развој на ниско ниво во споредба со другите обврски кои се доделени на општините и општините сè уште се зависни од активностите на централните влади. Процесите на економски развој треба да започнат на локално ниво, додека на национално-економско ниво треба да се презентира макроекономската политика.

Во случајот на општината Охрид, презентираниот студија покажува дека локалниот економски развој не е на задоволително ниво. Во последните неколку години општината Охрид се соочува со проблеми во финансирањето. Општината е во лоша финансиска и материјална состојба. Новата локална власт има наследено заостанати долгови, поради што има проблеми со нормално сервисирање на тие обврски. Затоа, во периодот по втората фаза на децентрализацијата, локалниот економски развој на општината Охрид, мерен преку вработувањето, не е подобрен. Средствата, наменети за капитални инвестиции како поттикнувачи на локалниот економски развој и на туризмот како главна економска гранка, не се доволни. Дури и по инвестиции, направени од страна на различни донатори, институции и самата општина, потребата од инвестиции во оваа област сè уште е голема.

Општо земено, за успешно спроведување на локалниот економски развој, секоја локалната власт треба да знае што на локално ниво е добро и што на локално ниво може да се понуди, да биде свесна за предностите и слабостите на локалната заедница, како и за надворешните закани и можности. Преку промовирање на конкурентноста, поттикнување на претприемништвото и привлекување нови инвестиции, подобрување на деловната клима, развој на инфраструктурата и развој на човечките ресурси, може да се влијае на подобрување на ефикасноста на локалниот економски развој.

Користена литература:

1. Државен завод за ревизија. (2009), *Процесот на спроведување на втората фаза на фискалната децентрализација во Република Македонија*, Скопје
2. EC Progress Report, (2013), Republic of Macedonia
3. Херчински Ј., (2011) *Финансирање на децентрализираното образование во Македонија: Преглед на националниот систем на распределба*, Центар за интердисциплинарно моделирање ICM, Варшавски универзитет
4. Hristova S. (2013), *Local Economic Development in the Era of Globalization: The Case of Macedonia*, University American College Skopje
5. Министерство за финансии, (2012), *Македонија со значителен напредок во фискалната децентрализација*, МИА, Скопје
6. Mitreva E., Taskov N., Stojanov B., (2014). Local government management in the Republic of Macedonia, *International Journal of Economics, Commerce and*

- Management*, United Kingdom, vol.II, issue 3
7. Miftari F., Tripunoski M., Topaloska M., (2012), *The Impact of Local Government in Local Development with Particular Emphasis on the Republic of Macedonia*, Faculty of Economics, University of Banja Luka, BiH, 2nd REDETE Conference
 8. Novovic T., (2011), *United Nations Development Programmer*, FYR Macedonia Local Governance and Decentralization Project Assessment
 9. Open Society Foundation – Macedonia, (2012), *The Local and Regional Development in RM: Neither Local Not Regional – Following the Decentralization Process of the Local Economic Development in RM*, Report 2011, Skopje
 10. Општина Охрид, *Буџет на општина Охрид*, (Биланс на состојба 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013)
 11. Општина Охрид - Сектор за туризам и Државниот завод за статистика на Република Македонија *Статистички извештај за туристичка трговија 2008, 2009 2010, 2011, 2012, 2013*
 12. Stojkov G. (2007), *Improving Implementation of the Local Economic Development Strategic Plans in Macedonia, Turning Local Economic Development Strategies into Reality in Transition Countries*, Local Government and Public Service Reform Initiative Open Society Institute, Budapest
 13. UNDP Policy Paper, (2002), *“How to Make Local Development Work”* Selected Practices from Europe and the CIS, Bratislava
 14. Закон за локална самоуправа, *Службен весник на РМ*, бр. 5 од 29/01/2002

LOCAL ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF MACEDONIA – CENTRAL OBLIGATION DUE TO THE PROCESS OF FISCAL DECENTRALIZATION: A REALITY OR JUST A DELEGATED AUTHORITY?

Marijana Cvetanoska, MSc

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
Marijana.Cvetanoska@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

Over the last decades, a worldwide interest in the process of fiscal decentralization has been observed. Many developing countries have taken steps to fiscal decentralization as a way of avoiding inefficient and ineffective government, macroeconomic instability, and inadequate economic growth.

Macedonia has been successfully implementing the process of decentralization for several years. In addition to the transfer of political power to the local level, it included the transfer of competencies in the areas of local economic development (LED), education, urban planning, public works, social welfare, culture, and other areas.

In this paper, the focus is on the local economic development as a central responsibility covered by the process of decentralization, as well as the problems and challenges that local governments are facing. Nowadays, local economic development policies have become key drivers of employment growth and competitiveness at the local level, as well as a way of stimulating the economic growth and development of the local economy. The level of fiscal decentralization, support from the central government, and capital investments are taken into the process of research in order to make an analysis of the implementation of the local economic development as a local government obligation, which was delegated in the process of decentralization. The paper also includes a study of the Municipality of Ohrid as a major tourist center in the Republic of Macedonia, showing the effects of the budgetary policy on tourism as a main promoter of the local economic development.

Key words: *fiscal decentralization, local economic development, local government*

КОРИСТЕЊЕ НА АЛАТКАТА МАПА НА УМОТ ВО НАСТАВАТА И ВО УЧЕЊЕТО

доц. д-р Виолета Цветкоска
Универзитет „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
vcvetkoska@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Доколку материјалот по одреден предмет се учи површно, напамет, размислувањето се гуши и тој се заборава. Материјалот треба да се учи со разбирање за да може да се примени стекнатото знаење. На студентите на депарتمانот сметководство и ревизија на Економскиот факултет - Скопје при Универзитетот „Св. Кирил и Методиј“ во Скопје, кои го слушаа предметот математички методи во учебната 2014/2015 година им беа дистрибуирани два прашалника. Првиот прашалник имаше за цел да се добијат информации за тоа дали тие фаќаат и прават белешки и за стилот и за средствата кои притоа ги користат. Вториот прашалник имаше за цел од нив да се идентификуваат користите од примената на алатката мапа на умот во наставата и во учењето на материјалот по предметот математички методи, како и нејзините ограничувања. Првиот прашалник покажа дека сите испитаници фаќаат белешки кога се присутни на предавањата на факултетот, 94% од испитаниците фаќаат белешки кога го читаат материјалот за колоквиум, односно за испит и сите испитаници прават белешки. За фаќање и за правење белешки користат реченичен стил или, пак, стил на нумеричка или абеџедна скица, а како средства користат: букви, зборови, броеви и бои. Врз основа на одговорите од вториот прашалник, идентификувани се 11 користи од примената на мапата на умот во наставата, а најчесто се наведени: подобро паметење, прегледност, служи како водич за учење, интересен начин за повторување на главата и подобро разбирање на материјалот од секоја глава. Од примената на оваа алатка за учење на материјалот по предметот математички методи, се идентификуваа 12 користи, а како најчести се наведени: полесно се совладува материјалот, сумирани се

најважните работи на прегледен начин, материјалот се учи со разбирање и учењето е поинтересно. Покрај користите, идентификувани се и 3 ограничувања на мапата на умот. Алатката мапа на умот сакаат да ја користат и на другите предмети 91% од испитаниците.

Клучни зборови: учење, фаќање белешки, правење белешки, мапирање на умот, мапа на умот

1. Вовед

Највредниот ресурс на секоја организација е интелектот на вработените (нивната моќ и способност за сфаќање, разбирање и спознавање). Секој кој е дел од наставниот кадар во образовните институции е одговорен за развој на интелектот на учениците и на студентите. Питер Ф. Дракер, познат како гуру за менаџмент, има истакнато: „Ние сега го прифаќаме фактот дека учењето е доживотен процес на држење чекор со промените. А најнеодложната задача е да се научат луѓето како да учат.“

За да можат студентите да учат со разбирање (не напамет) и да се поттикне нивното размислување и креативност кај мене се јави мотив на часовите по предметот математички методи да го применим мапирањето на умот (*eng. Mind Mapping*) и алатката мапа на умот (*eng. Mind Map*).

Мапирањето на умот и мапата на умот се развиени од експертот за мозок - Тони Бузан. Според Бузан (2010, стр. 37), деловите кои го сочинуваат нашето тело се создадени заедно да работат и со тоа секој дел илјада пати ја подобрува работата на другиот дел. Тоа важи и за човечкиот мозок. Кога истовремено се користат двете кортикални страни, се максимизира потенцијалот на мозокот (*Mind Mapping, n.d., p.29*). Левата страна (хемисфера), главно, е одговорна за следниве способности: зборови, броеви, логика, низи, линеарност, анализа и листи, а десната хемисферера за: ритам, тродимензионалност, имагинација, боја, ориентација и гешталт.

Мапирањето на умот прво е развиено како техника за фаќање белешки кои ќе бидат кратки, но претставени на начин кој ќе биде интересен за окото (*Brinkmann 2003b, p. 36*). Тоа ги користи и левата и десната хемисфера, овозможува заедно да работат, а со тоа се зголемува продуктивноста и се задржува меморијата (*Brinkmann 2003a, p. 96*).

Мапата на умот претставува визуелен дијаграм во кој информациите се структурираат на начин кој точно отсликува како функционира нашиот мозок (Mind Mapping, n.d.). Мозокот функционира на радијален начин и според Anokhin (1973) тој сака да работи врз основа на асоцијации и ја поврзува секоја идеја со десетици, стотици, па и со илјадници други идеи и концепти. Мапата на умот се разгранува од главната слика која јасно треба да ја прикаже темата што се истражува. Кога од главната слика ќе произлезе гранка, на неа се пишува клучен збор (или се црта слика) кој во себе содржи многу асоцијации кои можат да се разгранат од тој збор. Чекорите за правење на мапа на умот се објаснети во дел 2. Мапата на умот користи клучни зборови (наместо фрази и долги реченици), линии, бои, симболи и слики. Оваа алатка ја користат милиони луѓе во светот за лични цели, во рамките на семејството, во образованието и во бизнисот. Корисниците на мапата на умот ја опишуваат неа како (Buzan i Buzan, 2005, str. 49-50): „средство кое ви помага да се грижите за себе; вистинска алатка за ментален тренинг; огледало на умот; мој ментален вулкан; средство за изразување на интелигенција; најсеопфатна техника за креативно размислување; начин на кој конечно можам да уживам додека го употребувам својот мозок; за ерата на информации и освојување на вселената, тоа што линеарното пишување на белешки беше за индустриската ера.“

Во фокусот на овој труд е користењето на мапата на умот во наставата и во учењето.

Мапата на умот е погодна алатка за наставникот кој може да ја користи за да направи годишен план на предавањата, план по семестри, план за предавањето во денот (кога почнува и кога завршува, во која просторија ќе се одвива, насловот на предавањето итн.), покрај тоа, во текот на предавањето тој може на табла да црта мапа на умот за темата која ја предава, со што предавањето станува поинтересно и за него и за студентите, вниманието на студентите се задржува и полесно можат да го разберат и запаметат тоа што се предава, а исто така, наставникот може да ја користи мапата на умот и за да го провери знаењето на студентите преку повторување на секоја тема на час со цртање на сумарна мапа на умот, но и со нејзино вклучување во испитот (да нацртаат сумарна мапа на умот за една од понудените теми) (Buzan i Buzan, 2005). Оваа алатка го олеснува и процесот на учење, затоа што преку неа студентите полесно можат да го организираат материјалот кој го презентира наставникот и да го прикажат на начин кој лесно се

памети. Преку цртање на сумарна мапа на умот за секоја предадена тема тие добиваат слика за темата која полесно се памети и кога се повторува темата на час нивната самоверба да одговорат на поставените прашања е поголема, а со тоа што учат континуирано тие можат да остварат подобри резултати.

Во овој труд, истражувањето е спроведено преку два анкетни прашалници.

Првиот прашалник беше изработен за да се добијат информации дали студентите фаќаат белешки (на час и кога го читаат материјалот од книга/скрипта), дали прават белешки, каков стил користат и кои средства ги користат за фаќање и за правење белешки и дали имаат слушнато за концептот мапирање на умот и за алатката мапа на умот.

На воведното предавање по предметот математички методи во учебната 2014/2015 година на студентите им беше објаснето дека за повторување на материјалот од секоја глава ќе се користи алатката мапа на умот и дека секој од нив како домашна задача треба да направи своја мапа на умот. Студентите беа воведени во мапирањето на умот и им беше објаснето и презентирано како може да се направи мапа на умот. За да се „скенираат“ нивните перцепции од користењето на оваа алатка во наставата и во учењето на материјалот по предметот математички методи, беше изработен вториот анкетен прашалник.

Покрај перцепциите од студентите, во трудот се дадени и перцепциите на наставникот од користењето на алатката мапа на умот, за заинтересираноста на студентите да присуствуваат на предавањата, за интерактивност на часот, за тоа дали студентите ја учат предметната материја со разбирање и дали е поттикната нивната креативност.

Трудот е структуриран во шест дела. Покрај воведот кој е презентиран во првиот дел, во вториот дел се објаснети чекорите за правење на мапа на умот. Во третиот дел е даден краток преглед на литература за примената на мапирањето на умот и на алатката мапа на умот во математичкото образование. Во четвртиот дел е објаснета техниката на истражување. Во петтиот дел се прикажани и интерпретирани резултатите од истражувањето, а во шестиот дел е даден заклучокот.

2. Чекори за правење на мапа на умот

Кога се прави мапа на умот, треба да се следат следниве чекори (How to mind map, n.d., Бузан, 2010, стр. 56-58):

1. Во центарот на бел лист кој е поставен во формат на пејсаж се црта слика која јасно ја прикажува темата на мапата на умот. Листот треба да биде поставен во формат на пејсаж, затоа што тогаш мозокот има слобода да се разграни радијално во сите насоки. Сликата во себе содржи голем број на информации (позната е поговорката „Една слика вреди илјада зборови“), таа го задржува вниманието, предизвикува асоцијации, а воедно со неа може да се надмине секоја јазична бариера.
2. Од сликата нацртана во чекор 1 произлегуваат главни гранки кои ги претставуваат клучните теми, а секоја од нив може подетално да се истражува со додавање на подгранки. Главните гранки се поврзуваат со главната слика, гранките од второ ниво се поврзуваат со тие од прво ниво, гранките од трето ниво се поврзуваат со тие од второ ниво, итн. Најсложениот орган на универзумот – човечкиот мозок сака заедно да поврзува две, три, четири и повеќе работи. Тој работи по пат на асоцијации и, доколку гранките на белиот лист се поврзани, ќе се поврзат и идеите во нашата глава, а од нив пак ќе произлезат нови мисли. Бидејќи правата линија е здодевна за мозокот, гранките се поврзуваат со крива линија. Главните гранки се подебели од подгранките кои произлегуваат од нив. Бидејќи боите го задржуваат погледот и вниманието, тие можат да се користат и за поврзување на гранките.
3. Кога на мапата на умот се додава гранка, на неа треба да се напише клучен збор. Особено важен принцип кога се прави мапа на умот е да се користи по еден збор на една гранка. Ова може да изгледа како ограничување на размислувањето и на асоцијациите, меѓутоа, користењето на еден клучен збор на една гранка го отклучува размислувањето и полесно се доаѓа со нови идеи. Од една идеја можат да се создадат многу нови идеи со додавање на нови гранки.
4. Кога се прави мапа на умот, треба да се користат бои, затоа што тие го стимулираат креативното размислување, ги стимулираат визуелните центри на мозокот, го задржуваат погледот и ја подобруваат меморијата.
5. Секаде, каде што е можно, треба да се користат слики наместо

зборови, затоа што сликата се памети многу полесно. Пред да научат јазик, во своите умови децата визуелизираат слики кои се поврзани со концепти (Margulies, 1991). Ако тие користат една боја, пишуваат на листови кои имаат линии, нивната креативност се намалува. Сликите овозможуваат да се развива креативноста.

3. Краток преглед на литературата

„Математиката често се претставува како силно дрво со своите корени, стебло, гранки и гранчиња, означени во согласност со одредени поддисциплини. Тоа е дрво кое расте низ времето.“ (Davis and Hersh, 1981, p.18).

Brinkmann (2003a, p. 97) укажува дека е слична структурата на мапата на умот и на математиката. Авторката во трудот го објаснува мапирањето на умот, ги дискутира неговите апликации во математичкото образование и укажува на неговите предности и ограничувања. Според Brinkmann (2003a, pp. 98-99) мапите на умот можат да се применат во математичкото образование за да помогнат информациите да се организираат, за да служат како помош на меморијата, за да помогнат во повторување на темата, за да помогнат да се поврзат нови концепти со претходно научени концепти, за да се воведат нови концепти на часовите, за да станат видливи когнитивните структури на студентите, за да ја поттикнат креативноста, за да покажат врски меѓу концептите што се математички и оние кои што не се. *„На моите часови сфатив дека мапирањето на умот е техника која што лесно може да се научи и дека студентите ја гледаат како добредојдена промена на часовите по математика“* (Brinkmann, 2003a, p. 100).

Brinkmann (2003b) ги презентира мапирањето на умот и концептот мапирање, како педагошки алатки, погодни во математичкото образование. Во трудот се дадени и нивните можни примени, а дискутирани се и нивните предности и ограничувања.

Во трудот на Entrekin (1992), мапирањето на умот се користи на часовите по математика како сумарна задача за материјалот кој претходно е презентираан од страна на наставникот. Наставникот ги поставува прашањата, студентите даваат одговори и мапата се зголемува како што одговорите се додаваат на неа. Тоа овозможува поголема интерактивност на студентите, а помала вклученост на предметниот наставник.

Како и во трудот на Entrekin (1992), авторот на овој труд користи сумарна мапа на умот за да се повтори материјалот од секоја глава. Наставникот го пишува насловот на главата на средината од таблата, ги црта главните гранки и поставува прашања, а со додавање на одговорите од студентите мапата се развива. Една од главните гранки на секоја мапа се однесува на успешна приказна од реални компании во светот коишто ги имаат применето моделите и методите кои се дел од главата. Исто така, секој студент има за домашна задача да изработи своја мапа на умот.

4. Техника на истражување

Истражувањето е спроведено преку два анкетни прашалници, чиј опис е даден во продолжение.

Првиот анкетен прашалник се состои од 19 прашања и овозможува:

- Да се добијат асоцијации за фаќање белешки (од секој испитаник се бара да наведе по 5 асоцијации);
- Да се утврди дали испитаниците фаќаат белешки кога се присутни на предавањата на факултет;
- Да се утврди дали испитаниците фаќаат белешки кога го читаат материјалот од книга/скрипта за колоквиум, односно за испит;
- Да се утврди дали испитаниците прават белешки;
- Да се утврди стилот којшто го користат испитаниците за фаќање и за правење белешки;
- Да се утврди какви средства користат испитаниците за фаќање и за правење белешки;
- Да се утврди дали според испитаниците фаќањето на што повеќе белешки на час и кога го читаат материјалот од книга/скрипта значи постигнување на подобри резултати на колоквиум, односно испит;
- Да се утврди дали испитаниците имаат слушнато за концептот мапирање на умот (ако одговорот е потврден, од нив се бара да наведат каде имаат слушнато за овој концепт);
- Да се утврди дали испитаниците имаат слушнато за алатката мапа на умот (ако одговорот е потврден, од нив се бара да наведат каде имаат слушнато за оваа алатка); и
- Да се утврди дали испитаниците ја имаат користено алатката мапа

на умот на некој од предметите кои досега ги слушале на факултетот (ако одговорот е поврден, од нив се бара да наведат на кој предмет/предмети).

Вториот анкетен прашалник се состои од 8 прашања и овозможува:

- Да се утврди дали испитаниците го сметаат за правилно воведувањето на алатката мапа на умот во наставата по предметот математички методи;
- Да се утврдат користите од примената на алатката мапа на умот во наставата и во учењето на материјалот;
- Да се утврди дали според испитаниците алатката мапа на умот има ограничувања (ако одговорот е потврдн, да ги наведат ограничувањата);
- Да се утврди дали домашната задача - цртање на сумарна мапа на умот за одредена глава им помага на испитаниците кога го учат материјалот од таа глава;
- Дали испитаниците поддржуваат алатката мапа на умот да се користи во наставата кога ќе се повторува материјалот од секоја глава која ќе биде дел од вториот колоквиум; и
- Дали испитаниците сакаат да ја користат мапата на умот и на другите предмети.

Првиот и вториот анкетен прашалник се дадени во Прилог бр. 1 и во Прилог бр. 2 респективно.

Примерокот се состои од студенти кои го слушаа предметот математички методи во летниот семестар на учебната 2014/2015 година. Првиот прашалник им беше поделен на присутните студенти на воведното предавање во февруари 2015 година, а вториот прашалник беше поделен помеѓу часовите на настава пред започнувањето на првата колоквиумска недела, во март 2015 година. Прашалниците беа пополнувани анонимно.

5. Резултати и анализа

5.1. Резултати од првиот анкетен прашалник и нивна анализа

Анкетниот прашалник беше поделен на 144 испитаници, а целосно пополнети беа 36 прашалници, т.е. 25% од испитаниците имаа одговорено

на секое прашање. Резултатите коишто се добиени од целосно пополнетите прашалници се анализирани во продолжение.

Од 36 испитаници, 33 се од женски, а 3 испитаници се од машки пол. Во просек, испитаниците се на возраст од 20 години (2 испитаника се на возраст од 19 години, 31 испитаник е на возраст од 20 години и 3 испитаници се на возраст од 21 година).

Испитаниците имаа наведено 41 асоцијација за фаќање белешки и тоа: потенцирање што треба да се знае/што е важно (31 пат), брзина (11 пати), кратки реченици и помош при учење (10 пати), набројувања (9 пати), неразбирливост/лош ракопис, пенкало и потсетник (по 8 пати), тетратка (7 пати), објаснувања (6 пати), паметење и полесно разбирање на главата (по 5 пати), информации, клучни зборови, концентрација, маркери, прегледност, предавања, скратување на време при учење и учење (по 4 пати), зборови (3 пати), извадоци од материјал, начин на учење, подобро учење, професори, решавање, слушање и стрелки (по 2 пати), бои, боички, дополнување на материјал, мапи, молив, напнатост, пенкало со повеќе бои, подобри резултати, помалку за учење, реченици, средно училиште, стикери и табела (се наведени по еднаш). Табеларен приказ на асоцијациите за фаќање белешки е даден во Прилог бр. 3.

Сите испитаници потврдија дека фаќаат белешки кога се присутни на предавањата на факултетот, со тоа што 21 испитаник користи реченичен стил на фаќање белешки, а 15 испитаници користат стил на нумеричка или на абecedна скица. За фаќање белешки, испитаниците ги користат следниве средства: букви, зборови, броеви, една боја (26 испитаници) и повеќе бои (10 испитаници).

Од 36 испитаници, 34 фаќаат белешки кога го читаат материјалот за колоквиумот, односно испитот. Стилот на фаќање белешки е ист како и кога фаќаат белешки кога се присутни на предавањата на факултет, а како средства користат: букви, зборови, броеви и бои.

Фаќањето на што повеќе белешки на час и кога се чита материјалот од книга/скрипта значи подобри резултати за 35 испитаници, а 1 испитаник не го поврзува фаќањето на што повеќе белешки со постигнување на подобри резултати.

Сите испитаници прават белешки, т.е. ги организираат сопствените мисли, со тоа што користат реченичен стил или стил на нумеричка или на абecedна скица, а како средства користат: букви, зборови, броеви и бои.

За концептот мапирање на умот имаат слушнато само 2 испитаника, а на прашањето каде за прв пат слушнале за овој концепт, едниот испитаник одговорил дека слушал во средно училиште, а другиот испитаник слушал на семинарот: „Презентациски и комуникациски вештини“.

Само 1 од испитаниците има слушнато за алатката мапа на умот, а на прашањето каде за прв пат слушал за оваа алатка, добиен е одговор на семинар.

На прашањето дали алатката мапа на умот ја имаат користено на некој од предметите на факултетот, сите испитаници имаат одговорено дека не ја користеле, а само еден испитаник има одговорено дека сам прави вакви мапи. Овој испитаник има направено мапи на умот по предметите: организациско однесување, статистика, сметководство на трошоци и финансиско сметководство.

5.2. Резултати од вториот анкетен прашалник и нивна анализа

Анкетниот прашалник беше поделен на 152 испитаници, а од нив 76, т.е. 50% од испитаниците го имаа пополнето прашалникот во целост. Во продолжение се анализирани добиените резултати од целосно пополнетите анкетни прашалници.

Воведувањето на алатката мапа на умот во наставата по предметот математички методи за правилно го сметаат 75 испитаници, а само 1 испитаник не го смета за правилно.

Користите од примената на алатката мапа на умот во наставата се дадени во Табела бр. 1. Од оваа табела може да се види дека се наведени следниве 11 користи: подобро паметење (68 пати), материјата од секоја глава е сумирана прегледно преку издвојување на најважните работи (43 пати), служи како водич за учење (25 пати), интересен начин за повторување на главата (22 пати), подобро разбирање на материјалот од секоја глава (20 пати), интересен пристап кон материјалот (12 пати), поголема заинтересираност на студентите (8 пати), поттикнува да размислуваме (7 пати), ја поттикнува креативноста (5 пати), задржува внимание и интерактивност на час (по 4 пати).

Табела бр.1. Користи од примена на алатката мапа на умот во наставата

	Користи од примена на алатката мапа на умот во наставата	Колку пати е наведена користа
1	Подобро паметење	68
2	Материјата од секоја глава е сумирана прегледно преку издвојување на најважните работи	43
3	Служи како водич за учење	25
4	Интересен начин за повторување на главата	22
5	Подобро разбирање на материјалот од секоја глава	20
6	Интересен пристап кон материјалот	12
7	Поголема заинтересираност на студентите	8
8	Поттикнува да размислуваме	7
9	Ја поттикнува креативноста	5
10	Задржува внимание	4
11	Интерактивност на час	4

Користите од примената на алатката мапа на умот за учење на материјалот се дадени во Табела бр. 2. Од оваа табела може да се види дека се наведени следниве 12 користи: полесно се совладува материјалот (62 пати), сумирани се најважните работи од секоја глава на прегледен начин (34 пати), материјалот се учи со разбирање, не напамет (24 пати), учењето е поинтересно (се добива слика за главата) и побрзо повторување на материјалот (по 18 пати), материјалот останува во сеќавање (15 пати), помага при потсетување (добар потсетник) (12 пати), остварување на подобри резултати (5 пати), поттикнува размислување (4 пати), ја поттикнува креативноста (2 пати), можност за сопствен белег и помош при решавање задачи (чекори од алгоритам можат да се претстават преку мапа на умот) (се појавуваат само еднаш).

Табела бр. 2. Користи од примена на алатката мапа на умот за учење на материјалот

	Користи од примена на алатката мапа на умот за учење на материјалот	Колку пати е наведена користа
1	Полесно се совладува материјалот	62
2	Сумирани се најважните работи од секоја глава на прегледен начин	34
3	Материјалот се учи со разбирање, не напамет	24
4	Учењето е поинтересно (се добива слика за главата)	18
5	Побрзо повторување на материјалот	18
6	Материјалот останува во сеќавање	15
7	Помага при потсетување (добар потсетник)	12
8	Остварување на подобри резултати	5
9	Поттикнува размислување	4
10	Ја поттикнува креативноста	2
11	Можност за сопствен белег	1
12	Помош при решавање задачи (чекори од алгоритам можат да се претстават преку мапа на умот)	1

Мапата на умот нема ограничувања според 71 испитаник, а 5 испитаници сметаат дека таа има ограничувања, со тоа што 3 испитаници како ограничување навеле дека некои работи не можат да се напишат со еден збор, 1 испитаник навел дека не можат да се запаметат строго дефинирани работи и 1 испитаник навел дека потешко се претставуваат односи меѓу гранки кои се оддалечени.

Домашната задача – да се нацрта сумарна мапа на умот за одредена глава, им помага во учењето на таа глава на 75 испитаници, а на 1 испитаник не му помага.

Алатката мапа на умот треба да се користи во наставата кога ќе се повторува секоја од главите коишто ќе бидат дел од вториот колоквиум според 75 испитаници, а според 1 испитаник оваа алатка не треба да се користи.

Мапата на умот сакаат да ја користат и на другите предмети 69 испитаници, додека, пак, 7 испитаници не сакаат.

6. Заклучок

Според резултатите од првиот анкетен прашалник, утврдено е дека сите испитаници фаќаат белешки кога се присутни на предавањата на факултет, 94% фаќаат белешки кога го читаат материјалот од книга/скрипта за колоквиум, односно за испит и секој испитаник ги организира сопствените мисли (прави белешки). Стилот кој го користат за фаќање и за правење белешки е реченичен или, пак, станува збор за стил на нумеричка или на абecedна скица, а притоа како средства користат: букви, зборови, броеви и бои. Само еден испитаник не го поврзува фаќањето на што повеќе белешки на час и кога се чита материјалот од книга или од скрипта со постигнување на подобри резултати на колоквиум, односно на испит.

Фаќањето и правењето на стандардни линеарни белешки, при што се користи реченичен стил, стил на нумеричка или на абecedна скица, стил на список или нивна комбинација, а како средства се користат: букви, зборови, броеви, низи, една боја, водат кон тоа да се заборава тоа што се учи. Зошто се случува тоа? Затоа што мозокот не функционира линеарно, туку радијално. Презентациите во кои се наведени дословно речениците од материјалот, во кои е содржан само текст, во кои се користи една боја, се монотони и се мисли само на тоа уште колку остана. Во ваков случај, мозокот се исклучува. За да може да се задржи вниманието на аудиториумот, потребно е да се применат методи и алатки кои ќе го овозможат тоа. За таа цел, студентите кои го слушаа предметот Математички методи во учебната 2014/2015 година ги воведов во мапирањето на умот и алатката мапа на умот кои овозможуваат да се учи со разбирање и да се поттикнат размислувањето и креативноста.

Како најмоќна алатка за креативно размислување се смета мапата на умот. Користите од примената на мапата на умот во наставата по предметот математички методи и во учењето на материјалот се идентификуваа од одговорите на испитаниците, дадени во вториот анкетен прашалник.

Според испитаниците, примената на мапата на умот во наставата овозможува: подобро паметење, материјата од секоја глава да се сумира

прегледно преку издвојување на најважните работи, водич за учење, интересен начин за повторување на главата, подобро разбирање на материјалот од секоја глава, интересен пристап кон материјалот, поголема заинтересираност на студентите, поттикнува размислување и креативност, задржување на внимание и интерактивност на час.

Врз основа на одговорите од испитаниците, идентификувани се следниве користи од примената на алатката мапа на умот за учење на материјалот: полесно се совладува материјалот, сумирани се најважните работи од секоја глава на прегледен начин, материјалот се учи со разбирање, не напамет, учењето е поинтересно (се добива слика за главата), побрзо повторување на материјалот, материјалот останува во сеќавање, помага при потсетување (добар потсетник), остварување на подобри резултати, поттикнува размислување, ја поттикнува креативноста, можност за сопствен белег и помош при решавање задачи (чекори од алгоритам можат да се претстават преку мапа на умот).

Покрај користите од примената на алатката мапа на умот во наставата и во учењето, 7% од испитаниците идентификуваа и ограничувања и тоа: некои работи не можат да се напишат со еден збор, не можат да се запаметат строго дефинирани работи и потешко се претставуваат односи меѓу гранки кои се оддалечени.

Мапата на умот користи по еден клучен збор на секоја гранка, со тоа што клучните зборови на главните гранки во себе содржат најмногу асоцијации и мапата може да се развива бесконечно, а со користење на стрелки можат да се поврзуваат информации кои се наоѓаат на различни гранки.

Само еден испитаник не го смета за правилно воведувањето на оваа алатка во наставата по предметот математички методи. Сумарната мапа на умот која ја прават студентите како домашна задача не му помага во учењето на главата на еден испитаник. Исто така, еден испитаник не поддржува таа да се користи во наставата кога ќе се повторува секоја од главите коишто ќе бидат дел од вториот колоквиум. 91% од испитаниците сакаат оваа алатка да ја користат и на другите предмети.

Според мене, користењето на сумарна мапа на умот во наставата за да се повтори материјалот од секоја глава, овозможи студентите да бидат присутни на часовите, затоа што за нив беше нов и интересен пристап кон материјалот, редовно го учеа материјалот и беа спремни да одговорат на

секое поставено прашање кога се црташе мапата на табла, имаа поголема самодоверба, домашната задача – да нацртаат мапа на умот за главите им овозможи да го зајакнат знаењето, а истовремено и ја поттикна нивната креативност (тие развија вештина за правење мапи на умот и следната сумарна мапа на умот беше подобра од претходната).

Врз основа на позитивното искуство од користењето на алатката мапа на умот во наставата и во учењето на материјалот со разбирање, предлагам оваа алатка да се користи во образовните институции.

Користена литература:

1. Anokhin P. K., (1973): “The forming of natural and artificial intelligence”, *Impact of Science in Society*, Vol. XXIII 3.
2. Brinkmann, A., (2003a): “Mind Mapping as a Tool in Mathematics Education”, *Mathematics Teacher*, Vol. 96, No. 2, pp. 96-101.
3. Brinkmann, A., (2003b): “Graphical Knowledge Display – Mind Mapping and Concept Mapping as Efficient Tools in Mathematics Education”, *Mathematics Education Review*, No. 16, pp. 35-48.
4. Buzan, T., Buzan, B., (2005): *Мапе ума*, FINESA, Beograd.
5. Davis, P. J., Hersch, R., (1981): *The Mathematical Experience*, Birkhauser, Boston.
6. Entrekin, V.S., (1992): “Mathematical Mind Mapping”, *Mathematics Teacher*, Vol. 85, No. 6, pp. 444-445.
7. *How to Mind Map*. Available from: <http://thinkbuzan.com/how-to-mind-map> [Accessed 20 June, 2015]
8. Margulies, S., (1991): *Mapping Inner Space: Learning and Teaching Mind Mapping*. Zephyr, Tucson, AZ.
9. Mind Mapping: Scientific Research and Studies, Available from: <http://b701d59276e9340c5b4d-ba88e5c92710a8d62fc2e3a3b5f53bbb.r7.cf2.rackcdn.com/docs/Mind%20Mapping%20Evidence%20Report.pdf> [Accessed 25 July, 2015].
10. Бузан, Т., (2010): *Мокта на креативната интелигенција: 10 начини како да нурнете во креативниот гениј во вас*, ИКОНА, Скопје.

Прилог бр. 1:

Анкетен прашалник за фаќање и за правење белешки, за концептот мапирање на умот и за алатката мапа на умот

1. Пол: (заокружи)

а) машки б) женски

2. Возраст: (напишете ја на празната линија) _____ години

3. Фаќањето белешки ве асоцира на: (напишете ги брзо првите пет асоцијации кои ви доаѓаат напамет кога ќе помислите на фаќањето белешки)

4. Дали фаќате белешки кога сте присутни на предавањата на факултет?
(заокружете го вашиот одговор)

а) да б) не

5. Каков стил користите за фаќање белешки кога сте присутни на предавањата на факултет?

6. Какви средства користите за фаќање белешки кога сте присутни на предавањата на факултет?

7. Дали фаќате белешки кога го читате материјалот од книга/скрипта за колоквиум, односно за испит? (заокружете го вашиот одговор)

а) да б) не

8. Каков стил користите за фаќање белешки кога го читате материјалот од книга/скрипта за колоквиум, односно за испит?

9. Какви средства користите за фаќање белешки кога го читате материјалот од книга/скрипта за колоквиум, односно за испит?

10. Дали за вас фаќањето на што повеќе белешки на час и кога го читате материјалот од книга/скрипта значи постигнување на подобри резултати на колоквиум, односно на испит? (заокружете го вашиот одговор)

а) да б) не

11. Дали правите белешки? (заокружете го вашиот одговор)

а) да б) не

12. Каков стил користите за правење белешки?

13. Какви средства користите за правење белешки?

14. Дали сте слушнале за концептот мапирање на умот? (заокружете го вашиот одговор)
- а) да б) не
15. Каде за прв пат сте слушнале за концептот мапирање на умот?
16. Дали сте слушнале за алатката мапа на умот? (заокружете го вашиот одговор)
- а) да б) не
17. Каде за прв пат сте слушнале за алатката мапа на умот?
18. Дали алатката мапа на умот сте ја користеле досега на некој од предметите на факултетот?
- а) да б) не
19. Ако одговорот на претходното прашање е потврден, наведете го предметот/ предметите:

Прилог бр. 2:

Анкетен прашалник за алатката мапа на умот, користена во наставата и во учењето на материјалот по предметот математички методи

1. Дали воведувањето на алатката мапа на умот во наставата по предметот математички методи го сметате за правилно? (заокружете го вашиот одговор)

а) да б) не

2. Наведете ги користите од применета на алатката мапа на умот во наставата:
3. Наведете ги користите од примената на алатката мапа на умот за учење на материјалот:
4. Дали сметате дека алатката мапа на умот има некои ограничувања?

а) да б) не

5. Ако вашиот одговор на претходното прашање е потврден, наведете ги ограничувањата:
6. Дали домашната задача - цртање на сумарна мапа на умот за одредена

- глава ви помага во учење на таа глава?
 а) да б) не
7. Дали поддржувате алатката мапа на умот да се користи во наставата кога ќе се повторува секоја од главите коишто ќе бидат дел од вториот колоквиум?
 а) да б) не
8. Дали сакате алатката мапа на умот да ја користите и на другите предмети?
 а) да б) не

Прилог бр. 3:

Асоцијации за фаќање белешки

	Наведени асоцијации за фаќање белешки	Колку пати е наведена асоцијацијата
1	Потенцирање што треба да се знае/ што е важно	31
2	Брзина	11
3	Кратки реченици	10
4	Помош при учење	10
5	Набројувања	9
6	Неразбирливост/лош ракопис	8
7	Пенкало	8
8	Потсетник	8
9	Тетратка	7
10	Објаснувања	6
11	Паметење	5
12	Полесно разбирање на главата	5
13	Информации	4
14	Клучни зборови	4
15	Концентрација	4
16	Маркери	4
17	Прегледност	4
18	Предавања	4
19	Скратување на времето при учење	4

20	Учење	4
21	Зборови	3
22	Извадоци од материјалот	2
23	Начин на учење	2
24	Подобро учење	2
25	Професори	2
26	Решавање	2
27	Слушање	2
28	Стрелки	2
29	Бои	1
30	Боички	1
31	Дополнување на материјалот	1
32	Мапи	1
33	Молив	1
34	Напнатост	1
35	Пенкало со повеќе бои	1
36	Подобри резултати	1
37	Помалку за учење	1
38	Реченици	1
39	Средно училиште	1
40	Стикери	1
41	Табела	1
Вкупно		180

USING THE MIND MAP TOOL IN TEACHING AND LEARNING

Violeta Cvetkoska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje
Faculty of Economics – Skopje, R.Macedonia
vcvetkoska@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

If the material for a particular course is learned superficially, by rote, the thinking process is being stifled and the material will be forgotten. The material should be learned with understanding, in order for the knowledge gained to be applied thenceforth. Two questionnaires were distributed to the students of the Department of Accounting and Auditing at the Faculty of Economics - Skopje, "Ss. Cyril and Methodius" University in Skopje, who attended lectures in Mathematical Methods in the academic year 2014/2015. The first questionnaire was designed to obtain information on whether they take and make notes, what they use for that purpose, and the style they use. The second one was designed to identify the benefits of the application of a tool (mind map) in the teaching and learning of the material for the course Mathematical Methods, as well as the limitations of this tool. The first questionnaire demonstrated that all of the respondents take notes when they attend the lectures at the Faculty, 94% of them take notes when reading the material for a mid-term or final exam, and all of them make notes. For note-taking and note-making, they use a sentential style or a numerical or alphabetical sketch style, using letters, words, numbers and colors. Based on the responses from the second questionnaire, 11 benefits of the application of a mind map in teaching were identified, with the ones that were most frequently referred to being: better memory, clarity, a guide for learning, an interesting way of repeating the chapter, and a better understanding of the material of each chapter. Regarding the application of the tool for learning the material of the course Mathematical Methods, 12 benefits have been identified, and the ones most frequently referred to are: fast acquisition of the material, the most important things are summarized in a clear way, the material is learned with understanding, and learning is far more interesting. Aside from the benefits, 3 limitations of the mind map tool were also identified. In addition, it was determined that 91% of the respondents want to use the mind map tool in other courses as well.

Key words: learning, note-taking, note-making, mind mapping, mind map.

УДК: 658.8: 004.738.2]: 334.72.012.63/.65: 303.62 (497.7)

КОРИСТЕЊЕ НА ЕЛЕКТРОНСКИТЕ МАРКЕТИНГ-КАНАЛИ ВО ДЕЛОВНОТО РАБОТЕЊЕ: АНАЛИЗА НА МОТИВИТЕ ЗА КОРИСТЕЊЕ ОД ПЕРСПЕКТИВА НА МИКРО, МАЛИТЕ И СРЕДНИТЕ ПРЕТПРИЈАТИЈА

проф. д-р Анита Циунова-Шулеска
Универзитет „Св.Кирил и Методиј“ во Скопје
Економски факултет – Скопје, Р.Македонија
anita@eccf.ukim.edu.mk

Апстракт

Целта на овој труд е да се анализира користењето на електронските маркетинг-каналы во деловното работење од страна на микро, малите и средните претпријатија како движечка сила на економијата во Македонија во поглед на примарниот мотив за нивно користење. На примерок од 149 испитаници, беше применет АНОВА тестот, со цел да се открие дали постојат статистички значајни разлики во перцепциите за користењето на електронските маркетинг-каналы помеѓу испитаниците на различна позиција во претпријатието (генерални менаџери, сопственици, менаџери и вработени на други позиции), помеѓу микро, малите и средните претпријатија, помеѓу испитаниците вработени во субјекти кои имаат и кои немаат веб сајт, помеѓу испитаниците кои работат во претпријатија каде доминираат вработени со високо, односно со средно образование, како и помеѓу испитаниците вработени во претпријатија кои работат во различни дејности. Направената анализа покажа дека постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-каналы за комуникација со постојните и идните купувачи/корисници, како и за промовирање на бренд-имџот помеѓу сопствениците на претпријатијата, генералните (извршни/неизвршни) менаџери, другите менаџери и другите вработени во претпријатијата во Македонија. Исто така, АНОВА тестот покажа дека постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-каналы за прибирање важни податоци и информации од пазарот помеѓу микро, малите и

средните претпријатија, како и во користењето на електронските маркетинг-каналн за претставување на понудите на купувачите помеѓу претпријатијата од различни дејности во Македонија.

Клучни зборовн: *електронски маркетинг-каналн, микро, мали и средни претпријатија, дејност, позиција во претпријатието, веб сајт*

Вовед

Малите и средни претпријатија се движечка сила на развојот на економијата на национално и на глобално ниво, која се карактеризира со голема конкуренција и континуирани промени на пазарот. Всушност, малите и средни претпријатија придонесуваат многу повеќе во креирањето на можности за стекнување приход и богатство отколку мултинационалните и големите компании (OECD, 2004; European Commission, 2013). Придонесот на малите и средни претпријатија особено е видлив во доменот на претприемништвото, иновациите, креирањето нови работни места, плаќањето даноци и такси (OECD, 2004; Storey, 1994).

Основните карактеристики на малите и средни претпријатија се лимитираните финансиски ресурси, лимитираното знаење, лимитираните маркетинг-активности и малото поединечно влијание на пазарот. Од друга страна, нивната главна предност е брзината и флексибилноста во прилагодувањето на промените на пазарот (Matejun, 2014), па следствено и во користењето на електронските маркетинг-каналн, можноста за креирање блиски врски со купувачите многу подобро и поефективно отколку големите компании (Zontanos and Anderson (2004) и креирање страст и посветеност кај вработените за опстанок и развој на претпријатието на пазарот (Krake, 2005).

Развојот на интернетот како трошковно ефективен канал на комуникација и дистрибуција нуди многу можности за малите и средни претпријатија. Големото користење на интернетот од страна на деловните претпријатија се должи, главно, на два фактора: 1) компатибилноста на интернетот со кој било информациона систем што резултира во ниски трошоци за воведување и користење и елиминирање на трошоците за промена и 2) големи можности за интеракција и комуникација што значи и можност

интернетот да се користи и како канал за информирање и како маркетинг-канал во исто време, овозможувајќи подобри интерорганизациони врски и можности за соработка (Avlonitis and Karayanni, 2000). Но и покрај широката распространетост на интернетот и неговото користење во деловното работење, сепак, примената на интернетот кај малите и средните претпријатија варира имајќи предвид дека некои мали и средни претпријатија целосно ги искористуваат можностите, додека други комплетно ги игнорираат и занемаруваат (Sadowski et al., 2002). И покрај обидите за систематско истражување на користењето на интернетот во деловното работење, сепак, истражувањата и објавените трудови за користењето на интернетот за маркетинг-цели се малубројни, а темата е недоволно истражена.

Поради интерактивната природа, интернетот може да се користи од страна на деловните субјекти во сите фази на циклусот на продажба – претпродажба, продажба, заклучување на продажбата и постпродажба (Whiteley, 2000). Според Harridge-March (2004) онлајн маркетингот е комплементарен со традиционалните дистрибутивни активности. Доколку на онлајн маркетингот се гледа како на интегрален дел од вкупната дистрибутивна мрежа, тој креира додадена вредност за компанијата.

Главните истражувачки прашања на овој труд се следниве: 1) дали постојат статистички значајни разлики во перцепциите за користењето на електронските маркетинг-каналн помеѓу луѓето на различна позиција во претпријатието, 2) дали постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-каналн помеѓу микро, малите и средните претпријатија, 3) дали постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-каналн помеѓу деловните субјекти кои имаат и кои немаат веб сајт, 4) дали постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-каналн помеѓу претпријатијата со различна образовна структура на вработените и 5) дали постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-каналн помеѓу деловните субјекти кои работат во различни дејности.

Трудот е организиран на следниов начин. Најпрво е направена анализа на теоретските сознанија за користењето на електронските маркетинг-каналн и се формулирани истражувачките хипотези. Понатаму се елаборирани методите, користени за прибирање на податоците, карактеристиките на примерокот и аналитичките процедури. Потоа се претставени резултатите од

истражувањето заедно со заклучоците. Ограничувањата на истражувањето и предлозите за понатамошни истражувања се презентирани на крајот од овој труд.

Преглед на литературата

Во Република Македонија малите и средни компании учествуваат со близу 100% во вкупниот број на активни компании кои работат во земјата (Државен завод за статистика на Р.Македонија, 2012). Според Државниот завод за статистика на Р.Македонија (2014) 93,1% од деловните субјекти со повеќе од 10 вработени во Македонија имаат интернет-конекција, 53,2% имаат своја веб страница или почетна станица, 13,6% електронски споделиле информации со добавувачите и купувачите за управување со синцирот на набавка, а само 9,7% имале е-трговија (е-продажба или е-набавки). Гледано по дејности, најмногу деловни субјекти кои имаат своја веб страница работат во дејноста информации и комуникации (90%), додека само 42,4% од деловните субјекти кои работат во дејноста транспорт и складирање и 47,8% во дејноста сместување и сервисни дејности за храна имаат своја веб страница. Само 9% од деловните субјекти кои работат во дејноста градежништво електронски споделиле информации со добавувачите и купувачите за управување со синцирот на набавка, а 3,5% од нив, односно 4,8% од деловните субјекти во дејноста транспорт и складирање имаат е-трговија (е-продажба и е-набавка), наспроти 30,8% од деловните субјекти кои работат во дејноста информации и комуникации и 14,6% од деловните субјекти во дејноста сместување и сервисни дејности за храна. Е-продажбата е застапена кај 1,9% од деловните субјекти кои работат во градежништво, односно 4,3% кај деловните субјекти во дејноста транспорт и складирање, наспроти 19% од деловните субјекти од дејноста информации и комуникации и 14,2% од деловните субјекти во дејноста сместување и сервисни дејности за храна.

Интернетот нуди бројни можности за деловните субјекти на пазарот. Преку користење на интернетот претпријатијата можат да комуницираат со купувачите и со деловните партнери насекаде во светот без физичко присуство и без традиционално рекламирање (Karakaya and Karakaya, 1998; Tiesen et al., 2001), може да се спроведува маркетинг-истражување

(Dutta and Ervard, 1999; Palmer, 2000), прибирање информации (Walczuch et al., 2000), е-маркетинг и електронско плаќање (Palmer, 2000) итн.

Според Poon and Swatman (1997) малите бизниси во интернетот гледаат можност за присуство на глобалниот пазар пред да влезат во сериозни деловни односи со субјектите во странство, при што неприсуството на интернет претставува сериозна слабост во однос на конкуренцијата. Но, малите бизниси не гледаат корист од интернетот на краток рок. Од друга страна, истражувањата на Kleindl (2000) покажуваат дека интернетот носи бројни предизвици за малите бизниси, затоа што големите компании истотака го прифаќаат интернетот и го користат посебно за опслужување на малите пазарни сегменти кои дотогаш не биле интересни за нив, а на кои малите бизниси традиционално имале предност пред големите.

Според Sadowski et al., (2002) и Santarelli and D'Altri (2003), менаџерите на малите и на средните претпријатија ја наведуваат можноста за комуникација со купувачите како главна корист од присуството на интернет. Според Kula and Taoglu (2003) малите и средни претпријатија се најмногу заинтересирани за користење на интернетот за комуникациски цели, односно за екстерна комуникација и прибирање информации за развој на производи, но и за деловните бизнис-бизнис односи и бизнис-купувач односи. Оттука произлегоа следниве хипотези:

X1: Постои статистички значајна разлика во користењето на електронските маркетинг-каналн (за комуникација, градење бренд-имиц, за презентирање понуда, за прибирање информации и за понуда на решение за проблемите на клиентите/купувачите) помеѓу испитаниците кои се наоѓаат на различна позиција во деловниот субјект.

X2: Постои статистички значајна разлика во користењето на електронските маркетинг-каналн (за комуникација, градење бренд-имиц, за презентирање понуда, за прибирање информации и за понуда на решение за проблемите на клиентите/купувачите) помеѓу микро, малите и средни претпријатија.

Имајќи ги предвид податоците за големите разлики во бројот на претпријатија кои имаат веб сајт и оние кои немаат, а кои работат во различни дејности во Македонија, се формулираа хипотезата X3 и хипотезата X4.

X3: Постои статистички значајна разлика во користењето на електронските маркетинг-каналн (за комуникација, градење бренд-имиц, за презентирање понуда, за прибирање информации и за понуда на решение за

проблемите на клиентите/купувачите) помеѓу деловните субјекти кои имаат веб сајт и деловните субјекти кои немаат веб сајт.

Имено, Kula and Taoglu (2003) откриле дека не постојат статистички значајни разлики во користењето на интернетот помеѓу деловните субјекти кои работат во различни дејности, односно дека интензитетот на дејноста не влијае врз користењето на интернетот. Од друга страна, имајќи предвид дека деловните субјекти кои работат во различни дејности и со различен број вработени даваат различни приоритети во поглед на стратегиските ориентации кои ќе ги применуваат во своето работење (Kumar, 2012; Manimala et al., 2009) претпоставката е дека:

X4: Постои статистички значајна разлика во користењето на електронските маркетинг-каналн (за комуникација, градење бренд-имиц, за презентирање понуда, за прибирање информации и за понуда на решение за проблемите на клиентите/купувачите) помеѓу претпријатијата кои работат во различни дејности.

Интернетот има важна улога во промовирањето и во градењето односи со купувачите и со другите соработници на компанијата (Ansari and Mela, 2003; Hoque and Lohse, 1999), но со оглед на значајните разлики во знаењето кое го поседуваат компаниите во зависност од нивната големина, како и имајќи предвид дека на менаџментот на малите бизниси му недостигаат вработени со знаење и вештини од маркетингот (Ang, 2001), претпоставката е дека постојат статистички значајни разлики помеѓу претпријатијата со различна образовна структура на вработените. Бидејќи користењето на електронските маркетинг-каналн за деловни цели бара претходно знаење за нивно користење, односно знаење кое е тесно поврзано со образованието, се формулира и хипотезата X5 која гласи:

X5. Постои статистички значајна разлика во користењето на електронските маркетинг каналн (за комуникација, градење бренд-имиц, за презентирање понуда, за прибирање информации и за понуда на решение за проблемите на клиентите/купувачите) помеѓу претпријатијата каде доминираат вработени со високо образование и претпријатија каде доминираат вработени со средно образование.

Методологија на истражување

Со цел да се тестираат претходно поставените хипотези, беше креиран прашалник кој се состои од два дела. Првиот дел опфаќа пет прашања, поврзани со демографските карактеристики на претпријатијата: позиција во претпријатието, број на вработени во претпријатието, дејност на претпријатието, поседување веб сајт и образование на вработените, додека вториот дел од прашалникот опфаќа пет прашања во врска со основните мотиви/цели за користење на електронските маркетинг-каналн во работењето на претпријатијата. Прашањата од втората група се однесуваат на: користењето на електронските маркетинг-каналн за комуникација со постојните и идните купувачи/корисници, користењето на електронските маркетинг-каналн за промовирање на бренд-имицот, користењето на електронските маркетинг-каналн за претставување на уникатните понуди на компанијата во однос на конкурентските понуди, користењето на електронските маркетинг-каналн за прибирање важни податоци и информации, како и на користењето на електронските маркетинг-каналн, со цел да се понудат решенија/предлози за задоволување на барањата (потребите) на купувачите/корисниците.

Вкупниот број на прашања во прашалникот изнесува 10 прашања, при што во истражувањето се користеше пригоден (конвенционален) примерок. Истражувањето беше направено преку електронска дистрибуција на прашалникот.

Од вкупно пополнетите 155 прашалници, 149 прашалници беа прашалници со валидни одговори, односно 6 прашалници поради непотполни одговори беа елиминирани од истражувањето. Стапката на одговор (добиеени комплетни одговори - 149, наспроти дистрибуиран и прашалници - 155) е 96.1%. Големината на примерокот е над препорачаното минимално ниво од најмалку пет пати повеќе опсервации од бројот на варијабли (прашања) во прашалникот (Hair et al., 2006).

Демографскиот профил на испитаниците е претставен во табелата бр.1.

Табела бр.1. Демографски карактеристики на примерокот

	Бројна испитаници	%
<i>Позиција во претпријатието</i>		
Сопственик	53	35,6
Генерален (извршен/неизвршен) менаџер	19	12,8
Менаџер	40	26,8
Друга позиција	37	24,8
<i>Број на вработени</i>		
1-9 вработени	70	47,0
10-49 вработени	44	29,5
50-249 вработени	35	23,5
<i>Образование</i>		
Доминираат со високо образование	70	47,0
Доминираат со средно образование	79	53,0
<i>Веб сајт</i>		
Имаат веб сајт	32	21,5
Немаат веб сајт	117	78,5
<i>Дејност</i>		
Финансиски сектор	12	8,0
Туризам и угостителство	11	7,4
Прехранбена индустрија	11	7,4
Консалтинг	24	16,1
Трговија	55	36,9
Транспорт/складирање/ логистика	7	4,7
Образование	8	5,4
Друго	21	14,1

Извор: Сопствено истражување.

По направената проверка за исполнување на претпоставките за примена на АНОВА тестот, се пристапи кон негова примена.

Табела бр. 2. Резултати од АНОВА-тестот (позиција во деловниот субјект)

прашања	вкупно N = 149		сопственик (53)		генерален менаџер (19)		менаџер (40)		друга позиција (37)		р вредност
	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	
прашање 1	3.530	1.303	3.283	1.350	4.053	0.970	3.850	1.231	3.270	1.347	0.030*
прашање 2	3.362	1.378	3.170	1.438	3.947	1.026	3.625	1.334	3.054	1.393	0.049*
прашање 3	3.336	1.359	3.110	1.450	3.740	1.098	3.550	1.300	3.216	1.377	0.226
прашање 4	3.544	1.276	3.585	1.393	3.526	0.772	3.625	1.353	3.405	1.257	0.886
прашање 5	3.383	1.303	3.359	1.331	3.474	1.172	3.45	1.395	3.297	1.266	0.946

* $p < 0.05$

Од табелата бр.2 може да се види дека постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-канални за комуникација со постојните и со потенцијалните клиенти, како и во користењето на електронските маркетинг-канални за промовирање на имиџот на брендот помеѓу испитаниците на различна позиција во деловниот субјект ($p < 0,05$). Во однос на користењето на електронските маркетинг-канални за претставување на понудите, за прибирање важни податоци и информации и за понудување решенија/предлози за задоволување на барањата (потребите) на купувачите/корисниците, анализата покажа дека не постојат статистички значајни разлики помеѓу перцепциите на сопствениците, генералните менаџери, менаџерите и вработените на други позиции во деловниот субјект. Сопствениците на деловните субјекти покажуваат поголема од просечна согласност однос на користењето на електронските маркетинг-канални за прибирање информации и за понуда на решенија за задоволување на барањата на потрошувачите, а потпросечна согласност во однос на користењето на електронските маркетинг-канални за други цели. Генералните менаџери и менаџерите сметаат дека деловниот субјект повеќе од просечно ги користи електронските маркетинг-канални во своето работење, додека вработените на други позиции покажуваат потпросечна согласност во врска со користењето на електронските маркетинг-канални од страна на деловниот субјект.

Табела бр. 3. Резултати од АНОВА-тестот (големина на деловниот субјект според бројот на вработени)

прашања	вкупно N = 149		1 - 9 вработени (70)		10 - 49 вработени (44)		50-249 вработени (35)		P вредност
	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	
прашање 1	3.530	1.303	3.571	1.223	3.341	1.478	3.686	1.231	0.476
прашање 2	3.362	1.378	3.386	1.254	3.182	1.529	3.543	1.421	0.505
прашање 3	3.336	1.359	3.400	1.267	3.136	1.488	3.457	1.379	0.504
прашање 4	3.544	1.276	3.586	1.148	3.159	1.446	3.943	1.187	0.022*
прашање 5	3.383	1.303	3.457	1.151	3.136	1.488	3.543	1.336	0.314

*p<0.05

Од табелата бр.3 може да се заклучи дека не постојат статистички значајни разлики помеѓу испитаниците кои работат во деловни субјекти со 1-9 вработени (микро), со 10-49 вработени (мали) и со 50-249 вработени (средни) во врска со користењето на електронските маркетинг-канални за четири од петте истражувани цели, односно постојат статистички значајни разлики помеѓу деловните субјекти со различен број вработени (микро, мали и средни претпријатија) само во однос на користењето на електронските маркетинг-канални за прибирање важни информации од пазарот ($p < 0.05$). Од табелата бр. 3 може да се забележи дека малите претпријатија со 10 до 49 вработени помалку ги користат електронските маркетинг-канални, во споредба со просечното користење кај микро, малите и средни претпријатија заедно кои всушност го сочинуваат и примерокот во ова истражување, при што се забележува натпросечно користење, особено за прибирање важни информации од пазарот кај средните претпријатија (3,943) и кај микро претпријатијата (3.586). Микро и средните претпријатија имаат поголемо од просечно користење на електронските маркетинг-канални во поглед на сите анализирани мотиви за нивно користење.

Од табелата бр. 4 може да се заклучи дека не постојат статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-канални помеѓу деловните субјекти кои имаат веб сајт и деловните субјекти кои немаат веб сајт, иако оние кои имаат веб сајт повеќе од просечно ги користат електронските маркетинг-канални, додека оние кои немаат веб сајт помалку од просечно ги користат електронските маркетинг-канални за испитуваните цели, со што се отфрли хипотезата Х3.

Табела бр. 4. Резултати од АНОВА-тестот (деловни субјекти според тоа дали имаат веб сајт)

прашања	вкупно N = 149		немаат веб сајт (117)		имаат веб сајт (32)		р вредност
	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	
прашање 1	3.530	1.303	3.470	1.330	3.750	1.191	0.283
прашање 2	3.362	1.378	3.291	1.408	3.625	1.238	0.225
прашање 3	3.336	1.359	3.265	1.392	3.594	1.214	0.226
прашање 4	3.544	1.276	3.487	1.277	3.750	1.270	0.303
прашање 5	3.383	1.303	3.333	1.345	3.563	1.134	0.380

Табела бр. 5. Резултати од АНОВА-тестот (деловни субјекти според дејноста)

прашања	вкупно (N=149)		финансии (12)		туризам и угостителство (11)		прехранбена индустрија (11)		консталтинг (24)	
	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD
прашање 1	3,530	1,303	3,167	1,267	3,727	1,272	4,091	1,375	3,708	1,268
прашање 2	3,362	1,377	2,667	1,435	3,636	1,433	4,091	1,375	3,542	1,318
прашање 3	3,336	1,359	2,667	1,435	4,000	1,265	4,000	1,342	3,375	1,377
прашање 4	3,544	1,276	3,083	1,311	4,182	1,168	3,909	1,044	3,875	1,329
прашање 5	3,383	1,303	2,833	1,337	3,818	1,328	3,545	1,508	3,667	1,435

прашања	трговија (55)		транспорт (7)		образование (8)		друго (21)		р вредност
	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	
прашање 1	3.436	1.358	2.857	1.464	4.250	1.165	3.333	1.111	0.272
прашање 2	3.309	1.386	2.571	1.272	4.000	1.309	3.190	1.250	0.117
прашање 3	3.236	1.374	2.429	0.976	4.125	1.458	3.238	1.091	0.040*
прашање 4	3.418	1.287	2.571	1.272	3.750	1.389	3.476	1.123	0.107
прашање 5	3.309	1.303	2.714	1.380	3.625	0.744	3.381	1.117	0.437

*p<0,05

Од табелата бр.5 може да се заклучи дека статистички значајни разлики во користењето на електронските маркетинг-каналн помеѓу

деловните субјекти кои разботат во различна дејност постојат само во однос на користењето, со цел да се претстават понудите на субјектот на пазарот во однос на конкурентските понуди. Со други зборови, дејноста не влијае врз интензитетот на употреба на електронските маркетинг-канални во маркетинг-цели, со што се отфрли хипотезата Х4.

Табела бр. 6. Резултати од АНОВА-тестот (деловни субјекти според образованието на вработените)

прашања	вкупно N = 149		доминираат со високо образование (70)		доминираат со средно образование (79)		р вредност
	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	сред. вред.	SD	
прашање 1	3.530	1.303	3.457	1.348	3.595	1.266	0.521
прашање 2	3.362	1.378	3.257	1.401	3.456	1.357	0.381
прашање 3	3.336	1.359	3.286	1.395	3.380	1.333	0.675
прашање 4	3.544	1.276	3.586	1.291	3.506	1.270	0.706
прашање 5	3.383	1.303	3.414	1.335	3.354	1.281	0.781

И табелата бр. 6 укажува на непостоење на статистички значајни разлики помеѓу деловните субјекти во кои доминираат вработени со средно образование и деловните субјекти во кои доминираат вработени со високо образование во однос на користењето на електронските маркетинг-канални, со што се отфрли хипотезата Х5.

Заклучок

Испитаниците на различна позиција во микро, малите и средните претпријатија во Македонија покажуваат разлики во мотивите за користење на електронските маркетинг-канални во нивното работење, посебно во поглед на користењето заради комуникација и промовирање на брендот. Статистички значајни разлики постојат и во користењето заради прибирање информации, имајќи ја предвид големината на компанијата, како и во

користењето заради презентирање на понудата на пазарот, имајќи ја предвид дејноста на компанијата. Во поглед на имањето на веб сајт и образовната структура, истражувањето покажува дека не постојат статистички значајни разлики.

Ова истражување придонесува во деловното работење и дава основа за насочување на идните напори во насока на стимулирање на употребата на електронските маркетинг-каналн помеѓу микро, малите и средните претпријатија за различни цели, идентификувани како предмет на анализа на ова истражување.

Главните слабости на трудот се во примерокот користен во истражувањето, како и во користењето на субјективни показатели (перцепции) за користењето на електронските маркетинг-каналн во деловното работење. Идните истражувања можат да вклучат анализирање на други цели (мотиви) за користење на електронските маркетинг-каналн во деловното работење, групирање на испитаниците во кластери, т.е. пазарни сегменти, како и тестирање дали постојат статистички значајни разлики во мотивите за користење на електронските маркетинг-каналн по одделни пазарни сегменти.

Користена литература:

1. Ang, J.S., (2001): "Small Business Uniqueness and the Theory of Financial Management", *The Journal of Entrepreneurial Finance*, Vol.1 Issue 1, pp.1-13.
2. Ansari, A., Mela, C.F., (2003): "E-customization" *Journal of Marketing Research*, Vol. 40, pp. 131-146.
3. Avlonitis, G.J., Karayanni, D.A., (2000): "The Impact of Internet Use on the Business-business marketing", *Industrial Marketing Management*, Vol.29, No.5, pp. 441-459.
4. Dutta, S., Ervard, P., (1999): "Information technology and organization within European small enterprises", *European Management Journal*, Vol. 17, No.3, pp. 239-251.
5. European Commission, (2013): A recovery on the horizon?. Annual Report on European SMEs 2012/2013 (Final Report). http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2013/annual-report-smes-2013_en.pdf. Accessed May 4 2015.
6. Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., Tatham, R.L., (2006): *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey.

7. Harridge-March, S., (2004): "Electronic marketing, the new kid on the block", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 22, Iss. 3, pp. 297-309.
8. Hoque, A.Y., Lohse, G.L., (1999): "An information search cost perspective for designing interfaces for electronic commerce", *Journal of Marketing Research*, Vol. 36, pp. 387-394.
9. Karakaya, F., Karakaya, F., (1998): "Doing Business on the Internet", *SAM Advanced Management Journal*, Spring, pp. 10-14.
10. Kleindl, B.A., (2000): *Strategic Electronic Marketing: Managing E-Business*, South-Western College Publishing, Cincinnati, OH.
11. Krake, F., (2005): "Successful brand management in SMEs: A new theory and practical hints", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 14, Issue 4, pp. 228 - 238.
12. Kula, V., Tatoglu, E., (2003): "An exploratory study of Internet adoption by SMEs in an emerging market economy", *European Business Review*, Vol. 15, Issue 5, pp. 324-333.
13. Kumar, K., Boesso, G., Favotto, F., Menini, A., (2012): "Strategic orientation, innovation patterns and performances of SMEs and large companies", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 19, Issue 1, pp. 132-145.
14. Manimala, M.J., Mitra, J., Singh, V., (2009): *Enterprise Support Systems: An International Perspective*, SAGE Publications, India.
15. Matejun, M., (2014): "The role of flexibility in building the competitiveness of small and medium enterprises: *Management*, Vol. 18, Issue 1, pp. 154-168.
16. OECD, (2004): "Promoting entrepreneurship and innovative SMEs in a global economy: Towards a more responsible and inclusive globalization ICT, E-Business and SMEs", 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). Istanbul, Turkey, 3-5 June. <http://www.oecd.org/cfe/smes/31919255.pdf>. Accessed August 29 2014.
17. Palmer, J., (2000): "Internet Access in Bahrain: Business patterns and problems", *Technovation*, Vol.20, No.8, pp. 451-458.
18. Poon, S., Swatman, P.M.C., (1997): "Small business use of the Internet: Findings from Australian case studies", *International Marketing Review*, Vol. 14 Issue 5, pp. 385-402.
19. Sadowski, B.M., Maitland, C., Dongen, J.V., (2002): "Strategic use of the Internet by small- and medium-sized companies: an exploratory study", *Information economics and policy*, Vol.14, No.1, pp. 75-93.
20. Santarelli, E., D'Altri, S., (2003): "The Diffusion of E-Commerce among SMEs: Theoretical Implications and Empirical Evidence", *Small Business Economics*, Vol.21, No. 3, pp. 273-283.
21. Tiesen J.H, Wright, R.W., Turner, I., (2001): "A model of E-commerce Use by

- internationalising SMEs”, *Journal of International Management*, Vol. 7, pp. 211-233.
22. Walczuch, R., Braven, G.V., Lundgren, H., (2000): “Internet adoption barriers for small firms in the Netherlands” ,*European Management Journal*, Vol. 18, No. 5, pp. 561-572.
23. Whiteley, D., (2000): *E-Commerce Strategy, Technologies and Applications*, McGraw-Hill, London.
24. Zontanos, G., Anderson, A.R., (2004): “Relationships, marketing and small business: an exploration of links in theory and practice”, *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 7, No. 3, pp. 228-236.
25. Државен завод за статистика на Република Македонија, (2014): *Користење на информатичко-комуникациски технологии во деловните субјекти*, достапно на <http://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie.aspx?rbtxt=76>, пристапено на 16.06.2015

UTILIZATION OF ELECTRONIC MARKETING CHANNELS IN BUSINESS OPERATION: ANALYSIS OF THE MOTIVES FROM MICRO, SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES' PERSPECTIVE

Anita Ciunova-Shuleska, PhD

Ss. Cyril and Methodius University in Skopje

Faculty of Economics - Skopje, R.Macedonia

anita@eccf.ukim.edu.mk

Abstract

The aim of this research is to analyze the utilization of electronic marketing channels in the business practice of micro, small and medium-sized enterprises regarding the primary motive for the use of such channels, as SMEs constitute a key driver of economic growth in Macedonia. An ANOVA analysis was conducted with a sample of 149 respondents, in order to identify whether there are statistically significant differences in the perceptions of the utilization of electronic marketing channels among respondents on different positions within the company (owner, general manager, manager, and employees at other positions), among respondents employed by micro, small and medium-sized enterprises, among respondents working in companies with and without a web site, among respondents working in companies with the majority of employees having an academic degree or companies employing predominantly secondary school graduates, and among respondents employed in companies operating in different business sectors. The ANOVA test showed statistically significant differences in the utilization of electronic marketing channels for the purpose of communicating with existing and potential customers/users and promoting the brand image among business owners, general (executive/non-executive) managers, other managers and employees in the Macedonian companies. Furthermore, the ANOVA test proved that there are statistically significant differences among micro, small and medium-sized enterprises in terms of utilization of electronic marketing channels for information gathering purposes, as well as differences among companies operating in various business sectors when it comes to using such channels for the purpose of presenting the offer to the customers.

Key words: *ectronic marketing channels, micro, small and medium-sized businesses, business sector, position, web site.*

СПОНЗОРИ:



Универзитет “Св. Кирил и Методиј” во Скопје



комерцијална Банка аџ скопје



ALPHA BANK



CROATIA OSIGURANJE

utemeljeno 1884.

КРОАЦИЈА ОСИГУРУВАЊЕ